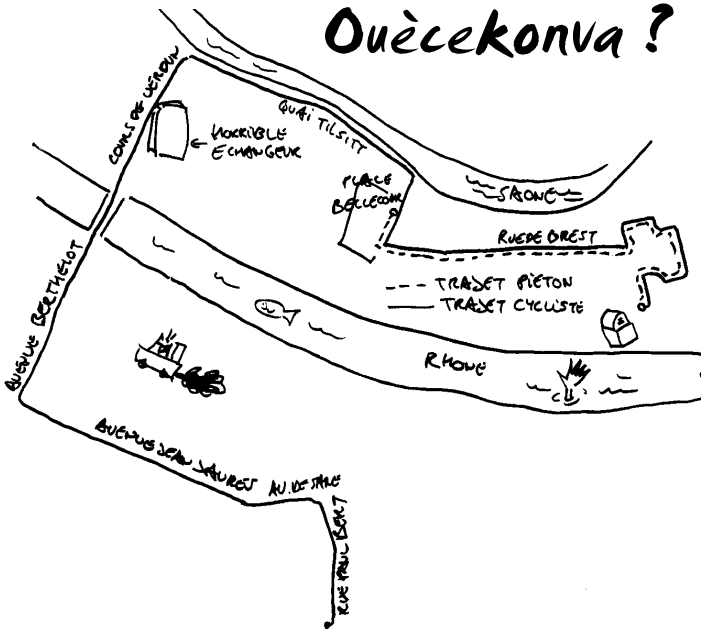


Ouècekonva ?



Kécekonfè ?

Les réunions du RVV ont lieu à 20h, au 26, rue René Leynaud, 4ème étage, les 2ème et 4ème mercredi du mois ; soit le 11/06 et le 25/06.

Atelier vélo tous les mardis et jeudi soir à 19h : 44 rue Burdeau, Lyon 1er.

Samedi 8 juin : Journée européenne du vélo. Départ 14h30 à Grange Blanche

Samedi 25/06/97 : manif, piétons et vélos, départ à 14h place de la Comédie devant l'opéra, Lyon 1er, suivie d'une **fête de rue** à Saint Georges (5ème).



**Mon premier est avant B
Mon second est devant à coudre
Mon troisième devant de chaussé
Vous ferez non tout après la manif**

Réponse : Adhèrez

NOM.....Prénom.....

Adresse.....

VILLE.....CODE POSTAL.....

Téléphone :

VerseF. pour l'année 97 pour

- une adhésion individuelle à l'association (prix libre).
- une adhésion à l'atelier vélo (50 F minimum).

- souhaite recevoir : le dernier numéro de l'auto ou la ville (8 F + 3F50 de port)
 un tee-shirt Pour une Ville Sans Voitures (75 F seulement)

Bulletin à remplir très lisiblement, à découper et à retourner avec éventuellement votre chèque à l'ordre de :

Regroupement Pour une Ville Sans Voitures
44 rue Burdeau - 69001 LYON
tél. 04 72 00 80 97 - fax. 04 78 28 57 78
(CCP n° 10 255 80 J LYON)



"Rouler à vélo à Lyon est une illusion"
Jean-François Mermet - adjoint au maire de Lyon chargé de la voirie

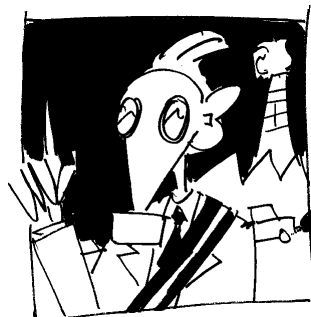
La démocratie ne recule que lorsque la participation diminue

Entre les deux tours des élections législatives, nous ne pouvions, ce 31 mai, que nous interroger sur le partage des rôles entre élus et citoyens dans la politique des transports.

D'après Dominique Dron et Michel Cohen de Lara, « pour 50 % des citoyens, [en Europe, et 47 % en France,] les décideurs politiques de leur pays perçoivent comme plus favorable qu'elle ne l'est l'attitude de la population vis-à-vis de l'automobile. » D'après l'enquête citée par ces auteurs, les élus sous-estiment par exemple de 6.5 % en moyenne l'appréciation par les citoyens de l'importance du risque d'accidents liés à la cir-

culaton automobile et de 39 % en moyenne les dispositions du public à accorder la priorité aux piétons, aux transports publics et aux cyclistes sur l'automobile en ville.

Ma priorité, c'est l'emploi !



Non contente de se révéler inapte à entendre la volonté du peuple qui l'a élue, la classe politique peut également abuser de son pouvoir en spoliant le processus de l'enquête d'utilité publique, comme ce fut le cas pour la construc-

tion, contre l'avis de l'enquête, de l'autoroute A 400.

D'après le mensuel Quo² (excusez la référence !) et une enquête de Claude-Annick Tissot, vice-présidente du Conseil Régional en Ile de France, auprès de 500 maires et députés, 70 % des élus pensent même avoir, « dans l'exercice de leurs responsabilités, le devoir de mentir à leurs électeurs pour protéger l'intérêt général. » Or l'idée que se font les représentants du peuple de l'intérêt général s'apparente parfois plus à leurs délires mégalomanes qu'aux véritables intérêts de leur administrés.

