

Délibération affichée à l'Hôtel de Ville
et transmise au représentant de l'Etat
le 11 avril 2019

CONSEIL DE PARIS

Extrait du registre des délibérations

Séance des 1, 2, 3 et 4 avril 2019

2019 V.104 Vœu relatif à une charte pour une publicité responsable.

Le Conseil de Paris,

Vu le vœu adopté par le Conseil de Paris de juin 2018 pour limiter la publicité pour des aliments gras ou salés ;

Considérant que la présente concession vise à redéployer 1.630 mobiliers urbains d'information totalisant plus 255.000 faces dédiées à la publicité chaque année ;

Considérant que certaines publicités peuvent parfois susciter des polémiques en raison des stéréotypes qu'elles peuvent véhiculer, notamment sexistes ;

Considérant qu'un volume important de la publicité est consacrée à la promotion d'aliments gras, salés ou sucrés, en contradiction évidente avec les recommandations du programme national nutrition santé ;

Considérant la Stratégie Alimentation Durable votée au Conseil de Paris de mai 2018 vise à réduire le taux d'obésité de 10,7 à 5 % d'ici 2030 ;

Considérant le travail réalisé par l'autorité de régulation professionnelle de la publicité qui joue un rôle de modérateur vis-à-vis des annonceurs en matière de publicité ;

Considérant les limites actuelles de la législation encadrant les publicités promouvant les aliments, gras ou sucrés ;

Considérant l'adoption en 1^{ère} lecture le 21 février dernier à l'Assemblée nationale, à l'unanimité, de la proposition de loi visant à protéger la population des dangers de la malbouffe ;

Sur proposition de Florence BERTHOUT, Jean-Baptiste MENGUY et des élus du groupe Les Républicains et Indépendants, au nom de l'exécutif,

Émet le vœu :

- Que la Ville soit particulièrement vigilante dans la mise en œuvre de l'article 19 du contrat de la concession de services qui stipule que « le concessionnaire veille à éviter toute publicité qui utilise des stéréotypes sexistes, lesbophobes, homophobes et des représentations dégradantes, dévalorisantes, déshumanisantes et vexatoire des femmes et des hommes et des rapports entre eux » ainsi que « toute publicité cautionnant toute forme de discrimination fondée sur l'origine ethnique, nationale, la religion, le sexe ou l'âge ou portant atteinte à la dignité humaine »,
- Qu'à ce titre, la Ville actionne, en cas de constat de non-respect de ses engagements par le concessionnaire, les dispositions de l'article 27-5 relative aux pénalités,
- Que la Ville soutienne un renforcement de la législation encadrant la publicité faite pour les produits gras et salés et qu'à ce titre, elle appelle de ses vœux l'adoption prochaine de la PPL visant à protéger la population des dangers de la malbouffe,
- Que la Ville sera particulièrement vigilante, dans le cadre de l'exécution du contrat, à ce que soit évité la mise en place de publicités ostensiblement en faveur de produits pouvant être considérés comme comportant des risques pour la santé publique, en particulier à proximité immédiate des établissements scolaires.