



MÍDIA EXTERIOR NA FRANÇA

SEPEX-RJ

Objetivo do Trabalho



Ameaças de Proibições

Argumento: existe Publicidade em outros Países

Simple Transposição de Modelos Externos
= Insucesso

Depois de 30 anos: Nova Legislação

- Cód. Ambiental de 14 de julho 2010.
- Artigos L.581-1 a L.581-45
- Tem Conexão com a Legislação de Urbanismo, Código Patrimonial, Transportes, etc.

A Publicidade é reconhecida nacionalmente como uma Atividade Econômica legítima.



Cronograma de Implantação da Nova Lei (2010)

	1º de Julho 2012	13 de Julho 2015	1º de Julho 2018	14 de Julho 2020
Antigos RLP	Novos Dispositivos não enquadrados explicitamente pelo RLP		Todos os dispositivos não enquadrados explicitamente pelo RLP - Todas as novas regras não mencionadas no RLP	Todos os Novos Dispositivos
Fora RLP	Novos Dispositivos	Novos Pré-letreiros derogatórios	Todos os Dispositivos	
Novos RLP	Todos os dispositivos a N+6 (N=data de publicação do RLP)			

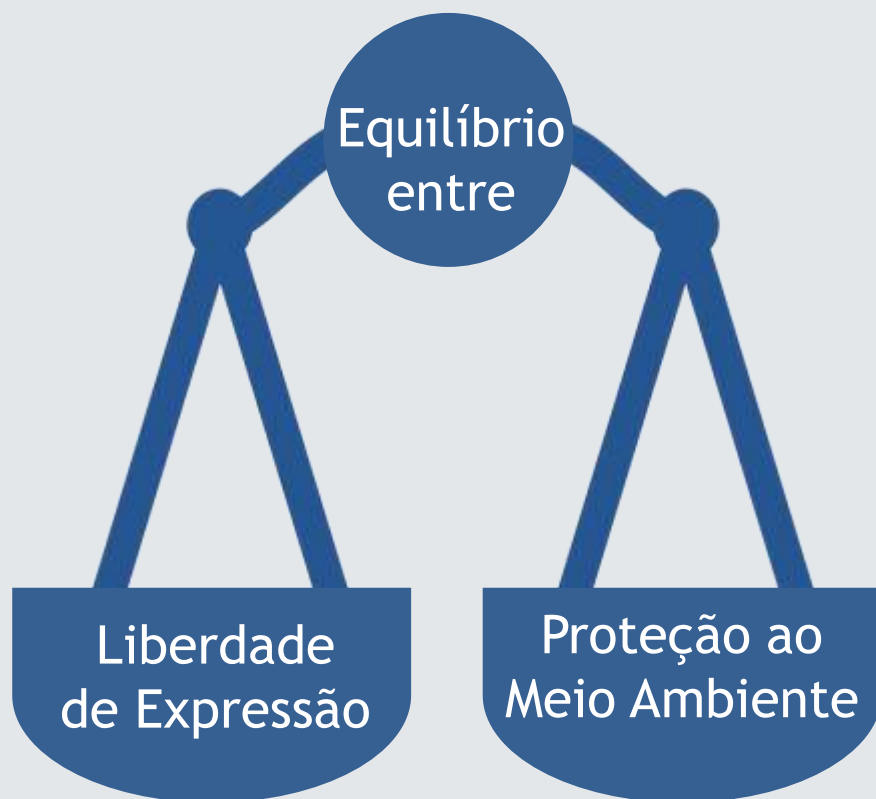
Um dos princípios fundamentais da
Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão
no artigo L.581-1:

“Todos têm direito de exprimir
e divulgar informações e ideias de qualquer natureza,
seja por meio de Publicidade, Letreiros
e Pré-letreiros.”

Não aborda o aspecto da mensagem,
apenas Formato, Implantação e Sinalização.

Princípios Básicos

Artigo L.581-1



“Não pode instituir medidas que tenha como efeito proibir, de maneira geral e absoluta, a Publicidade, *pode sim, identificar zonas reduzidas nas quais a Publicidade é proibida.*”

Objetivos

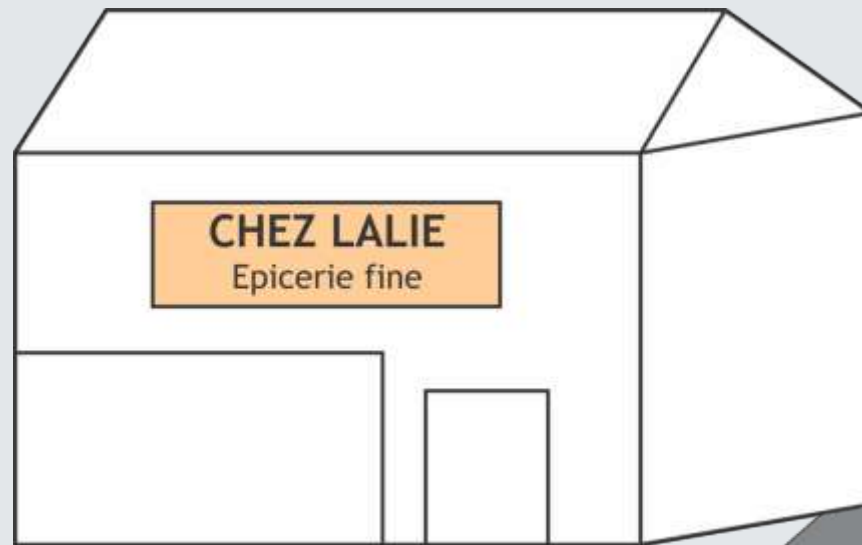
- Promover o Desenvolvimento da Paisagem e do Patrimônio Nacional.
- Lutar contra Poluição Visual.
- Reduzir o Consumo de Energia.
- Suprimir Dispositivos Luminosos Noturnos.
- Reduzir os Formatos da Publicidade Digital.





