

Pour renforcer la lutte contre l’affichage sauvage et les graffitis à Paris.

Note à Madame Hidalgo et au Conseil de Paris

En 2020, la propreté fût, avec la sécurité, un des enjeux importants de l’élection municipale à Paris.

Au cours de la mandature précédente, les parisiens avaient exprimé de différentes façons leur « insatisfaction » sur cet item.

Déjà en 2017, la Mission d’évaluation présidée par la Maire du 5^{ème} avait tiré le signal d’alarme et formulé 45 propositions.

<https://cdn.paris.fr/paris/2020/11/26/8073af5e1e5fbd50d24cee71f5e819bf.pdf>

Dans le même temps, un rapport commandé par l’adjoint Péninou confirmait le constat.

La majorité sortante réélue a programmé une trajectoire budgétaire d’un doublement du budget propreté à la fin de la mandature avec un objectif de 1 milliard d’€.

Trois ans après, le bilan est relativement positif avec toutefois des disparités de quartiers.

Sous l’impulsion de Colombe Brossel et grâce à des mesures organisationnelles et budgétaires (avec des matériels plus performants comme le fameux « Glutton ») la Direction de la propreté et de l’eau (DPE) fait preuve de dynamisme et d’efficacité.

La propreté des rues **au sens strict** s’est nettement améliorée même si tout n’est pas parfait. Et l’auteur de ces lignes qui échange fréquemment avec les équipes de terrain a pu constater un bon niveau de motivation des personnels (niveau que l’on ne retrouve pas toujours dans d’autres Directions qui impactent pourtant elles aussi la vie quotidienne des parisiens).

De la même manière, la réactivité de cette Direction aux signalements sur le site municipal « DansMaRue » s’est renforcée.

En revanche, la question des graffitis et de l’affichage sauvage (qui sont des éléments importants et visuels de la propreté) reste le « point noir » de ce bilan à mi-parcours.

C’est l’objet de cette note qui évoque rapidement le constat avant de proposer des pistes de réflexions et d’actions.

L’auteur est un simple citoyen, **libre**, contribuable, « gros » contributeur du site participatif « DansMaRue » et soucieux de l’amélioration de l’espace public parisien.

Le Constat.

Il suffit de se promener dans n'importe quel quartier de Paris pour constater que les murs, les mobiliers urbains et parfois des éléments patrimoniaux sont massivement souillés par l'affichage sauvage et les graffitis.

L'affichage sauvage a de multiples objets :

- Commercial, c'est le plus massif, il est omniprésent et permanent.
- Politique, il est systématique de la part de certains partis.
- Particuliers, pour la recherche d'un animal disparu, l'offre de travail chez des particuliers, la quête ou la vente d'un logement voire d'un véhicule, etc.
- Culturel ou associatif pour annoncer un spectacle ou un évènement.

Ce mode d'action est en théorie assez simple à combattre puisque par définition la mairie dispose d'éléments pour identifier et contacter le « donneur d'ordres ».

Les graffitis répondent à des critères multiples.

Entre l'alibi du Street art (encensé voire promu par certains élus), les slogans politiques, le « nombrilisme » de quelques vandales qui laissent leurs signatures et le simple défouloir, la palette est large.

Ce type de vandalisme est le plus difficile à éradiquer.

Il convient donc de lui déclarer la guerre et d'actionner ou de développer tous les moyens juridiques, techniques et humains possibles.

Certains quartiers sont plus vandalisés que d'autres. On observe notamment une distorsion entre la rive gauche moins touchée par ce phénomène et la rive droite notamment le nord-est (10,18,19 et 20ème) et, pour l'affichage publicitaire, le Centre, qui sont les plus victimes de ce vandalisme.

S'il n'y a pas de solution miracle, ni de « yakafokon », il existe néanmoins des pistes à étudier voire des solutions à mettre en œuvre sauf à continuer de **nettoyer les écuries d'Augias aux frais des contribuables** et de laisser perdurer le mécontentement des parisiens.

L'objet de la présente note c'est d'essayer de proposer des pistes de réflexion, voire de décisions pour éradiquer ce vandalisme en pleine croissance.

Certaines de ces pistes sont parfois déjà mises en œuvre mais d'une manière un peu timide et non généralisée.

18 axes pour gagner cette guerre contre ce vandalisme.

