

Résultats de la consultation

des habitant.es de Villeurbanne
sur la place de la publicité dans l'espace public

Une consultation inédite

1 mois de consultation – février 2019

932 habitant.es de Villeurbanne (retenu.es pour les résultats – sur plus de 8 000 participant.es à l'échelle métropolitaine)

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 **93 %** des habitant.es interrogé.es, il y a **beaucoup trop de publicité** (68 %) ou **trop de pub** (25 %) dans les rues

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

97 % des habitant.es interrogé.es sont **très défavorables** (91 %) ou **défavorables** (6 %) à l'installation des écrans publicitaires

Taille maximale souhaitée pour les panneaux publicitaires

2 m² maximum pour **77 %** des habitant.es

Publicité au sommet des immeubles

97 % des habitant.es sont **pour la suppression** de ces supports publicitaires

Publicité sur bâches permanentes

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

Bâches de chantier publicitaires

48 % des habitant.es sont **contre l'utilisation** de ces supports publicitaires. 34 % sont pour, 18 % sans avis

Publicité sur bâches événementielles (temporaires)

85 % des habitant.es sont **contre l'utilisation** de ces supports publicitaires

Extinction des enseignes et vitrines

Pour **70 %** des habitant.es, les enseignes et vitrines doivent être **éteintes dès la fermeture**

Pour **81 %** des habitant.es, les enseignes et vitrines ne doivent être **allumées qu'à l'ouverture**

Extinction des panneaux publicitaires lumineux

Ces panneaux doivent être **toujours éteints** pour **76 %** des habitant.es