

Conseil de Paris
Séance des 28, 29 et 30 septembre 2015

Sur proposition de Danielle Simonnet
Vœu pour le respect du règlement de publicité qui interdit les publicités olfactives.

Considérant l'article - P1.3.5 – Autres dispositifs du règlement local de la publicité de Paris qui spécifie "La publicité au sol, olfactive, sonore, par projection ou par l'installation d'objets sur l'espace public est interdite."

Considérant que JC Decaux installe différents dispositifs dans les abris bus qui délivrent des parfums aux consommateurs potentiels,

Considérant que l'argumentaire de JC Decaux selon lequel ses dispositifs ne délivrent pas de parfum en continu et que le RLP n'interdirait que les diffusions en continu, instaure une distinction qui ne figure nullement dans l'article P1.3.5 cité ci dessus,

Considérant que le fait que les consommateurs aient un geste à faire ne remet aucunement en cause le fait que ce soit une publicité, ni le fait qu'elle soit olfactive,

Considérant que bien que JC Decaux prétende avoir le plein accord de la mairie de Paris, celle-ci ne saurait le lui accorder au triple titre du RLP, de la protection des consommateurs contre les suggestions publicitaires intrusives et du plan climat de Paris,

Considérant en effet que la Mairie de Paris devrait contribuer à la protection du cadre de vie en limitant l'intrusion publicitaire dans la conscience des consommateurs par des dispositifs actifs,

Considérant en effet que le plan climat de Paris se fixe comme objectifs la diminution de l'énergie consommée et que les dispositifs publicitaires actifs comme les écrans vidéo, et les distributeurs de parfum participent à la multiplication des équipements énergivores sans utilité sociale,

Considérant que les publicités innovantes se rajoutant aux autres publicités ont un coût en matériel et en matière grise que les consommateurs payent in fine dans le prix des produits et qu'en conséquence la Mairie de Paris devrait contribuer à limiter ce coût,

Considérant qu'au moment où Paris va recevoir la COP 21, la Mairie de Paris devrait agir pour que notre vie quotidienne et notre environnement tende vers la sobriété, principe essentiel de la transition énergétique et écologique,

Considérant enfin que la mairie de Paris devrait orienter l'innovation vers des domaines utiles socialement et pour les consommateurs et la limiter quand elle dérive dans une inflation telle que constatée avec les publicités olfactives de JC Decaux,

Sur proposition de Danielle Simonnet, le conseil de Paris émet le vœu

- **que la Ville de Paris exige de JC Decaux qu'il respecte l'interdiction des publicités olfactives, en conformité avec l'article P1.3.5 du règlement local de la publicité de Paris.**
- **que l'exécutif parisien communique aux conseiller-e-s de Paris les modalités envisagées pour faire réellement respecter le RLP sur la capitale.**