

Vœu présenté par les élu·e·s du Groupe Ecologiste et Citoyen relatif à la révision du règlement local de publicité et à la fin de la publicité dans l'espace public

Considérant la présentation prochaine du Plan Climat 2024-2030 au Conseil de Paris, et son ambition décuplée de réduction des différents types de pollution sur le territoire parisien ;

Considérant que la publicité participe à la surconsommation, générant des émissions de gaz à effet de serre incompatibles avec la trajectoire carbone fixée par la Ville de Paris dans le cadre de son Plan climat ;

Considérant que l'espace public, mais également le mobilier urbain, les bâches de travaux sur des monuments et le réseau de transports font la promotion de quantité de services et biens marchands participant massivement à l'extraction d'énergies fossiles, à l'émission de gaz à effet de serre et à une éternelle frénésie consommatrice;

Considérant l'adoption de plus de 6 vœux par le Conseil de Paris contre le street marketing et la publicité sauvage, sans réelle amélioration du fait d'amendes trop faibles ;

Considérant les exemples de villes françaises ayant réussi leur transition vers un espace public sans publicité ;

Considérant le développement de la publicité lumineuse et la multiplication des enseignes lumineuses, au mépris du règlement local de publicité actuellement en vigueur, et qui contrevient aux objectifs de réduction de notre consommation énergétique ;

Considérant que, selon l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, dans un rapport daté de 2020, un écran de 2 m² consomme 2 000 kWh par an, soit quasiment la consommation moyenne d'électricité d'un ménage français ;

Considérant que 950 panneaux numériques sont installés dans le réseau RATP ;

Considérant l'insuffisance d'espace d'information et d'affichage libre pour les activités associatives et militantes et le non-respect en la matière par la Ville de Paris de la loi du 29 décembre 1979 ;

Ainsi, sur proposition des élu·e·s du groupe Les Écologistes, le Conseil du 14^e arrondissement émet le vœu que la Ville de Paris :

Etudie un projet mettant fin à la publicité dans l'espace public et pour cela :

- **Travaille à l'ouverture de négociations pour raccourcir les contrats liant la Ville de Paris aux opérateurs de publicité locale (Clear Channel, SOPACT, MediaKiosk, Exterion Media et JCDecaux) ;**
- **Supprime les bâches publicitaires sur les échafaudages lors des rénovations de monuments de la Ville ;**
- **Travaille à l'utilisation des espaces de publicités laissés vacants par la publicité commerciale à un usage pour des activités associatives, culturelles et militantes, et ce pour respecter l'obligation légale d'affichage libre de la Ville ;**
- **Travaille à réduire les créneaux d'allumage des enseignes lumineuses ;**
- **Travaille à la suppression des panneaux de publicité lumineuse et leur remplacement par la plantation d'un arbre, lorsque cela sera techniquement possible ;**
- **Supprime deux-tiers des mobiliers urbains d'information lors du renouvellement de la concession, et consacre le tiers restant à l'information municipale ;**
- **interpelle l'Etat afin de :**

- **modifier le code du patrimoine autorisant l'usage publicitaire sur les bâches de travaux des monuments nationaux à Paris ;**
- **durcir les sanctions applicables au street marketing ;**
- **durcir les sanctions relatives aux enseignes lumineuses.**
- **interpelle Île-de-France Mobilités pour réduire drastiquement la publicité commerciale dans le réseau RATP Parisien et y interdire les panneaux lumineux.**