

Lettre ouverte aux responsables du Stade de France, de la Fédération Française de Football et de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité.

Paris, le 06/09/2017

### **Nous sommes tous des cyclistes hollandais !**

Stupéfaction et colère sont les deux sentiments qui prédominaient en découvrant le 31 août, lors du match France-Pays-Bas au Stade de France, une publicité Volkswagen totalement indigne. Qu'on en juge : "On ne va pas laisser un pays de cyclistes nous barrer la route".

Passons sur le chauvinisme le plus bas de gamme digne des pires banderoles de supporters ultras, prenant à contre-pied toutes les tentatives des instances sportives pour faire baisser antagonismes et violences dans le sport.

Passons sur le mépris arrogant envers les Pays-Bas et leurs habitants (les clients de Volkswagen dans ce pays apprécieront sans doute).

Mais que le constructeur automobile qui s'est fait rattraper par ses fraudes massives et généralisées sur la réalité des performances environnementales de ses moteurs se permette de cibler les cyclistes est non seulement insultant mais aussi criminel.

Au moment où la Sécurité routière publie des statistiques sur les douze derniers mois indiquant une augmentation de la mortalité des cyclistes notamment hors-agglomération et, quand on sait que les moteurs diesel - et donc à l'évidence par conséquent les tricheries de Volkswagen - sont responsables d'au moins 42 000 décès prématurés par an en France, on ne plaisante pas avec un sujet pareil et on n'incite pas, même implicitement, à la violence routière.

Manifestement loin de faire profil bas, la marque allemande a décidé de jouer sur les pires clichés et bas instincts de ses potentiels clients, et c'est insupportable.

Au-delà, on ne peut s'empêcher de s'interroger : comment une telle publicité a pu passer tous les filtres pour être exposée à des millions de personnes à une heure de grande écoute ? Quid du passage par les instances de vérification de la publicité ? Du contrôle de la régie publicitaire du Stade de France ?

Les excuses de Volkswagen, tardives et évidemment bien moins visibles que leur publicité, ne peuvent être acceptées pour solde de tout compte.

**Nous demandons donc aux responsables du Stade de France, de la Fédération Française de Football et de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité de s'expliquer s'agissant de la diffusion d'un tel message et, surtout, de nous garder de revoir une telle publicité à l'avenir. Et, à la veille du lancement des Assises de la mobilité et de la mise en chantier d'une nouvelle loi d'orientation de la mobilité dans notre pays, nous demandons aux pouvoirs publics de verser cet événement lamentable à la réflexion sur le rôle de l'ensemble des acteurs de la mobilité et donc à mettre aussi les constructeurs automobiles face à leurs responsabilités. Après tout, les constructeurs de moteur diesel, sous la pression conjointe des pouvoirs publics et de l'opinion, viennent d'annoncer en Allemagne des aides d'un milliard d'euros pour faire baisser la pollution dans les grandes villes...**

**Pierre Serne**

Président du Club des villes et territoires cyclables  
Conseiller régional d'Ile-de-France