Curso Agosto/2012

Uma Nova Regulamentação para Exibição Publicitária



CHEZ LALIE
Epicerie fine
à 50 mètres



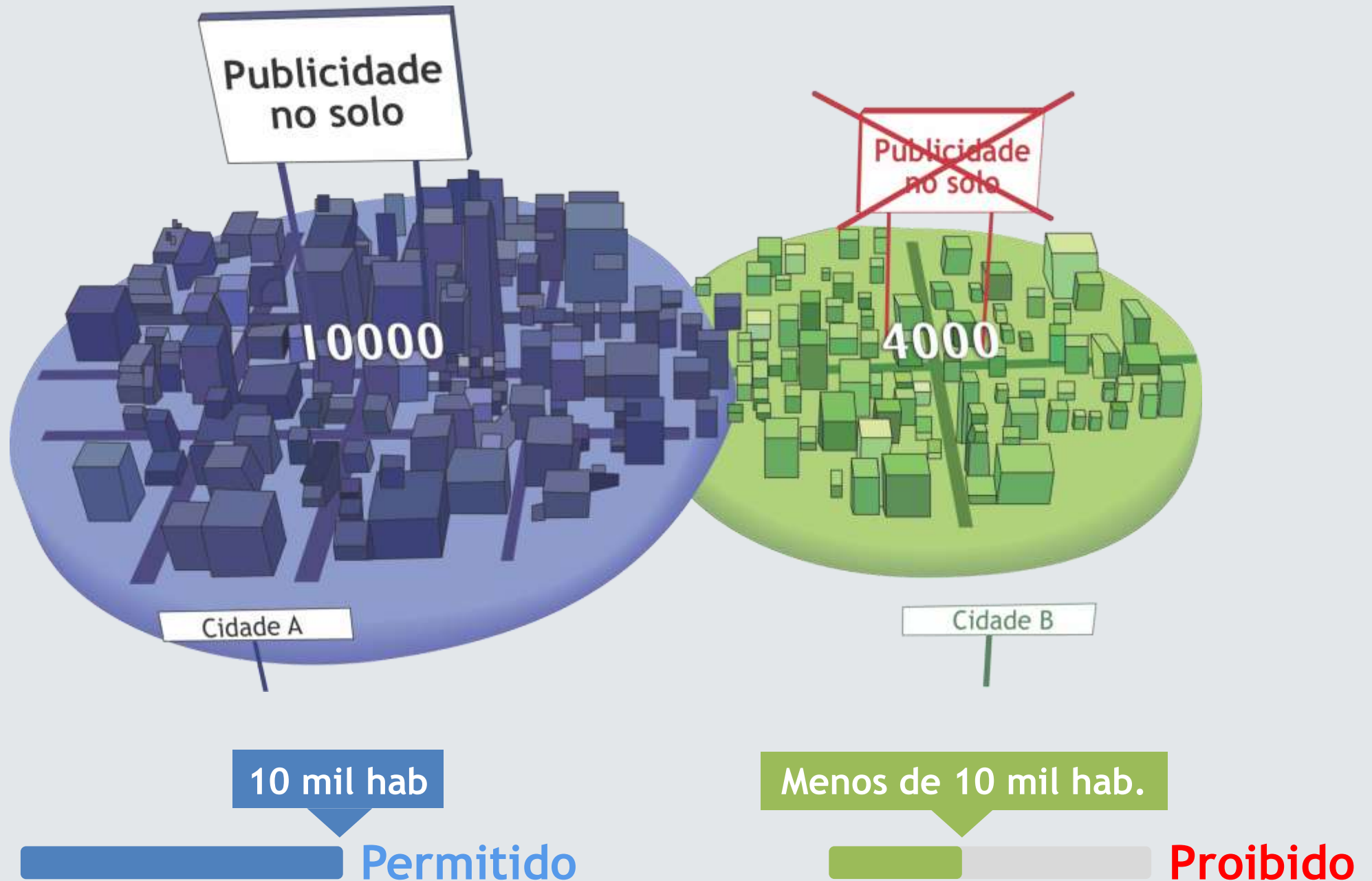
LES EPICES BIO
une vraie valeur,
de vraies saveurs

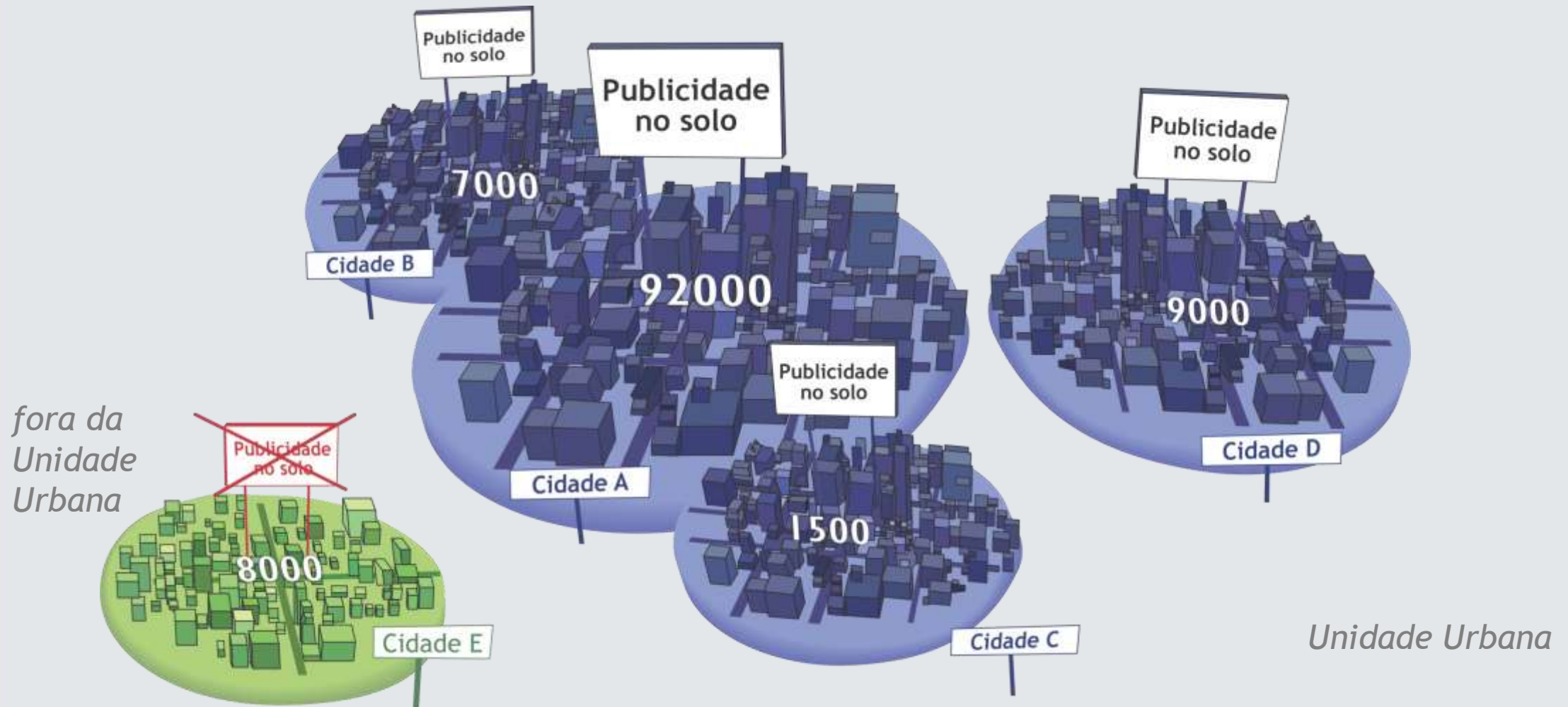


Densidade:

É um princípio que regula onde a Publicidade é permitida ou proibida.

Esta regra é para Publicidade
Luminosa e não Luminosa,
em Muros ou instalada no Solo.





Menos de 10 mil hab.

Cidades A, B, C e D pertencem a uma
Unidade Urbana de mais de 100 mil hab.

Proibido

Permitido

Derrogações Fora das Aglomerações



Aeroportos, Estações de Trens ou proximidade imediata dos Centros Comerciais.