Le procès de la classe politique est donc instruit : pour réussir dans le métier, il faut être autoritaire, c'est-à-dire aimer le pouvoir et donc mettre en danger la démocratie. Il faut être habile fabulateur, savoir bercer le bon peuple d'illusions afin de le protéger de la vue des dures réalités. Il faut enfin être corrompu, afin de couvrir, par ses détournements de grande envergure, le manant dans l'exercice de ses petites tricheries quotidiennes : « au-dessus de moi, certains ne se gênent pas pour faire pire ! » s'exclamera-t-il alors avec satisfaction.



La bonne conscience des opprimés

Ne sommes-nous pas en train de nous complaire dans une éternelle bonne conscience d'opprimés ? On aura beau jeu de se plaindre d'un abus de pouvoir après avoir accordé nos suffrages à celui qui prononçait les plus beaux mensonges, ou à celui dont même les promesses électorales résonnaient des accents les plus totalitaires. Pourquoi l'absolue sincérité d'un candidat à des élections reste-t-elle la plus sûre garan-



tie de son échec ? Ne serait-il pas temps de comprendre enfin, au bout de 200 ans, que les artisans du recul démocratique sont plus nombreux parmi les électeurs que parmi les élus ? Que la démocratie ne peut se maintenir sans la participation de chacun à la gestion de la cité, pas seulement en déclarations d'intentions mais avant tout en actes ?

Le cri d'alarme lancé par Pascal Bruckner, dans La tentation de l'innocence³, lorsqu'il tentait de nous mettre en garde contre notre incapacité à sortir du rôle de victime ou de rebelle dans une situation de liberté nouvellement acquise, n'avait-il pas quelque fondement ? Devenir la cause de ses actes constitue une véritable mutation psychologique, dont l'humanité se montre dramatiquement incapable. Comme le chantait Jacques Higelin, il ne suffit pas que s'ouvrent les grilles de la cage pour que l'ours en sorte.

Le marketing politique de la demande

N'y a-t-il pas aussi quelque hypocrisie à se réclamer dans les sondages favorable l'accord d'une priorité aux cyclistes sur les automobilistes, puis à rouler par centaines en voiture tous les dimanches sur la piste cyclable qui jouxte le Parc de la Tête d'Or comme s'il s'agissait d'un parking ? Un maire d'arrondissement de Lyon nous a confié recevoir par jour 50 lettres réclamant plus de places de stationnement pour les voitures, contre seulement une par jour protestant contre l'invasion automobile.

Alors les élus perçoivent-ils si mal que cela les vœux de leurs concitoyens ? Ou Dominique Dron et Michel Cohen de Lara ne seraient-il pas plutôt laissés abuser par un subtil jeu de mensonges entre

nos choix électoraux, nos déclarations d'intentions aux instituts de sondages et nos comportements quotidiens ?

Rappelons enfin que le comportement et l'opinion sont les deux voix de la parole divine qui mène la danse de nos démocraties. Comme le disait Jacques Pilhan, (successivement conseiller en communication de François Mitterrand et de Jacques Chirac) « Dans notre jargon, on parle d'un marketing de la demande et

d'un marketing de l'offre. Si vous conduisez une politique en fonction de ce que veulent les gens, vous pratiquez un marketing de la demande. (...) Mais les spécialistes du marketing savent, depuis très longtemps, que la seule présence durable que vous puissiez avoir sur un marché est due à une offre originale et forte. La caractéristique de ces offres originales et fortes est de ne pas être demandées par le public. Le public y vient ensuite. Au départ, le public ne demande que des choses banales, rondes, sans aspérités. Avec un marketing de la demande, vous n'obtenez qu'une image lisse qui glisse et ne dure pas. » Pourtant, et Jacques Pilhan est le premier à l'admettre, « Le principe de la souveraineté de la demande constitue l'un des fondements du marketing politique »

On a les décisions politiques que l'on mérite.

¹Dominique Dron et Michel Cohen de Lara, Pour une politique soutenable des transports, La documentation française, 1995. Ces deux auteurs se réfèrent en l'occurrence à une Enquête européenne sur l'accessibilité aux centres-villes commandée par l'Union Européenne des Transports Publics (avenue de l'Uruguay 19, B-1000 Bruxelles, Belgique) et la Commission Européenne.

²Novembre 1996, page 34.

³Pascal Bruckner, La tentation de l'innocence, Grasset, 1995.

⁴L'écriture médiatique, entretien avec Jacques Pilhan, Le Débat, automne 1995, page 12.

⁵Serge Albouy, Marketing et communication politique, L'Harmattan, 1994, page 39.

Fête européenne du vélo

Dimanche 8 juin, avec les associations, prenons la ville... à vélo

Rendez-vous : 14h30 à Grande-Blanche - 15h30 à la Fosse aux Ours
16h15 au Pont Koenig - Retour 17h à l'Hotel de Ville de Lyon

La Ville à Vélo, c/o MJC Monplaisir,
25, avenue des Frères Lumière, 69008 LYON

Regroupement pour une Ville sans Voiture,
44 rue Burdeau, 69001 LYON