

## **Paris va réduire de 40% la surface des publicités sur ses mobiliers d'information**

**Le Conseil de Paris étudiera fin mars le renouvellement du contrat de mobilier urbain d'information. Le nouveau contrat va permettre de réduire de 40% la surface publicitaire des mobiliers d'affichage présents dans les rues de la capitale et de mieux prendre en compte les enjeux environnementaux.**

La Ville de Paris a lancé au printemps 2016 une mise en concurrence pour la gestion du mobilier urbain d'information municipal et publicitaire. Celui-ci a abouti au dépôt d'une seule offre, portée par SOMUPI, filiale de JCDecaux à 66% et du Groupe Publicis à 34%. Après une phase de négociations, le Conseil de Paris sera amené fin mars à délibérer sur l'attribution de cette concession de service.

### **40% de surfaces publicitaires en moins**

« Cette nouvelle concession de service est l'occasion de nombreuses avancées, tant en terme de respect de l'environnement que d'innovation. En premier lieu, elle se traduirait par la réduction de 40% des surfaces publicitaires des mobiliers urbains d'information dans Paris », annoncent mercredi Jean-Louis Missika et Julien Bargeton, adjoints à la Maire de Paris.

Si le nombre de mobiliers resterait inchangé (1.630 mobiliers), « la Maire de Paris a décidé de supprimer les 350 grands modèles de 8m<sup>2</sup> pour les remplacer par des petits modèles de 2m<sup>2</sup>, mieux intégrés dans l'environnement de chaque quartier », expliquent les adjoints à la Maire. Ces mobiliers continueraient à diffuser de façon équilibrée de l'information municipale (50%) et de la publicité (50%).

« Ce mobilier urbain serait aussi plus innovant », se réjouit Jean-Louis Missika. « 15% des mobiliers seraient constitués d'écrans numériques connectés, contrôlés à distance et adaptés à leur emplacement géographique. Ils comporteraient des informations locales : plan du quartier, monuments à proximité, événements, avec des QR codes permettant aux Parisiens et aux visiteurs d'accéder à plus de précisions depuis leur smartphone. Et cela diminuerait d'autant les impressions papier », détaille-t-il.

**Une consommation d'énergie réduite de 31,4%**

Les enjeux environnementaux devraient être aussi mieux pris en compte. « En écho à l'engagement très fort d'Anne Hidalgo et de l'ensemble de son équipe dans la lutte contre le dérèglement climatique, nous avons demandé l'amélioration des performances énergétiques des mobiliers urbains d'information », expliquent les élus.

« La consommation d'énergie baisserait dans son ensemble de 31,4%. L'intensité lumineuse des mobiliers varierait en fonction de la météo et de l'heure de la journée. Les mobiliers numériques seraient même totalement éteints entre 1h et 6h du matin. Enfin, ils seraient tous alimentés à 100% en électricité certifiée d'origine renouvelable », ajoutent-ils.

### **Des conditions contractuelles avantageuses pour la Ville de Paris**

La Ville de Paris prévoit aussi une amélioration des conditions contractuelles. « Cette concession de service porte sur une durée de 5 ans, soit deux fois moins que le précédent contrat, ceci permettant de renouveler plus régulièrement les mises en concurrence, afin de bénéficier des meilleurs avantages possibles pour la collectivité », souligne Julien Bargeton.

Autre nouveauté : « au terme du contrat, la Ville de Paris deviendrait propriétaire du mobilier urbain, dont la durée de vie est estimée entre 15 et 20 ans », poursuit-il.

Les recettes financières seraient également importantes pour Paris : « Le délégataire reverserait 53% de ses recettes publicitaires nettes à la Ville, avec une redevance minimum garantie de 30M€ par an. C'est 5M€ de plus que le minimum attendu dans le cahier des charges de l'appel d'offres », explique l'adjoint aux finances.

### **La fin du contrat global « Vélib' / publicité »**

Le précédent contrat signé il y a dix ans alliait la gestion des mobiliers urbains d'information à la mise en place du service Vélib'. Ce format de « contrat global » n'a pas été reconduit, en raison de la métropolisation annoncée de Vélib'.

Fort du succès de ce service innovant de mobilité, qui a fait des émules partout dans le monde, la Ville de Paris a en effet proposé à la Métropole du Grand Paris et aux communes limitrophes de travailler à l'extension géographique de Vélib'.

Ce Vélib' métropolitain fait donc l'objet d'un appel d'offres spécifique, actuellement en cours.

**Contact presse** : Simon Le Boulaire / 01.42.76.49.61 / [presse@paris.fr](mailto:presse@paris.fr)