Mobiliário Urbano

Abrigo de Ônibus

Tem Publicidade,
exceto onde estão
instalados fora da
Aglomeração.





Coluna de Cartazes

Tradicional no centro das cidades, inclusive Paris. Só pode receber Anúncios de Espetáculos ou conotações Culturais.

Mastro Porta-cartazes

Podem ser usados exclusivamente para Anúncios de conotações Econômicas, Sociais, Culturais ou Esportivas.



Mobiliário Urbano de Informação

Chamados de
“Pirulitos” ou “Raquetes”.
Pode ter informação não
Publicitária de caráter geral
ou local, ou obras artísticas.



Bancas de Jornal e Quiosques

Normalmente colocam Anúncios das manchetes de publicações à venda, neste caso são Letreiros.



Proibições

- Bancos Públicos

- Lixeiras

- Banheiros Públicos

- Lixeiras Seletivas

- Relógios



6m

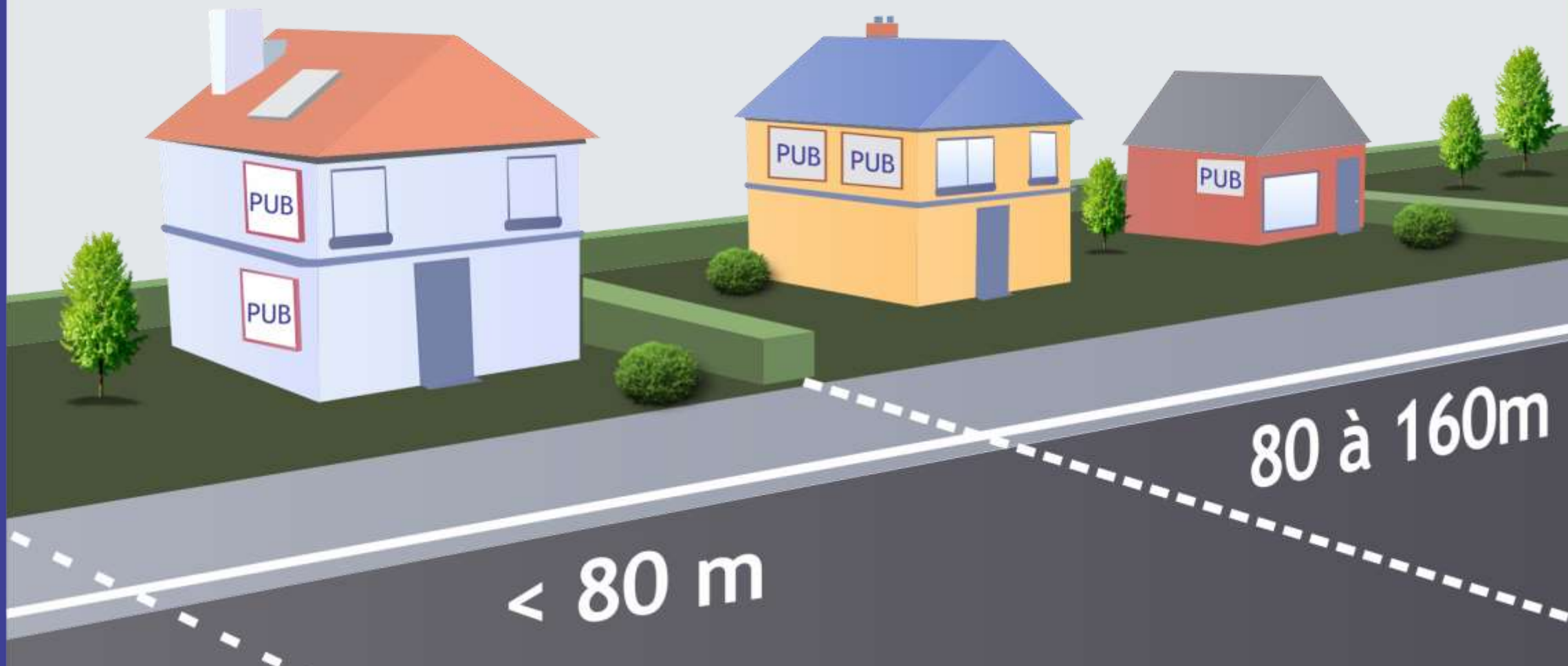


6m

Regras de Implantação

Painel Mural

Unidade Fundiária com até 80 metros:
apenas um muro pode ter Publicidade com até 2 anúncios
Superpostos ou Justapostos. De 80 a 160 m pode ter mais um.



Painel no solo

Unidade Fundiária



Veículos Terrestres

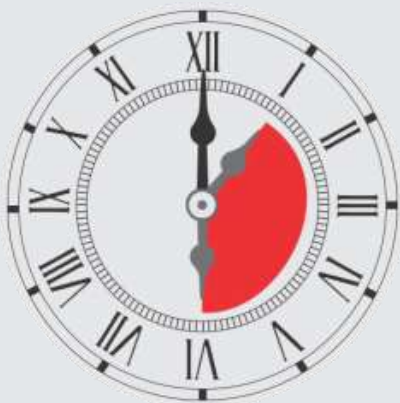


O caminhão de entregas e o ônibus não são utilizados ou equipados especialmente para suporte publicitário.

Esse veículo é exclusivamente para suportar Publicidade.

