



Résultats de la consultation

des habitant.e.s de la métropole de Lyon
sur la place de la publicité dans l'espace public

Une consultation inédite

1 mois de consultation – février 2019

10.000 participant.e.s

8.000 habitant.e.s de la métropole (retenu.e.s pour les résultats)

Consultation en ligne et passation de questionnaires dans la rue

Un travail conjoint du Collectif Plein la Vue



et de l'Union des Comités d'Intérêts Locaux



Importance de la publicité dans l'espace public

Pour 92 % des habitants interrogés, il y a **beaucoup trop de publicité** (68%) ou **trop de pub** (24%) dans les rues.

Installation d'écrans publicitaires (écrans vidéos) dans les rues

97 % des habitants interrogés sont **très défavorables** (90%) ou **défavorables** (7%) à l'installation des écrans publicitaires.

Taille maximale souhaitée pour les panneaux publicitaires

2 m² maximum pour 78 % des habitants

Publicité au sommet des immeubles

95 % des habitants sont **pour la suppression** de ces supports publicitaires.

Publicité sur bâches permanentes

96 % des habitants sont **contre l'utilisation** de ces supports publicitaires.

Bâches de chantier publicitaires

50 % des habitants sont **contre l'utilisation** de ces supports publicitaires.

33 % sont pour, 17 % sans avis.

Publicité sur bâches événementielles (temporaires)

86 % des habitants sont **contre l'utilisation** de ces supports publicitaires.

Extinction des enseignes et vitrines

Pour 69 % des habitants, les enseignes et vitrines doivent être **éteintes dès la fermeture**.

Pour 80 % des habitants, les enseignes et vitrines ne doivent être **allumées qu'à l'ouverture**.

Extinction des panneaux publicitaires lumineux

Ces panneaux doivent être **toujours éteints** pour 73 % des habitants.

