

Délibération affichée à l'Hôtel de Ville
et transmise au représentant de l'Etat

le 8 janvier 2015

CONSEIL DE PARIS

Conseil Municipal

Extrait du registre des délibérations

Séance des 15, 16 et 17 décembre 2014

2014 V 358 Vœu relatif au marquage au sol publicitaire.

Le Conseil de Paris, siégeant en formation de Conseil municipal,

Considérant le développement important de l’affichage commercial et de la publicité par marquage au sol via notamment des « reverse graffitis » ou pochoirs ;

Considérant que beaucoup de ces marquages au sol ne sont pas effectués à base de craie mais de peinture permanente ;

Considérant que ces marquages au sol contiennent fréquemment des produits portant atteinte à l’environnement comme des acides ou des solvants ;

Considérant que le nettoyage de ce type de publicité commerciale nécessite la mobilisation des services de propreté de la Ville de Paris ainsi que de leurs prestataires et constitue ainsi un coût direct et induit important pour notre collectivité ;

Considérant qu’il n’est pas admissible de faire supporter à la collectivité le coût de campagnes de communication d’entreprises commerciales ;

Considérant que la Ville a dû effacer 408 000 m² de graffitis au cours de l’année 2013 dans l’espace public ;

Considérant que la publicité peinte au sol constitue de la publicité irrégulière ne répondant pas aux conditions du règlement local de publicité, des enseignes et pré-enseignes, adopté par le Conseil de Paris en 2011 ;

Considérant que de grandes marques ont, sous la menace d'une forte amende, été enjointes de supprimer des trottoirs le déploiement de leur campagne publicitaire, comme ce fut le cas, dans le 13^{ème} arrondissement l'an dernier ;

Considérant la mobilisation de nombreux élus pour atténuer cette présence afin de garantir un cadre de vie plus agréable aux Parisiennes et aux Parisiens ;

Sur la proposition de M. Jean-Bernard BROS et des élus du groupe Radical de Gauche, Centre et Indépendant,

Emet le vœu que :

La Ville de Paris :

- interdise la pratique consistant à utiliser les trottoirs et sols parisiens comme supports publicitaires,
- applique le principe de pollueur-payeur et systématise à l'égard des contrevenants commanditaires de campagnes publicitaires par marquage au sol permanent, l'imputation des frais d'enlèvement,
- prenne toute initiative permettant de qualifier ces actions comme constitutives d'une infraction.