V .

LES ÉCOLOGISTES

**Conseil de Paris des 6, 7, 8 et 9 février 2024**

# Vœu relatif au retrait du dispositif publicitaire géant de LVMH installé sur les Champs-Elysées

*Déposé par Emile Meunier, Frédéric Badina-Serpette, Aminata Niakaté, Fatoumata Koné, et les élu·es du groupe Les Écologistes*

Considérant l'annonce de la Maire au Conseil de Paris de décembre 2023 de supprimer la publicité commerciale à Paris dans les trois prochaines années ;

Considérant que l'installation publicitaire déposée par LVMH au 103-111 avenue des Champs-Elysées, sous la forme d'une malle géante qui enveloppe l'ensemble de l'immeuble, relève d'une publicité sur les échafaudages au titre de l'article P2.3.3 du règlement local de publicité de Paris ;

Considérant que les façades et la toiture du bâtiment sur lequel est déposée l'installation publicitaire au 103-111 avenue des Champs-Elysées sont protégées au titre des bâtiments historiques depuis 1991, et que la publicité sur ces bâtiments est par principe interdite par l'article L581-4 du Code de l'environnement ;

Considérant que le Code du patrimoine régit les rares cas de dérogations en ses articles R621-86 à R621-91, qui disposent que l'autorisation nécessite l'accord du Préfet de Région, ou de la Ministre de la Culture en cas d'évocation du dossier (R621-87), et que la surface consacrée à l'affichage ne peut excéder 50 % de la surface totale de la bâche de support (R621-90) ;

Considérant l'article P2.3.3.2 du règlement local de publicité qui dispose que la publicité ne peut excéder 16 m² de surface ni s'élever à plus de 7,50 mètres au-dessus du niveau du sol ;

Considérant que l'installation est largement supérieure à ces dimensions ;

Considérant la question écrite déposée par le groupe Les Écologistes au Conseil de Paris du mois de novembre 2023 sur le régime juridique de cette installation publicitaire ;

Considérant la réponse à cette question écrite apportée par l'exécutif, qui explique que ce dispositif entre dans le régime des enseignes temporaires immobilières et non pas d'une publicité sur échafaudage ;

Considérant pour les besoins théoriques du raisonnement qu'il s'agisse bien d'une enseigne temporaire immobilière comme l'affirme à tort l'exécutif ;

Considérant l'article R581-70 du Code de l'environnement disposant que lorsqu'il s'agit d'enseignes mentionnées au 2° de l'article R. 581-68 (à savoir les enseignes temporaires immobilières), leur surface unitaire maximale est de 10,50 mètre carrés lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol ;

Considérant en sus l'article R. 581-60 al 1 du Code de l'environnement par renvoi de l'article R. 581-70 du même code disposant que l'enseigne ne doit pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit ;

Considérant en l'espèce que la malle géante contrevient aux dispositions susmentionnées car elle englobe le toit et la saillie est supérieure à 0,25 mètre ;

Considérant que les enseignes temporaires immobilières sont régis en outre par les articles E3 et suivants du règlement local de publicité, dont le E3.3.1 sur les opérations immobilières portant sur la totalité d'un immeuble ou le E3.3.3 sur les opérations immobilières donnant lieu à des travaux ;

Considérant que le dispositif publicitaire étudié ici ne respecte pas l'article E3.3.1 lequel dispose que la bâche doit prendre la forme d'une bannière de toile, dont la hauteur ne peut excéder 6 mètres, ce qui n'est manifestement pas le cas en l'espèce ;

Considérant que ce dispositif ne respecte pas non plus l'article E3.3.3, qui dispose que la bâche doit être tendue sur un cadre, alors qu'en l'espèce il s'agit de plaques d'acier indépendante et non d'une bache, et doit prendre en compte les caractéristiques du bâtiment et du site alors même qu'une malle géante, fut-elle siglée Louis Vuitton, n'a rien à voir avec l'architecture hausmannienne remarquable de l'immeuble ;

Considérant que cette malle géante entre en infraction avec le règlement local de publicité parisien si elle est considérée comme enseigne temporaire immobilière en plus d'être contraire au Code de l'environnement ;

Considérant par conséquent, que quelque soit le régime juridique retenu (publicité ou enseigne temporaire), ce dispositif publicitaire entre en infraction avec les dispositions juridiques qui le contraignent ;

Ainsi, sur proposition de *Emile Meunier, Frédéric Badina-Serpette, Aminata Niakaté, Fatoumata Koné* et des élu·es du groupe Les Écologistes, le Conseil de Paris émet le vœu que la Ville de Paris :

- enjoigne à LVMH de procéder au plus vite au retrait de ce dispositif publicitaire.