LE GROUPE
NOUVEAU PARIS
POPULAIRE

Conseil de Paris des 6, 7, 8 et 9 octobre 2026

Amendement relatif à la lutte contre les discriminations dans la publicité et la marchandisation de l'espace public

Rattaché à la délibération 2026 DFA 37

Déposé par Emile Meunier, Sophia Chikirou, Rodrigo Arenas, Sonia Chaouche, Sophie de La Rochefoucauld, Sabrina Nouri, Christophe Prudhomme, Roland Timsit, Céline Verzeletti

Vu le projet de délibération 2026 DFA 37 et la convention d'occupation du domaine public pour l'exploitation publicitaire sur les propriétés de la Ville de Paris ;

Vu l'article 225-1 du Code pénal ;

Considérant que l'espace public est un bien commun et que son usage doit répondre aux besoins des habitantes et habitants, plutôt qu'à la recherche de profits des entreprises publicitaires ;

Considérant que la publicité commerciale impose ses messages à toutes et tous, sans possibilité réelle de s'y soustraire, et transforme l'attention des passants en une ressource marchande ;

Considérant que les représentations sexistes, racistes et discriminatoires participent à la reproduction des rapports de domination et que leur diffusion commerciale contribue à les banaliser ;

Considérant que les corps, notamment ceux des femmes, ne sauraient être utilisés comme des marchandises ou des instruments de dévalorisation, d'assignation et de domination ;

Considérant que la recherche de recettes publicitaires ne saurait justifier que les propriétés de la Ville servent de supports à des messages portant atteinte à la dignité et à l'égalité ;

Considérant que les choix des annonceurs et l'autorégulation de l'industrie publicitaire ne peuvent se substituer au contrôle démocratique exercé par la collectivité sur l'usage de ses propriétés ;

Considérant que la Ville doit disposer de moyens effectifs pour interdire et faire retirer les publicités contraires à ces exigences, sans dépendre de l'accord préalable d'un organisme professionnel de la publicité ;

Considérant qu'Emmanuel Grégoire a lui-même cité les « publicités sexistes » devant le Conseil de Paris, en novembre 2023, parmi les messages publicitaires contraires aux valeurs que la Ville entend défendre ;

Le projet de délibération est ainsi amendé :

L'article 1 est complété par les dispositions suivantes :

« La convention est approuvée sous réserve des modifications suivantes :

- À l'article 4, les troisième et quatrième alinéas sont remplacés par :
  "Sont interdites les publicités contraires à la réglementation, à l'ordre public ou à la dignité humaine, ainsi que les publicités sexistes, racistes, antisémites, xénophobes, LGBTphobes ou discriminatoires. Cette interdiction comprend les représentations dégradantes fondées sur un critère de discrimination et les messages banalisant ou valorisant les violences sexistes et sexuelles."
- Le dernier alinéa de l'article 4 est remplacé par :
  "La Ville apprécie le respect de ces interdictions et peut, par décision écrite et motivée, exiger le retrait ou l'occultation d'une publicité dans un délai maximal de vingt-quatre heures, aux frais du cocontractant. Celui-ci peut présenter ses observations dans les vingt-quatre heures précédant la décision, sauf urgence justifiant une occultation conservatoire immédiate. L'intervention de la Ville n'est subordonnée à aucun avis préalable d'un organisme professionnel de la publicité."
- À l'article 10, la pénalité pour retard de retrait d'une affiche contraire à l'article 4 est portée à 1 000 euros par affiche et par jour de retard, applicable dès l'expiration du délai fixé par la Ville, sans nouvelle mise en demeure.
- À l'article 11.3, le rapport annuel comprend un bilan des signalements, des demandes de retrait, de leurs suites et des pénalités appliquées. »