

## 2 mètres carrés au lieu de 8 !



*Ci-dessus, publicité de 8 m<sup>2</sup> sur mobilier urbain à Paris. À droite, panneau de 2 m<sup>2</sup>. Grenoble a remplacé tous les panneaux JCDecaux par des arbres. Paris remplace les panneaux de 8 m<sup>2</sup> par des panneaux de 2 m<sup>2</sup>. Paysages de France lance un appel à Anne Hidalgo : après sa formidable initiative que constitue la reconquête des quais de Seine, sacrifiés pendant des décennies au tout automobile, il est temps de lancer celle de l'espace public et de remplacer les milliers de publicités qui le polluent et l'encombrent encore par des œuvres d'art et...des arbres.*

PARIS : DES PUBLICITÉS 4 X PLUS PETITES SUR LES TROTTOIRS...GRÂCE À PAYSAGES DE FRANCE  
La mairie de Paris vient d'annoncer que, dans le cadre de son nouveau contrat de mobilier urbain, les 350 panneaux comportant une face publicitaire de grand format (8 mètres carrés), toujours en place mais dont les jours sont désormais comptés, vont enfin disparaître du paysage. Il s'agit en l'occurrence de la mise en œuvre de l'une des mesures adoptées au cours de la révision du règlement local de publicité, dont les travaux avaient débuté en

2003, mais qui n'avaient finalement abouti, après les multiples manœuvres et pressions de certains afficheurs pour enrayer le processus, que... 8 ans plus tard !

Ce projet, voté à l'unanimité du conseil de Paris le 21 juin 2011, fixait notamment à 2 mètres carrés la surface maximale des publicités sur mobilier urbain, avec entrée en vigueur au 31 décembre 2017, au terme du contrat avec l'afficheur JCDecaux.

Or c'est grâce à Paysages de France que sera appliquée cette mesure dont la portée dépasse de loin la capitale puisqu'elle servira de référence au niveau national.

L'association, qui en avait notamment fait une question de principe, avait alors multiplié les démarches et fait feu de tout bois. Elle avait fini par obtenir le soutien de Jean-Pierre CAFFET, maire adjoint chargé de l'urbanisme et, à l'époque déjà, sénateur de Paris.

## Une saga de plus de 20 ans !

Paysages de France, après avoir demandé en vain, dès 1996, à Jean TIBERI de réviser le règlement de publicité de Paris, qui, pour l'essentiel, était un empilement de dérogations exorbitantes à la réglementation nationale, avait, dès son élection en mars 2001, sollicité Bertrand DELANOË, puis les élus écologistes, lesquels avaient bientôt relayé les positions de l'association.

C'est alors qu'avait commencé la deuxième phase de cette longue saga aux multiples rebondissements au cours de laquelle Paysages de France n'aura cessé de décliner ses conseils, propositions et demandes.

C'est ainsi que, en 2004, Paysages de France adressait une plaquette de sensibilisation, abondamment illustrée à tous les conseillers de Paris.↵

Puis identifiait bientôt, dans la première version du projet de règlement élaboré par la mairie, pas moins de dix mesures entachées d'illégalité et manifestement "soufflées" par des afficheurs ! Or toutes allaient, par la suite, être – non sans mal, il est vrai – progressivement corrigées. ↵

De même, entre 2004 et 2008 notamment, nombre des propositions et demandes formulées par Paysages de France et plusieurs associations partenaires allaient être prises en compte.

Parmi ces mesures, intégrées dans le règlement adopté en 2011, figurent par exemple :

- La suppression des zones de publicité dite "élargie" (ZPE), cela donc bien avant que le "Grenelle" ne les supprime à son tour ;
- La limitation du nombre de panneaux dits « mobiliers urbains d'informations », dont une face est affectée à la publicité ;
- La limitation à 16 mètres carrés de la publicité sur les bâches de chantier [1], le reste de cette dernière étant réservée à une « composition décorative originale sans caractère publicitaire » ;
- L'autorisation de la publicité lumineuse autre que par projection ou transparence uniquement sur certains toits et donc l'interdiction de toutes les publicités sur écrans vidéos, numériques notamment [2].

•

## **Le règlement local de publicité (RLP) de Paris reste encore et toujours un énorme cadeau aux afficheurs**

Il faut savoir en effet que, compte tenu de l'extrême richesse du patrimoine architectural parisien, en l'absence de RLP, 80 % du territoire de Paris serait interdit à toute publicité, y compris sur le mobilier urbain. Seule la mise en place d'un règlement permet en effet de déroger auxdites interdictions. Il suffirait donc que la maire de Paris décide d'abroger le règlement de publicité de Paris pour que des milliers de panneaux deviennent illégaux ! Il faut donc que les afficheurs se rappellent qu'ils bénéficient de privilèges exorbitants et n'oublient pas le pouvoir de la maire de Paris !

## **Aller plus loin ! Appel à Anne HIDALGO**

Raison de plus donc pour que la maire de Paris engage une nouvelle étape et poursuive le travail commencé. D'importantes lacunes restent à combler, par exemple concernant les enseignes dites temporaires, dont la surface est illimitée, les scandaleuses bâches publicitaires, admises au cas par cas depuis le "Grenelle", mais qui prolifèrent à Paris, ou encore la surface des publicités installées sur le domaine privé, qui est 4 fois plus importante que celle admise désormais sur le domaine public.

Car on est très loin encore, à Paris, de l'exemple donné par Grenoble, ville innovante s'il en est, qui, depuis 2015, a remplacé des centaines de panneaux qui étaient installés sur le domaine public par...des arbres.

## **Après la reconquête des quais de Seine, celle des trottoirs de Paris ?**

La maire de Paris a pris cette formidable initiative que constitue la reconquête des quais de Seine. Les Parisiens, si attachés à leur cadre de vie, et le visage de Paris, qui est le plus sûr atout de son rayonnement planétaire et donc de son activité économique, ne méritent-ils pas qu'elle agisse de façon aussi visionnaire en matière d'affichage publicitaire et d'enseignes ?

C'est en tout cas la demande que fait aujourd'hui Paysages de France à Anne HIDALGO.

*[1] Exception faite, malgré le souhait de la mairie de Paris, des travaux concernant les monuments classés, lesquels dépendent des dispositions scélérates qui avaient été intégrées dans le code du patrimoine par le ministre Donnedieu de Vabre.*

*[2] Hors publicité sur mobilier urbain, le cas de ce dernier ayant été "oublié".*