Publicidade Luminosa

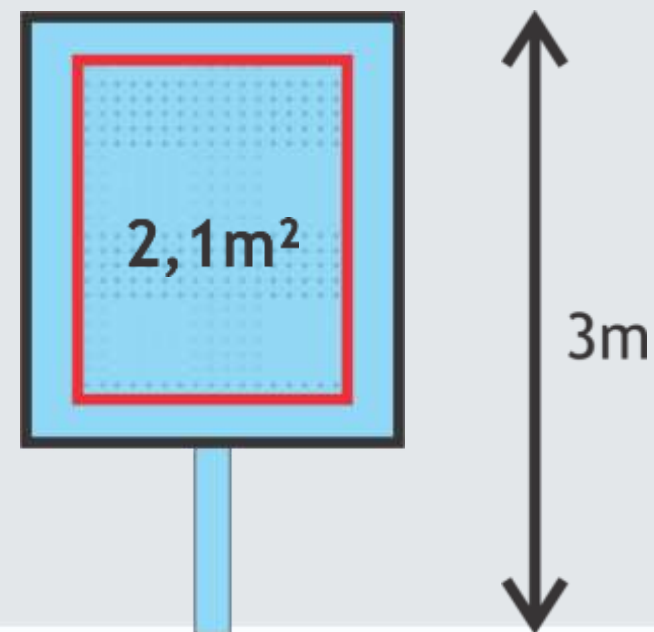
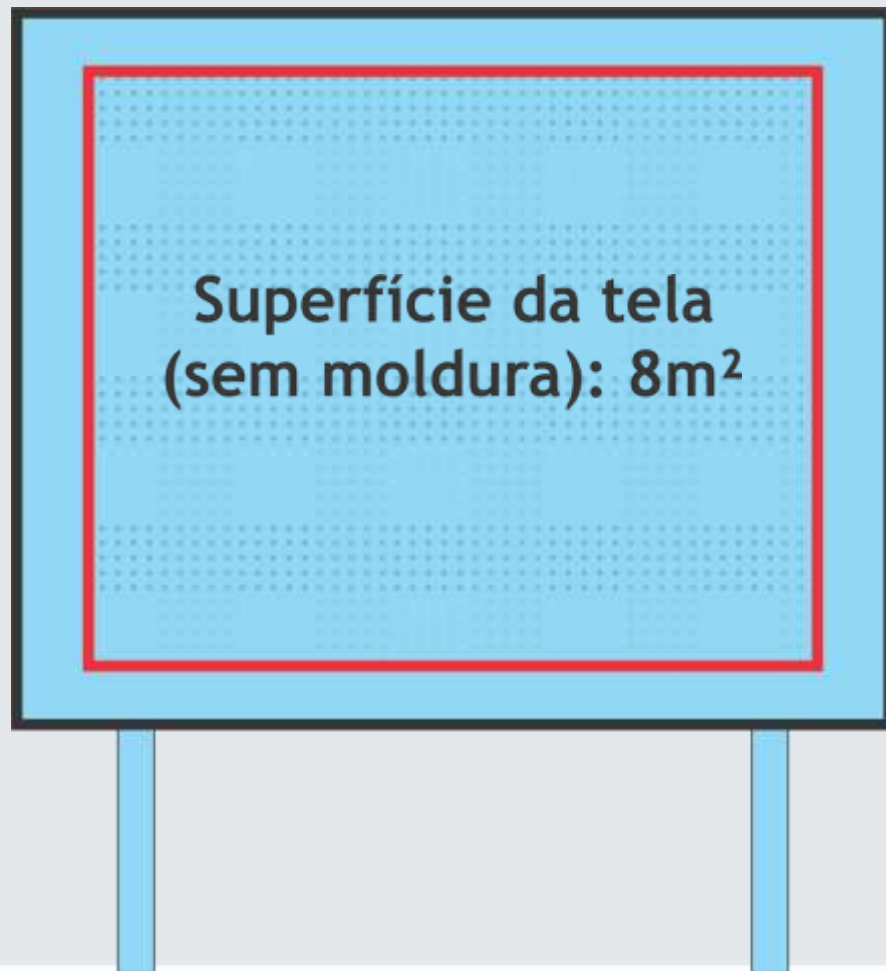
Extinção Noturna



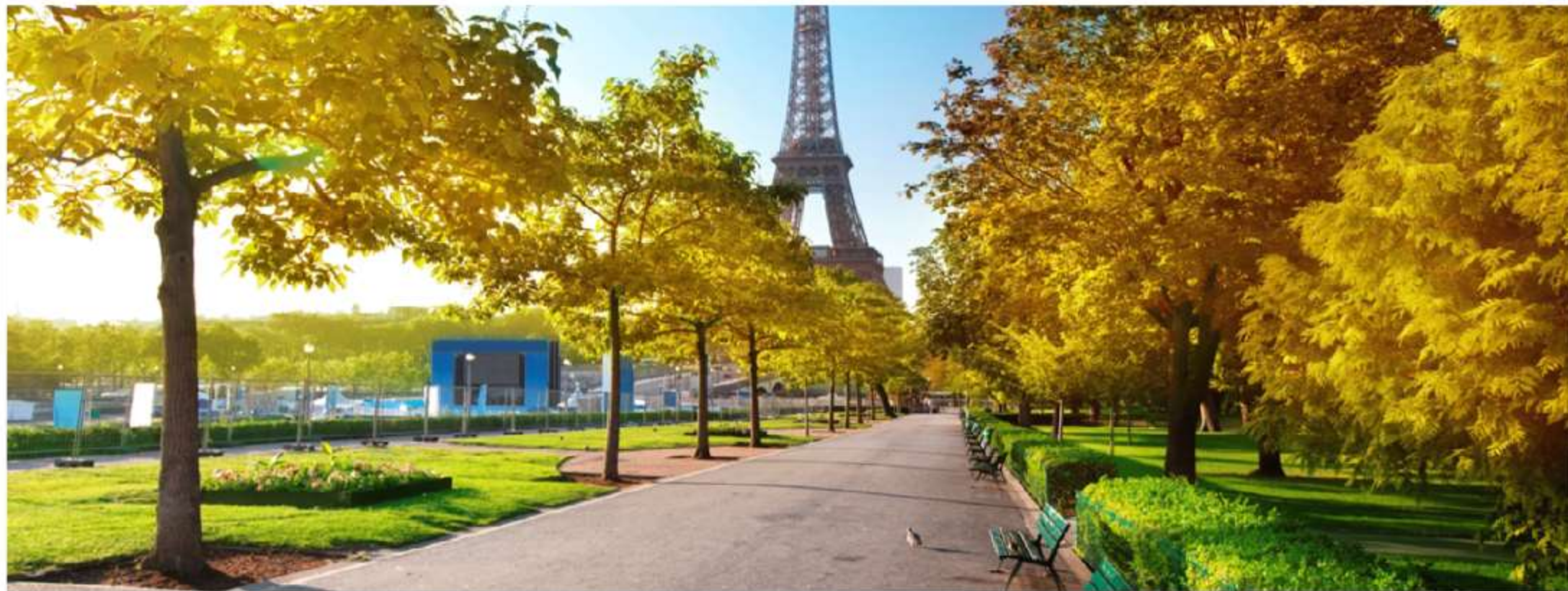
Nas unidades urbanas com menos de 800.000 habitantes os Pré-letreiros e a Publicidade são apagados de 01 às 06 da manhã.

Letreiros piscando são proibidos, exceto em farmácias ou serviços de emergência.

Publicidade digital sobre muros ou cercas e no solo não pode exceder níveis de consumo elétrico definidos pela Portaria Ministerial.



Algumas Restrições



Monumentos Históricos, Interior dos Parques Nacionais,
sobre Árvores ou Fora da Zona Urbana, etc.

GERA INFRAÇÕES



- ☐ Más condições de Conservação e Manutenção
- ☐ Fixadas sem consentimento do Proprietário do Imóvel
- ☐ Colocado sem remover o Anúncio Antigo
- ☐ Mantê-lo após a Notificação do Poder Público
- ☐ Não observar as Dimensões Máximas e Mínimas
- ☐ Colocados diretamente no Solo, etc.

PENALIDADE



- ☐ Multa Média = 7.500 euros.

