



Les écrans publicitaires vidéo sont le nouveau moyen trouvé par les publicitaires pour imposer des messages à notre attention, que nous le voulions ou non. Ci-dessous, nous expliquons en quoi ces dispositifs sont néfastes et pourquoi il nous semble crucial de dire stop avant qu'ils n'envahissent notre quotidien !

Sommaire

- [1 Affichages imposés, éblouissants et animés](#)
- [2 Gaspillage de ressources et impact sur l'environnement](#)
- [3 Fatigue, stress et surcharge cognitive](#)
- [4 Banalisation des écrans et effets sur les enfants](#)
- [5 Intrusion dans la vie privée et ciblage](#)
- [6 Dangereux pour la circulation](#)

Affichages imposés, éblouissants et animés

On reçoit en moyenne entre [1200 et 2200 messages publicitaires par jour](#). Avec l'installation d'écrans publicitaires vidéo un peu partout, ce matraquage s'amplifie encore et devient insupportable ! Plus encore que les affichages papiers, avec sa luminosité et ses images en mouvement, la publicité vidéo s'impose au regard en captant l'attention et va à l'encontre de la liberté de réception des citoyens.

Si on demande leur avis aux citoyens, [ils rejettent l'installation de ces dispositifs](#), pourtant, cet avis est bien souvent ignoré, et c'est l'intérêt des publicitaires qui prime.

Gaspillage de ressources et impact sur l'environnement

À une époque où le gouvernement [nous dit de faire attention à notre consommation électrique](#), l'implantation massive d'écrans publicitaires va à l'encontre de toute logique écologique en ajoutant de nouveaux supports consommant plus que les anciens.

La consommation énergétique de ces écrans amène un surplus de consommation et un gaspillage énergétique. Un panneau avec une face numérique consomme **7 fois plus que le plus énergivore des mobiliers non numériques** et un panneau avec deux faces numériques consomme 13 fois plus. Soit environ l'équivalent d'1 à 2 foyers de 4 personnes. Comment justifier une telle débauche dans le contexte du réchauffement climatique et des engagements pris lors de la COP21 ?

De plus, pour être fabriqués, ces écrans requièrent là encore de l'énergie mais aussi des [matériaux qui sont limités](#) et dont l'extraction se fait souvent au mépris de l'environnement et de la santé des personnes vivant sur place.

En plus de la pollution induite par la consommation électrique et la fabrication des dispositifs, **la publicité lumineuse dans l'espace public représente une pollution à plusieurs échelles, nocive pour la biodiversité**. Les écrans représentent une [pollution lumineuse supplémentaire](#) dans nos villes qui le sont déjà assez. Ils vont empirer les soucis rencontrés par les faunes et flores locales.

Fatigue, stress et surcharge cognitive

Dans [la recherche en sciences cognitives](#), les écrans sont considérés en partie [responsables de surcharges cognitives](#). L'industrie publicitaire étant basée sur l'économie de l'attention, on ne s'étonnera pas que tout est fait pour l'attirer, y compris jouer sur nos automatismes. Ainsi, selon [plusieurs scientifiques en sciences cognitives](#), *« cette technologie exploite le fait que toute image en mouvement dans la périphérie du champ visuel capture automatiquement l'attention de l'individu. Cette réaction automatique, héritage de notre évolution au cours de laquelle le danger pouvait surgir sans prévenir, s'accompagne d'une augmentation du niveau d'alerte et de stress qui favorise la mémorisation du message »*.

Notre attention est précieuse. Mais [« Dans un espace public saturé de technologies, l'attention s'épuise »](#) et nous avec. Défendons-la !

Banalisation des écrans et effets sur les enfants

Nous passons déjà beaucoup de temps devant les écrans dans les espaces privés. En 2013, le nombre d' [écrans en moyenne par foyer était déjà de 6,5](#). L'installation de nombreux écrans publicitaires dans l'espace et les transports publics participent à leur banalisation alors même qu'ils posent des problèmes de santé publique, en particulier chez les plus jeunes. Selon des médecins et spécialistes, [« La surexposition des jeunes enfants aux écrans est un enjeu majeur de santé publique »](#), ils sont considérés comme [dangereux en particulier pour les enfants de 0 à 4 ans](#) avec un [impact retardant leur développement](#).

Par ailleurs, [la publicité a été supprimée des programmes jeunesse de la télévision publique pour la forte influence qu'elle exerce sur les enfants](#). En cohérence, les vidéos publicitaires ne devraient pas être imposées aux enfants que ce soit dans la rue ou dans les transports publics.

Intrusion dans la vie privée et ciblage

Les écrans étant numériques et connectés, il est facile et peu coûteux d'y ajouter des [capteurs comme par exemple des caméras ou des capteurs Wi-Fi](#). Avec ces capteurs, il est possible de relever nos déplacements en ville, si l'on regarde la publicité et pendant combien de temps, notre origine ethnique, notre sexe, notre âge, etc. Les panneaux étant connectés à internet, ils peuvent ensuite transmettre ces données à l'afficheur qui va pouvoir les revendre. Elles pourront ensuite être recoupées avec d'autres données pour établir une représentation encore plus précise de qui nous sommes. Ainsi, les écrans vidéo sont les chevaux de Troie pour nous espionner, et comme on peut le voir de plus en plus sur internet, [imposer de la publicité ciblée](#).

Si [la loi interdit l'utilisation de ces capteurs dans certains cas de figure, l'intention des afficheurs est clairement de les imposer](#). Le risque de pouvoir être suivi à la trace dans tous ces déplacements grâce aux capteurs des panneaux est réel. [Le problème se pose aussi dans les magasins, galeries commerçantes qui suivent aussi à la trace leurs clients](#) ou avec des [fédérations de commerçants qui souhaitent le faire dans un centre ville](#). Protégeons notre vie privée et ne laissons pas les [dystopies de la science-fiction](#) devenir la réalité de demain.

Dangereux pour la circulation

Du fait de leur caractère animé, les écrans publicitaires vidéos attirent le regard des conducteurs, les déconcentrent et constituent un risque d'accident. Au États Unis d'Amérique où ces dispositifs ont été développés, une [étude de 2015](#) sur huit emplacements d'affichage numérique sur les autoroutes en Floride et en Alabama a montré des taux d'accidents significativement plus élevés, 25% en Floride et 29% en Alabama, sur des sites proches des panneaux d'affichage numériques. Un nombre disproportionné de collisions arrière et latérales, typiques des accidents causés par la distraction du conducteur.

Par conséquent, les écrans publicitaires sont [interdits en bords de route en Belgique](#) pour le danger qu'ils représentent pour les conducteurs. Pourquoi pas en France ? De plus, si le portable est interdit pour ne pas rendre le conducteur inattentif, les écrans publicitaires devraient l'être aussi pour les mêmes raisons.