1. « **Afficher** » très clairement une politique de **tolérance zéro** à l'égard de **toutes** les formes de graffitis et d'affichages sauvages **quel qu'en soient les auteurs ou la nature des messages diffusés.**
2. **Créer un process** et une structure chargés de contacter les afficheurs « identifiés et joignables » pour, en premier ressort, attirer leur attention sur l'illégalité de leur méthode et les risques judiciaires qu'ils encourent et leur demander de retirer leurs affiches d'eux-mêmes. Cette action « pédagogique » serait très utile auprès des particuliers et des associations qui pratiquent ponctuellement l'affichage sauvage.
3. **Concier avec les structures associatives et culturelles** pour créer des outils de communication efficaces ou améliorer l'existant afin de leur permettre de publier leurs événements sans recourir à l'affichage sauvage.
4. **Augmenter de manière importante le nombre de panneaux d'affichages libres** (hors panneaux municipaux vitrés) pour respecter voire dépasser les obligations de la loi de 1979 intégrées au Code de l'environnement :

Article R581-2

La surface minimale que chaque commune doit, en vertu des dispositions du deuxième alinéa de l'article **L. 581-13**, réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante :

1° 4 mètres carrés pour les communes de moins de 2 000 habitants ;

2° 4 mètres carrés plus 2 mètres carrés par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;

3° 12 mètres carrés plus 5 mètres carrés par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

5. **Ne passer aucun contrat (gré à gré ou marché public)** avec des prestataires, partenaires ou associations qui se livrent à l'affichage sauvage/graffitis publicitaires ou autres.
6. **Elaborer une cartographie** de ce vandalisme et déterminer des zones de vandalisme massif et récurrent en sélectionnant des points à mettre sous surveillance en partenariat avec la Préfecture de police, notamment grâce aux caméras de vidéo protection.
7. **Demander aux « deux polices » d'intervenir systématiquement**, de verbaliser et d'enquêter sur les commanditaires des affichages publicitaires lorsqu'ils prennent un afficheur en flagrant délit. Il est parfois « irritant » de voir passer un équipage en maraude à proximité d'une opération d'affichage sauvage sans intervenir.

8. Porter systématiquement plainte contre les vandales.

- 8.1. La ville peut exciper **d'un intérêt à agir** dans tous les cas de vandalisme sur l'espace public, au nom de son image de marque, de l'impact négatif sur le tourisme et des dépenses engagées pour le nettoyage.

Pour rappel : « *Le retrait de ces affiches a un coût financier significatif pour la collectivité dans la mesure où il mobilise chaque jour entre 30 et 40 agents de la ville pour retirer environ 1 600 m² d'affiches réparties sur 500 spots* » (Colombe Brossel).

S'il est vrai que le parquet semble contester cet intérêt à agir lorsque ce sont des façades « non municipales » qui sont concernées, le droit Français et la jurisprudence sont souvent suffisamment riches pour offrir une « porte d'entrée ».

La Direction des Affaires Juridiques de la Ville doit être mise à contribution pour, malgré les difficultés évoquées, trouver des arguments de droit pour faire valoir cet intérêt à agir.

La proposition 10 sur la création d'un Groupement d'intérêt public pour la propreté de Paris (GI3P) pourrait lever les restrictions du parquet dans le cadre de plaintes par cette structure.

- 8.2. **Il faut en finir avec l'esprit de tolérance** qui distinguerait le vandalisme pour des causes justes des autres. Le vœu de 2019 demandant de faire preuve de tolérance à l'égard des « collages » anti féminicides était une erreur qui a ouvert une boîte de Pandore. Qui décidera qu'une cause est juste et une autre injuste ? « *Dura lex sed lex.* ». Quel que soit le message réel ou supposé, un graffiti ou un affichage est illégal, nuit à l'environnement et coute cher aux contribuables mais aussi à l'esprit civique.

- 8.3. **De la même manière, l'affichage politique** y compris en période électorale est régi par des règles. Certains partis s'en affranchissent allègrement rompant au passage le principe de l'égalité de traitement des partis avec une sorte de monopole du vandalisme. Il convient de leur rappeler ces règles et, le cas échéant, leur infliger le traitement de droit commun.

« *Le code électoral dispose que, « pendant la durée de la période électorale, dans chaque commune, des emplacements spéciaux sont réservés par l'autorité municipale pour l'apposition des affiches électorales », et que, « pendant les six mois précédant le premier jour du mois d'une élection [...] tout affichage relatif à l'élection [...] est interdit en dehors de cet emplacement ou sur l'emplacement réservé aux autres candidats ».*