MÍDIA EXTERIOR

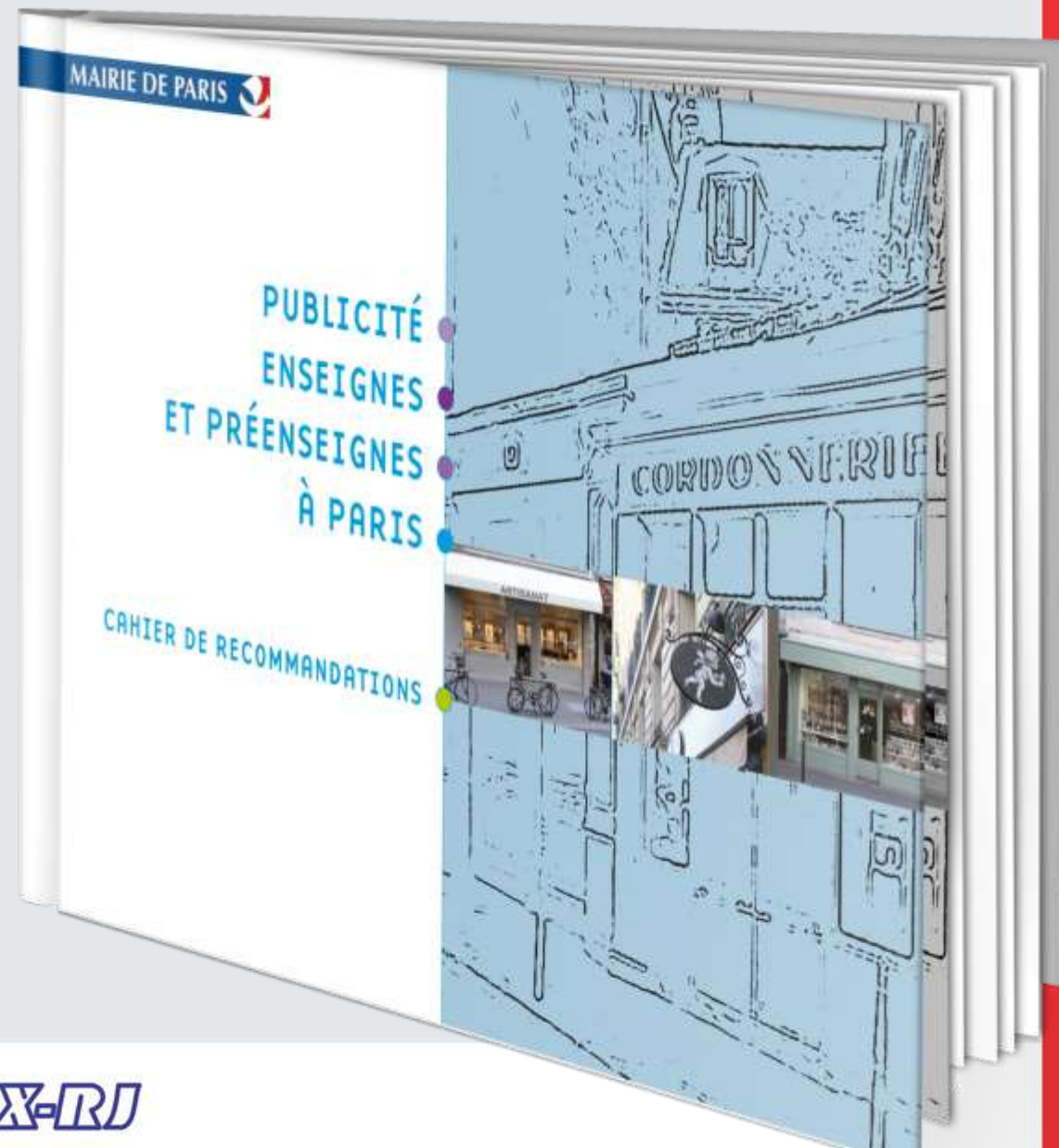
EM
PARIS



Código de Meio Ambiente & RLP

(Regulamentação Local de Publicidade em Paris de 07/07/2011).

Cartilha de Recomendações de Paris



I. Parte Textual (2 Tomos)

RLP Regulamento Local de Publicidade de Paris

II. 20 Mapas dos Distritos e da Cidade com Zoneamento da Publicidade.

LEMENT DE LA PUBLICITE, DES ENSEIGNES ET
TITRE I
DISPOSITIONS GÉNÉRALES

DG - 1

Zonage

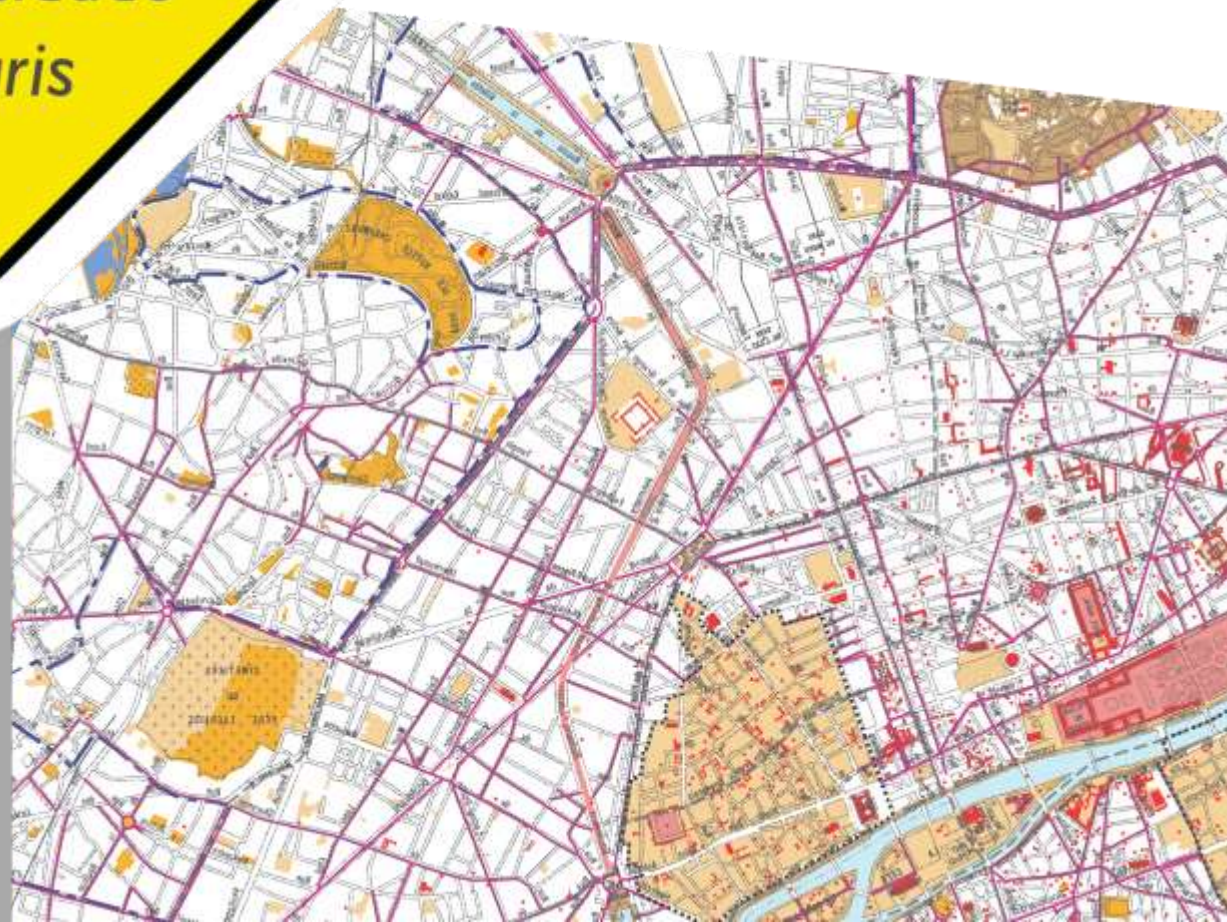
Article DG1 - ZONAGE

Le règlement s'applique sur l'ensemble du territoire parisien non couvert par le périmètre d'interdiction absolue cité en rappel et y institue quatre zones de publicités restreintes. L'ensemble est intitulé ainsi :

