

Conseil d'arrondissement du 18 mai 2021

Vœu présenté par Guillaume Durand et les élu.e.s des groupes :

écologiste, Génération.s, communiste et citoyen

relatif à la création d'une régie publicitaire pour maîtriser le contenu de la publicité à Paris

Considérant la nécessité d'agir face à l'urgence climatique ;

Considérant que la recherche absolue de croissance économique est responsable du changement climatique ;

Considérant la ratification par la France de l'accord de Paris pour limiter l'augmentation de la température mondiale à un niveau bien inférieur à 2 degrés Celsius ;

Considérant la publicité comme responsable de la surconsommation en créant des besoins nouveaux ou en invitant à renouveler des produits encore fonctionnels, surconsommation à l'origine principale du réchauffement climatique ;

Considérant les nombreuses propositions faites par la Convention Citoyenne pour le Climat sur la régulation de la publicité, comme l'interdiction de manière efficace et opérante de la publicité sur les produits les plus émetteurs de gaz à effet de serre ;

Considérant que la Maire de Paris a signé en juillet 2020 la tribune du collectif de Maires écologistes s'engageant à appliquer les propositions de la convention citoyenne sur le climat;

Considérant par ailleurs que de nombreuses publicités véhiculent un imaginaire nourri de clichés sexistes ou racistes ;

Considérant également que certaines publicités diffusées à Paris poussent à des comportements addictifs et néfastes pour la santé tels que les paris en ligne ou la consommation d'alcool ;

Considérant également l'enlaidissement de la Ville par les panneaux publicitaires alors même qu'une démarche pour une nouvelle esthétique à Paris vient d'être lancée ;

Considérant que nous avons la responsabilité de permettre aux enfants de se constituer un autre imaginaire que la consommation ;

Considérant que la régulation de la quantité et du contenu de la publicité passe par un contrôle accru de la Ville de Paris sur sa diffusion via notamment la création d'une régie publicitaire parisienne ;

Considérant qu'il convient d'étudier cette option dès maintenant pour anticiper la fin des contrats d'exploitation des mobiliers urbains qui arrivent à échéance en 2024 ;

Aussi, sur proposition Guillaume Durand et des élu.e.s des groupes : écologiste, Génération.s, communiste et citoyen, le Conseil d'arrondissement émet le vœu que la Ville de Paris :

- **entame la révision de son RLP afin de diminuer la place de la publicité dans le paysage urbain et mieux protéger le public de ses effets nocifs, notamment en réaffirmant l'interdiction des panneaux publicitaires numériques ;**
- **étudie la création d'une régie publicitaire parisienne.**