

Source : <https://www.sortirdunucleaire.org/Ecrans-publicitaires-dans-le-metro-TROP-C-EST>

Réseau Sortir du nucléaire > Informez

vous > Revue "Sortir du nucléaire" > Sortir du nucléaire n°83 > **Écrans publicitaires dans le métro : TROP, C'EST TROP !**

6 avril 2020

Écrans publicitaires dans le métro : TROP, C'EST TROP !

La RATP a ouvert un appel d'offre pour l'exploitation des panneaux publicitaires numériques dans le métro [1] . La part de publicité numérique y explosera, passant de 1 à 30 %, voire plus [2] ... Pourtant plusieurs éléments amènent à les contester.



© Résistance à l'agression publicitaire - Collectif Résistance à l'agression publicitaire en action devant le siège de la RATP.

Aggressifs et omniprésents

Ces écrans sont jusqu'à huit par quai dans certaines stations, sans compter ceux qui envahissent les couloirs, les gares, l'intérieur des rames, notre espace public et notre habitat... alors qu'il est déjà impossible de ne pas être soumis·e quotidiennement à l'agression publicitaire : entre 1 000 et 2 000 messages publicitaires par jour.

Anti-écologiques et énergivores

Un panneau avec une face numérique consomme sept fois plus que le plus énergivore des mobiliers non numériques et un panneau avec deux faces numériques consomme 13 fois plus, soit entre 6 800 et 12 600 Kwh/an. À l'heure de la sobriété énergétique cette consommation additionnelle dépasse l'entendement. À cela, il faut ajouter qu'ils génèrent des déchets non recyclables et sont produits avec des minerais et métaux rares.

Liberticides

Ils contiennent parfois des capteurs d'audience. Il s'agit de dispositifs liberticides, produisant et commercialisant des données au sujet des usager·e·s sans leur consentement, souvent sans même qu'ils et elles en aient conscience.

Selon la RATP, il n'y a "aucun lien entre la publicité et le prix des titres de transport" [3]. Il est donc même possible d'avoir un métro sans pub sans toucher au prix du ticket, tout en améliorant notre cadre de vie.

Inutiles

Le métro est un espace utilisé quotidiennement par des centaines de milliers de francilien.ne.s qui n'ont parfois pas d'autre choix pour se déplacer. Il est urgent qu'il soit traité comme un véritable espace public libre de toute forme d'exploitation de notre attention, de notre regard, de nos désirs.

Résistance à l'agression publicitaire demande au gouvernement, à la RATP, à la SNCF et aux mairies de toute la France l'arrêt du déploiement des écrans et le retrait des écrans déjà présents dans les espaces sous leur responsabilité.

Khaled Gaiji

chargé de mobilisation à Résistance à l'agression publicitaire

Notes

[1] "Début de la bataille pour la publicité dans le métro de Paris", Le Monde, le 08 avril 2019 : <https://frama.link/pub-metro-lemonde>

[2] "Métro : des écrans publicitaires vidéo pour capter votre attention... mais juré, pas vos données", France Inter, le 10 avril 2019 : <https://frama.link/pub-metro-franceinter>

[3] Combien rapporte la pub dans le métro à Paris et à quoi servent les recettes ?, Service Checknews 18 juillet 2019 : <https://frama.link/pub-metro-liberation>