

**CONSEIL DU 8<sup>e</sup> ARRONDISSEMENT**

**SÉANCE DU 2 JUIN 2026**

**VCEU**

**déposé par Sylvie DAO-BERNA, Catherine LÉCUYER, Eric SCHAHL, Stéphanie MAMAN,  
Erwan LECLERC, Laurence RIOT LAMOTTE et Ronan GUÉVEL**

**Relatif au lancement par la Mairie de Paris de campagnes de communication et de sensibilisation pour le respect du Code de la route par les cyclistes et contre la pollution générée par les jets de mégots**

**Considérant** que l'évolution des usages de l'espace public parisien a entraîné une massification de la pratique du vélo et l'apparition de nouvelles mobilités (trottinettes, gyropodes) nécessitant une cohabitation harmonieuse et sécurisée avec les piétons, qui demeurent les usagers prioritaires et les plus vulnérables de l'espace public ;

**Considérant** la multiplication alarmante des comportements dangereux de la part d'une proportion significative de cyclistes, caractérisés par le non-respect des feux tricolores, le refus de priorité aux passages piétons, la circulation illicite et le stationnement gênant sur les trottoirs, sans oublier l'absence de signalisation des changements de direction, générant une accidentologie en hausse et un sentiment d'insécurité chronique, notamment chez les personnes âgées et les familles ;

**Considérant** que l'aménagement de pistes cyclables, aussi nécessaire soit-il, est notoirement insuffisant s'il ne s'accompagne pas d'une politique proactive d'éducation à la sécurité routière et d'acculturation au respect mutuel dans l'espace public ;

**Considérant**, par ailleurs, la persistance inacceptable du fléau des jets de mégots de cigarettes sur la voie publique, une incivilité banalisée qui porte gravement atteinte à la propreté de Paris en général et de notre arrondissement en particulier ;

**Considérant** l'impact écologique désastreux de ces déchets, sachant qu'un seul mégot peut polluer jusqu'à 500 litres d'eau, met plus d'une décennie à se dégrader, et libère des milliers de substances chimiques toxiques (nicotine, métaux lourds, microplastiques) dans les réseaux d'assainissement et la Seine ;

**Considérant** le coût exorbitant que représente le ramassage quotidien de millions de mégots pour les finances de la Ville, mobilisant des ressources humaines et matérielles qui feraient défaut à d'autres missions essentielles de nettoyage ;

**Considérant** l'incapacité d'une approche purement répressive à endiguer seule ces phénomènes de masse sans une stratégie préalable et continue d'information citoyenne ;

**Considérant** l'absence d'initiative significative de la Mairie de Paris en matière de campagnes publicitaires de grande ampleur sur ces deux sujets cruciaux ;

**Considérant** que la Ville de Paris détient un monopole et une force de frappe médiatique colossale à travers ses réseaux d'affichage sur le Mobilier Urbain pour l'Information (MUPI), ses panneaux lumineux, ses plateformes numériques et ses publications, outils régulièrement utilisés pour d'autres causes mais délaissés pour lutter contre ces incivilités du quotidien ;

**Sur proposition de Sylvie DAO-BERNA, Adjointe à la Maire du 8e arrondissement, et des élus de la majorité, le Conseil du 8e arrondissement émet le vœu que la Mairie de Paris :**

1. **Élabore et déploie, dans un délai n'excédant pas le prochain semestre, deux campagnes de communication "choc" et de grande envergure**, distinctes mais complémentaires, dédiées d'une part à la sécurité piétonne face aux cyclistes, et d'autre part à la lutte contre les jets de mégots.
2. **Mobilise de manière massive l'ensemble de son parc de Mobilier Urbain** (réseaux d'abribus, mâts, colonnes Morris, panneaux numériques) pour assurer une visibilité maximale de ces campagnes dans tous les quartiers de la capitale, avec une densité renforcée dans les zones de forte hyper-fréquentation touristique et professionnelle comme le 8e arrondissement.
3. **Axe la campagne destinée aux usagers des mobilités douces** sur des messages clairs et sans ambiguïté rappelant l'obligation stricte de respecter le Code de la route (feux rouges, sens interdits non autorisés) et la priorité absolue due aux piétons.
4. **Axe la campagne de lutte contre les mégots** sur une double approche : la prise de conscience de l'impact environnemental irréversible sur l'eau et la biodiversité, et un rappel ferme des sanctions financières encourues pour abandon de déchets sur la voie publique.
5. **Pérennise cette démarche** en inscrivant ces deux campagnes dans une rotation annuelle obligatoire au sein du plan de communication institutionnel de la Ville, afin de transformer durablement les mentalités et d'instaurer une véritable culture du respect de l'espace public partagé à Paris.