- 8.4. La question se pose à l'identique pour l'affichage sauvage lié à des activités culturelles. A l'ère d'internet et des réseaux sociaux, la communication de ces structures dispose d'autres voies possibles, légales et plus rentables. D'autant plus que la ville met ses outils de communication à la disposition des associations <https://www.paris.fr/pages/les-panneaux-d-affichage-5324>
- 8.5. Il est anormal que des structures subventionnées par la ville se livrent à cette activité délictuelle. Il faut faire signer **une Charte de bonne pratique** à toutes les structures subventionnées par la ville en en faisant une condition sine qua non de l'attribution et en prévoyant, dans la Convention, le remboursement en cas de non-respect de cette Charte. Dans la même logique, **la ville doit refuser son logo** à toute structure ou évènement qui ne respecterait pas ce principe de légalité : zéro affichage sauvage.
9. **Mettre en œuvre une procédure spécifique** pour certains afficheurs frénétiques. On peut citer les expositions temporaires de tapis prétendument issus des douanes. Ces ventes durent 1 ou 2 jours et sont annoncées à l'avance via des affiches en carton autour des lampadaires. Il y a matière à organiser avec des services de l'Etat des « descentes » pour effectuer un certain nombre de contrôles : fiscal, para fiscal, droit du consommateur, etc. Derrière ces ventes on sait qu'il y a des réseaux. Ces opérations « coups de poings » médiatisées auraient un effet dissuasif.
10. **Inciter les copropriétés** privées et les établissements publics ou para publics à porter plainte et/ou à s'associer aux plaintes de la ville.
- Pour ce faire, pourquoi ne pas organiser et amplifier la concertation et la coordination des "victimes" de ce vandalisme, qu'elles soient publiques para publiques ou privées ?
- La création d'un **Groupement d'intérêt public pour la propreté de Paris (GI3P)**, si elle est juridiquement possible, ne permettrait-elle pas de mutualiser les moyens et de coordonner les actions préventives, curatives et répressives ?
11. **Préparer les services de la ville** à la mise en œuvre de ses nouvelles compétences en matière de police de la publicité attribuées par la Loi Climat & Résilience pour une réactivité immédiate **et ferme** dès le 1^{er} janvier 2024.
12. **Requérir** des amendes et des dommages et intérêts **maximums** avec des travaux d'intérêt général, réellement exécutés et affectés au nettoyage des œuvres des vandales.
13. **Porter une réforme législative** avec les députés parisiens pour obtenir des simplifications de procédures et un durcissement des amendes.

A cet égard, il serait temps d'examiner la légalité des prestataires de services sur Internet qui vendent leurs services d'affichage sauvage en tant que tel et en intégrant les éventuelles amendes dans leur devis.

Comment interdire ces entreprises ? S'il n'est pas possible de les interdire, la mairie pourrait sensibiliser Etat à cette question.

Suivant la leçon d'Al Capone qui n'est pas « tombé » pour ses crimes mais pour des délits fiscaux, les services de l'Etat, sollicités par la ville, pourraient lancer des enquêtes fiscales parafiscales avec un versus droit du travail contre ces « prestataires ».

14. **Nommer et dénoncer** publiquement sur tous supports de communication (sites municipaux, réseaux sociaux, etc.) les marques/entreprises qui se livrent systématiquement à l'affichage sauvage pour promouvoir leurs produits/événement.
15. **Communiquer régulièrement aux parisiens.**
 - 15.1. Les coûts budgétaires et écologiques du vandalisme (tableau de bord mensuel).
 - 15.2. Les actions menées, leurs résultats, le montant des amendes infligées et des dommages et intérêts obtenus **en citant, lorsque la loi le permet, les vandales condamnés.**
16. Tenir compte de ce vandalisme omniprésent pour concevoir et installer des mobiliers urbains moins susceptibles de le subir (matériaux et peintures anti graffiti notamment) et qui permettent un nettoyage plus facile et moins onéreux.

Sur ce point, la ville de Paris avait très justement imposé, a/c de 2019, de nouvelles barrières de chantier perforées pour rendre plus difficile l'affichage sauvage et, de manière non accessoire, de rendre ces barrières plus stables lors des « coups de vent ». Exit donc les barrières grises/vertes. Sauf que ces dernières sont encore souvent présentes de manière illégale sur les chantier (*message personnel de rappel à la DVD qui doit contrôler le bon respect du règlement de voirie et du 8^{ème} protocole de bonne tenue des chantiers de la ville*).



2018

2019

Agrément Mairie de Paris 2013-6 Type A02

Agrément Marie de Paris BVP2 – FORNELLS A-02



17. Intégrer dans la réflexion sur cette problématique la question **des graffitis en hauteur** réalisés le plus souvent grâce aux échafaudages des travaux de ravalement ou par un accès mal protégé sur les toits (préventif, répressif et curatif).

18. **Réagir plus rapidement** pour l'enlèvement des affiches et des graffitis.

18.1. L'intérêt des vandales est que leurs « œuvres » soient visibles le plus longtemps possible pour des raisons égotiques, politiques ou commerciales. La rapidité d'enlèvement de ces graffitis/affiches est donc primordiale.

