

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

20 octobre 2003

VAGUE DE PUBLIPHOBIE DANS LE MÉTRO PARISIEN

Le vendredi 17 octobre 2003, plusieurs centaines de barbouilleurs se sont retrouvés dans le métro pour s'en prendre aux affiches publicitaires.

L'association R.A.P., qui décline toute responsabilité quant à cet événement, va engager des actions de mobilisation des citoyens contre l'agression publicitaire dans le métro.

C'est un mouvement de grande ampleur, très organisé, parfaitement non-violent, qui a eu lieu dans le métro vendredi 17 octobre au soir, entre 19h et minuit. Selon le quotidien *Libération*¹, des personnes de divers horizons, intermittents, profs, étudiants ou chômeurs ont répondu à un appel par Internet et se sont réunies pour s'en prendre à la publicité, symbole de la « marchandisation du monde ». Ils étaient plus de trois cent s'il on en croit le site Internet² d'où est parti le mot d'ordre. Répartis en groupes de trente à quarante personnes, les barbouilleurs ont détourné, recouvert, barbouillé, arraché des centaines d'affiches et le résultat de leur dévouement antipublicitaire était encore visible lundi 20 octobre sur une partie importante du réseau intra-muros de la RATP.

Depuis 11 ans déjà, l'association R.A.P. dénonce l'augmentation perpétuelle de la pression publicitaire dans notre société, notamment dans le métro. L'abrutissement y atteint des limites insupportables. Chaque station est l'occasion d'asséner des dizaines de messages ; les couloirs, les portes, les tourniquets, et aujourd'hui les véhicules eux-mêmes, les bouches de métro, les marches d'escaliers, les sols parfois, sont utilisés pour chasser toujours plus loin l'attention et l'intimité de l'usager. En 1998 déjà, l'association obtenait gain de cause contre les autobus intégralement recouverts de publicité que la RATP avait tenté d'imposer à l'occasion de la coupe du monde de foute balle. Nous avons organisé à l'époque des jonchées³ dans ces autobus. Une carte pétition avait été distribuée, à envoyer au ministre des transports. Des actions similaires seront lancées dès cette semaine pour répondre au ras-le-bol exprimé par les barbouilleurs.

- **R.A.P. dénonce l'augmentation perpétuelle de la pression publicitaire dans le métro.**
- **R.A.P. demande l'engagement immédiat de RATP et SNCF pour le « déminage » des réseaux métro, RER et banlieue⁴.**
- **Aux usagers en colère, R.A.P. apporte son soutien moral, et propose des actions légales de protestation contre la publicité⁵.**

1 www.liberation.fr/page.php?Article=150892 et <http://www.liberation.fr/page.php?Article=150893>

2 www.membres.lycos.fr/stopub

3 Jonchée : action de résistance non-violente consistant à s'allonger par terre pour marquer sa désapprobation.

4 POUR COMMENCER : division par deux du nombre d'affiches en un an, doublement des stations "belles et sans publicité", suppression de la publicité rétro éclairée, de la publicité couvrant les vitres des véhicules, des panneaux déroulant équipant les bouches du métro, des écrans animés, de la diffusion de radios commerciales sur les quais et dans les gares de banlieue.

5 Courrier type à envoyer à la RATP, lien vers les responsables des lignes, vers les associations d'usagers, relation des mouvements de résistance et de ras-le-bol. (mise en place sur le site sous 48 heures)