- a) Une première zone de publicité restreinte appelée ZPR A
- b) Une seconde zone de publicité restreinte appelée ZPR B
- c) Une troisième zone de publicité restreinte appelée ZPR C
- d) Une quatrième zone de publicité restreinte, appelé ZPR D

Les zones de publicité sont délimitées sur le plan qui fait partie intégrante du présent règlement.

ZPR A correspond globalement aux secteurs de la ville situés à l'intérieur
ZPR D et ZPR C.



Regras Gerais

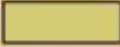
Tratam de Implementação, proibições, aspectos de qualidade e área permitida para a Publicidade.

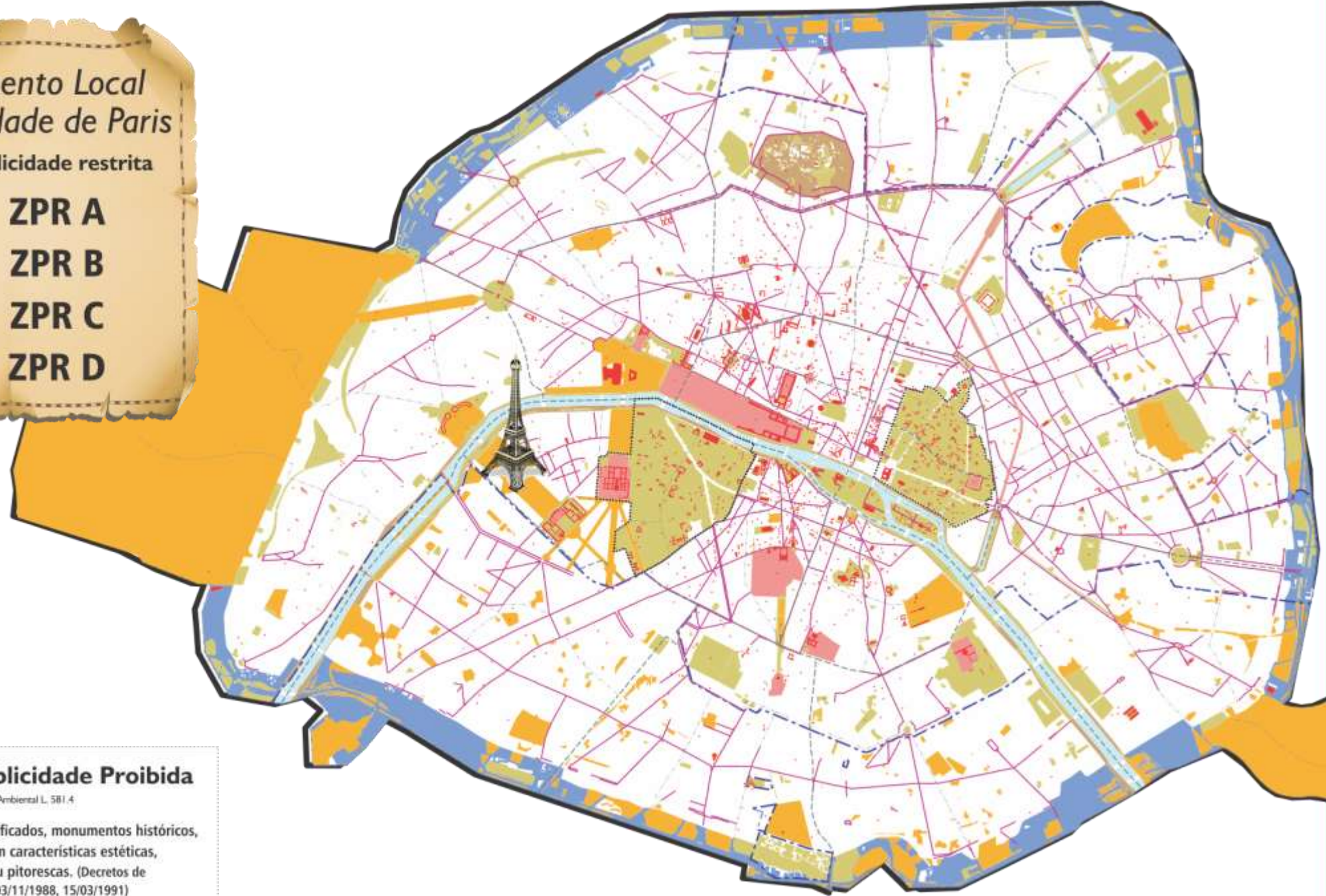
Os Equipamentos devem ter cores sóbrias.

Proibido Anúncios em folhas de papel.

Regulamento Local de Publicidade de Paris

Zonas de publicidade restrita

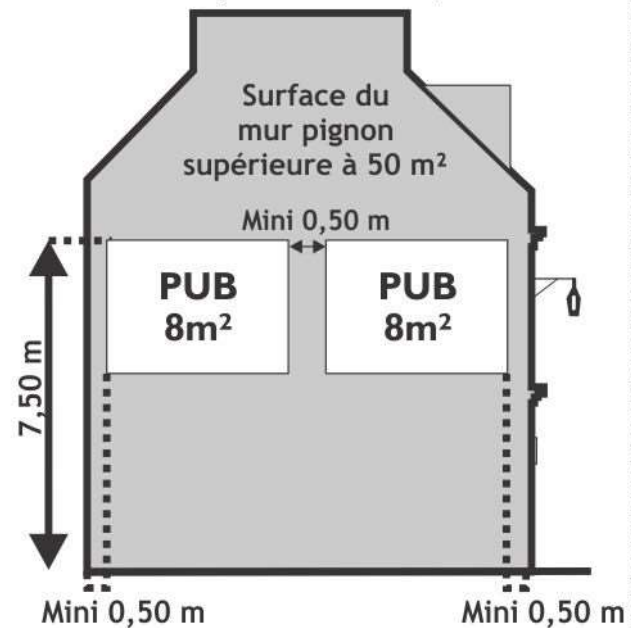
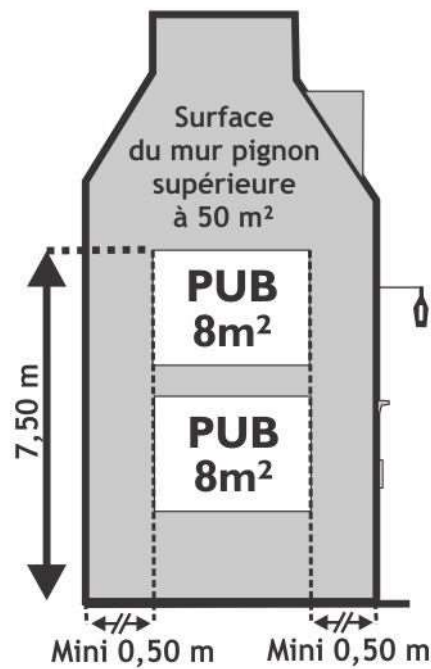
-  **ZPR A**
-  **ZPR B**
-  **ZPR C**
-  **ZPR D**