18.2. Il est souhaitable que les services de la DPE soient informés quasiment en temps réel.

18.3. Il est donc impératif de **demander** aux responsables des établissements de la ville (écoles, gymnases, centres de loisirs, bibliothèques, etc.) de s'inscrire dans « la démarche DMR » et de signaler systématiquement, **dès leur apparition** ces actes de vandalisme.

Dans le même esprit, il faut inciter les responsables de structures publiques, parapubliques, associatives (collèges, lycées, établissements scolaires privés, bailleurs sociaux, EDF, GRDF, postes, établissements culturels, RATP et SNCF pour leurs emprises en surface, etc.) à faire de même.

Dans ce cadre, la ville pourrait élaborer et signer une convention avec l'ensemble de ces acteurs concernés par ce vandalisme (cf. GI3P § 10)).

18.4. **Analyser et évaluer les effets du nouveau contrat propreté** de Paris avec ses prestataires de services (novembre 2022).

Ce nouveau contrat pose problème et nécessiterait d'être évalué et le cas échéant amendé par voie d'avenants.

Il ne faut pas se mentir : ces modifications par rapport à l'ancien contrat ont uniquement des justifications budgétaires et comportent des inconvénients qui freinent l'action propreté.

En résumé :

- En positif, il y a des améliorations en termes d'objectif de délais d'interventions de 14 jours à 7 jours dans les quartiers les plus sollicités, définis en lien avec les mairies d'arrondissement.
- Lorsque qu'un graffiti est retiré, ceux à proximité sont nettoyés aussi
- Tous les mobiliers et boîtiers divers accolés aux façades sont également nettoyés, ce qui permet une homogénéité du traitement. (Même sans avoir été signalés).

- Mais, en négatif, le mobilier urbain (sauf § précédent) et les rideaux métalliques ne feraient plus l'objet d'interventions à chaque DMR. Les prestataires s'engagent sur un entretien annuel sauf demandes ponctuelles des maires d'arrondissement sur bons de commandes donc avec une facturation supplémentaire.
- Cette disposition pose trois types de problèmes :
 - ✓ Elle constitue une régression par rapport au marché antérieur.
 - ✓ Elle assure une durée de vie d'un an aux graffitis sur ces mobiliers et ces rideaux de commerçants.
 - ✓ Elle remet en cause la théorie de la vitre cassée.

« Cette théorie, nommée « broken windows » en anglais, a été définie en 1982 par George L. Kelling et James Q. Wilson, en partant du principe que, « si une vitre est cassée et n'est pas réparée, toutes les autres vitres connaîtront bientôt le même sort ». L'idée est que, dès que se multiplient des signes d'abandon, le vandalisme tend à se manifester, suivi de comportements violents (vols, agressions, etc. ».

18.5 Motiver et mobiliser les Conseils de quartiers contre ce vandalisme en leur donnant la possibilité de demander des opérations ponctuelles de nettoyage global (affichage et graffitis) d'une rue ou d'un quartier très atteint par ce vandalisme.

En guise de conclusion.

Sans méconnaître les progrès réalisés dans le domaine de la propreté à Paris, depuis 2020, force est de constater que sur l’affichage sauvage et les graffitis, la Mairie de Paris a une marge de progression.

Il ne faut pas minorer l’impact de ce vandalisme sur l’environnement des parisiens.

D’abord parce qu’un environnement dégradé entraîne la dégradation à proximité et, sur le long terme, est plus difficile à remettre en état.

Ensuite parce que le nettoyage de ce type de vandalisme a un coût élevé pour la collectivité donc pour les contribuables.

Enfin car il a également un coût non négligeable au plan écologique.

On pourrait aussi souligner que ces « incivilités » créent un état d’esprit incivique chez certains acteurs ou spectateurs de ce vandalisme. Les valeurs de respect de la Loi, de la propriété individuelle ou collective et des autres tout simplement, doivent être rappelées et défendues.

Sur ce point, la municipalité semble faire preuve de « timidité » ou de restriction mentale.

Comme si ces valeurs étaient des valeurs réactionnaires alors qu’elles constituent des conditions « sine qua non » du bien et mieux vivre ensemble.

Comme si « interdire » (dans le discours comme dans l’action) l’affichage sauvage ou le graffiti serait « de droite » ou attentatoire à la liberté d’expression voire de création.

Les citoyens attendent beaucoup de leurs élus et sont parfois déçus. Il y a un besoin d’ordre juste qui faute d’être pris en compte par une partie de l’échiquier politique transporte des électeurs vers l’extrémité de l’autre partie de cet échiquier.

Est-il absurde de penser et de souhaiter que ce sujet puisse faire l’unanimité au Conseil de Paris pour définir une politique et des moyens efficaces pour gagner ce combat civique ?

Paris, le 28 juin 2023

Jean-François DAULL

