

Source : <https://www.sortirdunucleaire.org/Mobilisons-nous-contre-les-publicites-videos-dans>

Réseau Sortir du nucléaire > Informez vous > Revue "Sortir du nucléaire" > Sortir du nucléaire n°77 > **Mobilisons-nous contre les publicités vidéos dans l'espace public !**

29 octobre 2018

Mobilisons-nous contre les publicités vidéos dans l'espace public !

Au printemps, l'association "Résistance à l'Aggression Publicitaire" lançait une nouvelle campagne contre les écrans publicitaires vidéos, en partenariat avec le Réseau "Sortir du nucléaire". Pour dénoncer cette nouvelle publicité polluante et dangereuse, l'idée est de recouvrir un maximum de panneaux avec de grandes affiches et de poster les photos d'actions sur les réseaux sociaux avec le hashtag #StopPubVidéo

Pourquoi se mobiliser ?

Affichages imposés, éblouissants et animés

On reçoit en moyenne entre 1200 et 2200 messages publicitaires par jour. Avec l'installation d'écrans publicitaires vidéos 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 notre attention.

Gaspillage de ressources et impact sur l'environnement

Un panneau avec une face numérique consomme sept fois plus que le plus économe des mobiliers non numériques. Soit environ l'équivalent d'un foyer de quatre personnes : un vrai gaspillage énergétique ! Comment justifier une telle débauche dans le contexte des engagements pris lors de la COP 21 ? De plus, pour être fabriqués, ces écrans requièrent beaucoup d'énergie et des matériaux qui sont limités et dont l'extraction se fait souvent au mépris de l'environnement et de la santé des travailleurs. Cette pub très lumineuse est aussi nocive pour la biodiversité, avec un impact énorme sur la faune et la flore.

Fatigue, stress et surcharge cognitive

Les écrans sont considérés par de nombreux scientifiques comme en partie responsables de surcharge cognitive, "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".

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 public participe à leur banalisation alors même qu'ils posent des problèmes de santé, en particulier chez les plus jeunes. Selon les spécialistes, l'exposition est considérée comme dangereuse 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, 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 caméras ou des capteurs Wi-Fi. Avec ceux-ci, 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. Ainsi, les écrans vidéos sont les chevaux de Troie pour nous espionner et imposer de la publicité ciblée.

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. Aux États-Unis, où ces dispositifs ont été développés, une étude de 2015 portant sur huit emplacements d'affichage numérique sur des autoroutes en Floride et en Alabama, a montré des taux d'accidents significativement plus élevés, de 25 % de plus en Floride et de 29 % en Alabama. Un nombre disproportionné de collisions arrières et latérales, typiques des accidents causés par la distraction du conducteur.

Résistance à l'Agression Publicitaire et le Réseau "Sortir du nucléaire"

Le kit militant est à retrouver sur le site web : stop-pub.video