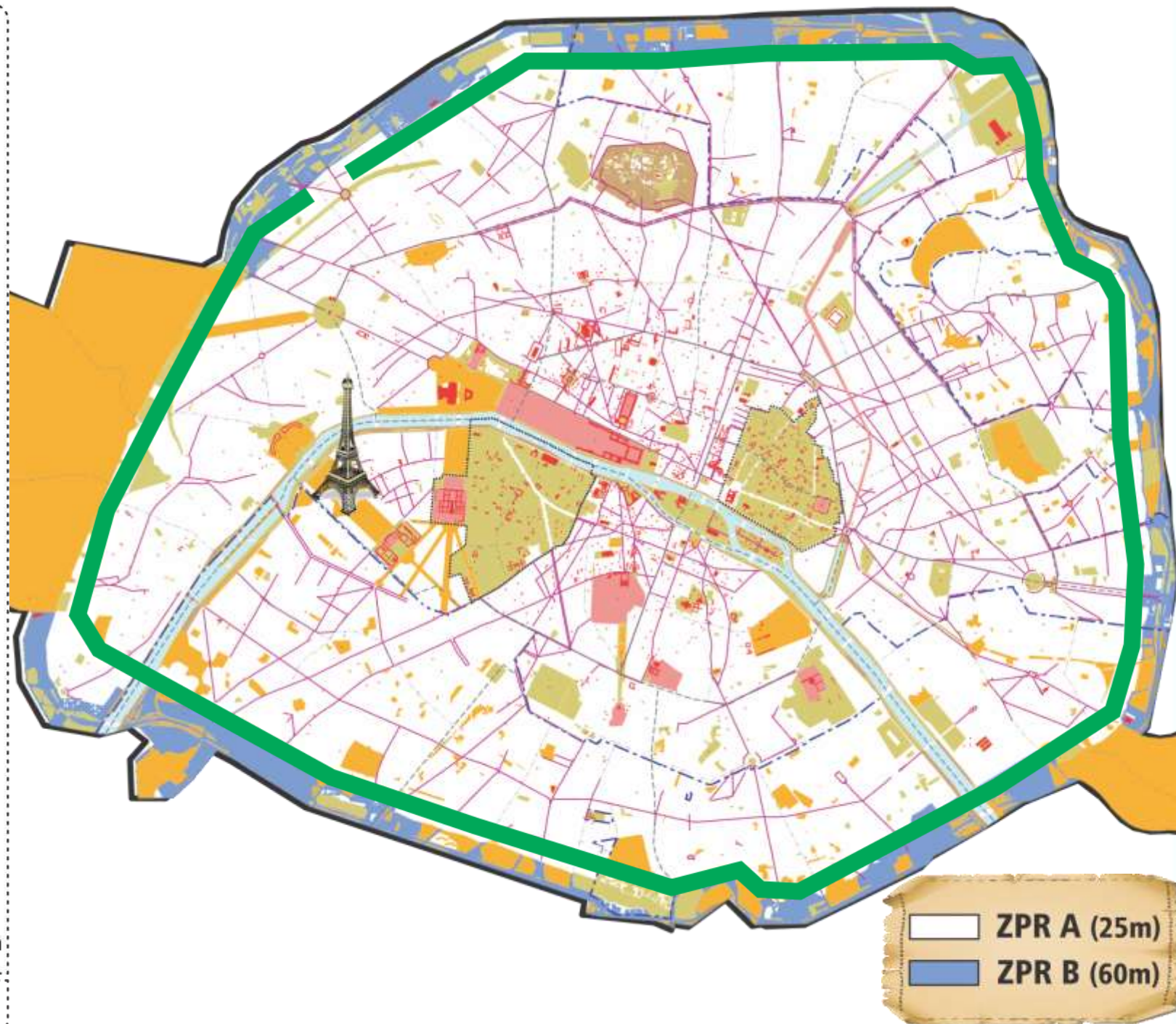
Zonas de publicidade Proibida

Cod. Ambiental L. 581.4

-  Locais classificados, monumentos históricos, edifícios com características estéticas, históricas ou pitorescas. (Decretos de 01/08/1986, 03/11/1988, 15/03/1991)
-  • Edifícios ou monumentos históricos.



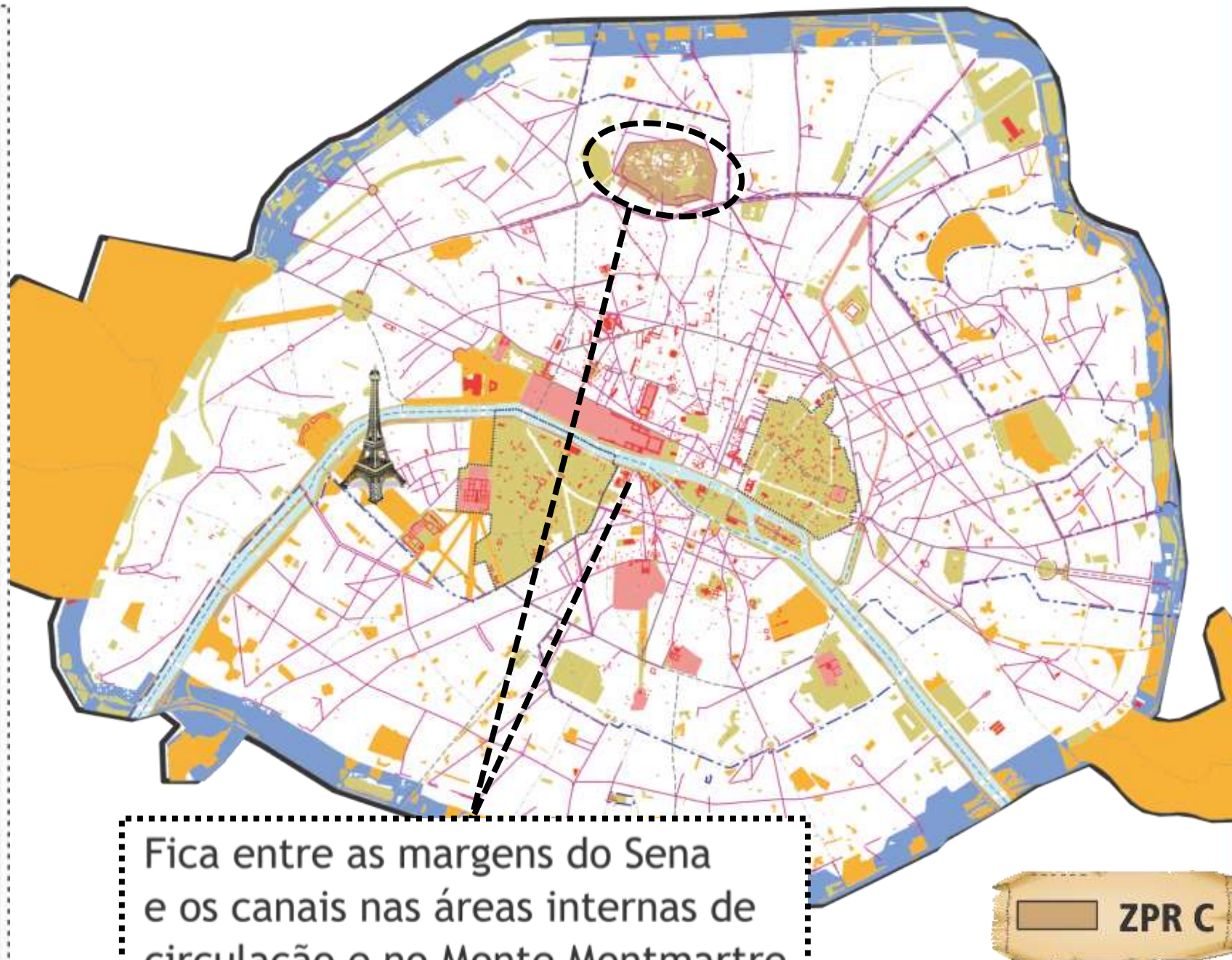
— Boulevards des Marechais



— ZPR A (25m)

— ZPR B (60m)

Permitido



Fica entre as margens do Sena
e os canais nas áreas internas de
circulação e no Monte Montmartre.



Totalmente proibida.
O Código de Patrimônio permite Publicidade
em **Telas de Proteção** em Imóveis Tombados, desde
que os recursos revertam para a reforma do mesmo.





61.000 estabelecimentos

INVESTIMENTO

PROPAGANDA

Verba Propaganda

US\$ 21,3
bilhões



US\$ 13,5
bilhões



Fonte: Zenith Optimedia: Advertising Expenditure Forecasts - dez 2012
Brasil - Verba Propaganda - Projeção Nacional - Inter-Meios Verba Extrapolada
População 2013 - IBGE - Projeção Grupo de Mídia São Paulo

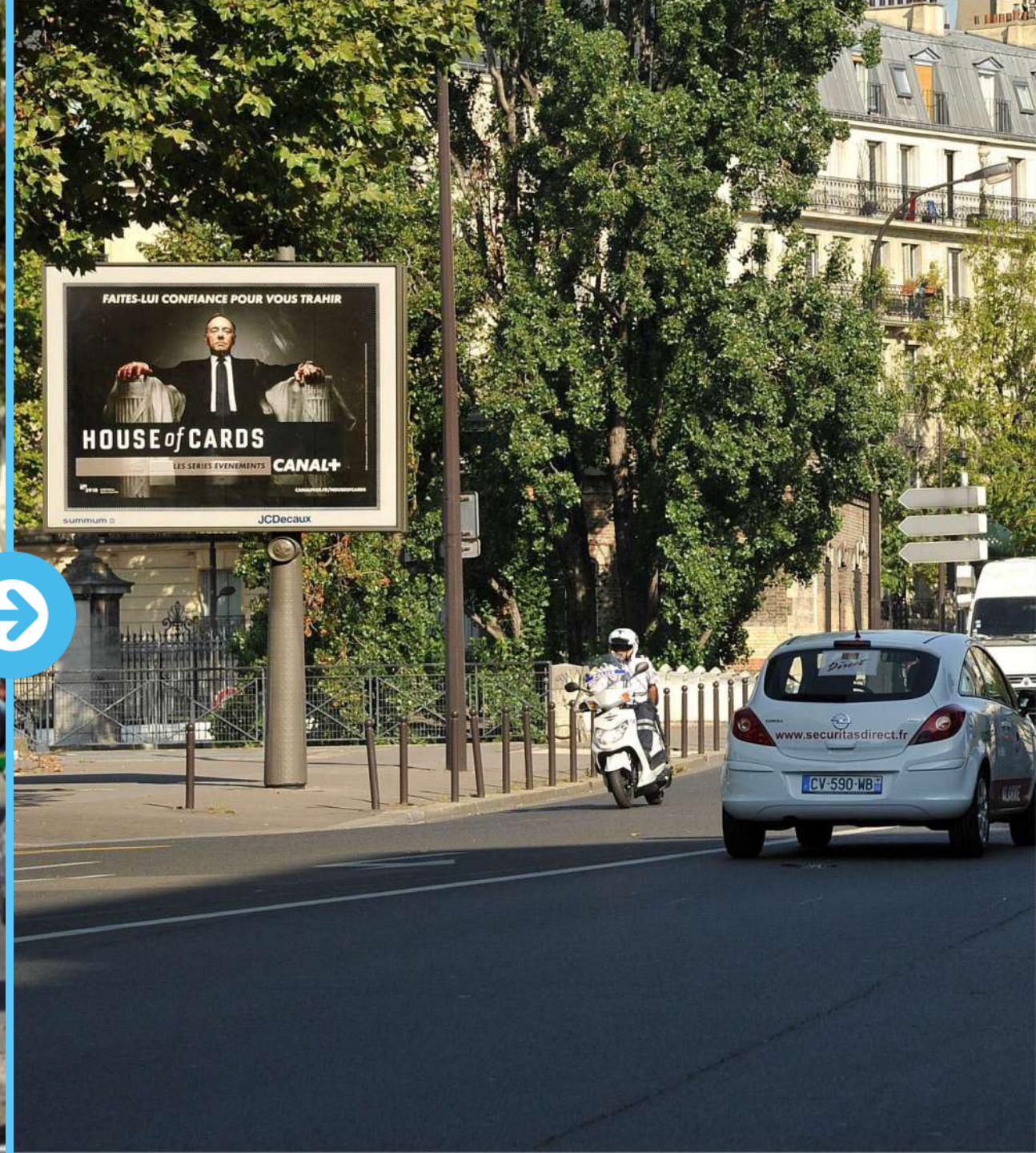
MEIO OUTDOOR

US\$ 1,620 bilhões
11,98%

US\$ 466,2 milhões
3,03%



Fonte: Zenith Optimedia: Advertising Expenditure Forecasts - dez 2012
Brasil - Projeto Inter-Meios



A Publicidade na França é tratada como um importante elemento da **Cultura**.



SEPEX-RJ

Sindicato das Empresas de Publicidade Exterior do Estado do Rio de Janeiro

Teresinha M. Abreu
Presidente

55 21 2531-7297
sepexrio@sepexrio.org.br

