

Paris, le 18 juillet 1998

Monsieur le Président de la R.A.T.P.

Monsieur le Président,

L'association Résistance à l'Agression Publicitaire lutte depuis 1992 contre les abus de la publicité, qu'il s'agisse de la nature même des messages (publicité mensongère ou trompeuse, racisme, sexisme, incitation au gaspillage ou à la violence, etc.) ou de leur forme (intrusion dans la vie privée, enlaidissement des paysages, par exemple).

Force est de constater que la pression publicitaire s'accroît depuis plusieurs décennies dans notre pays. Les supports ne cessent de se multiplier et le nombre des dispositifs explose. À titre d'exemple, la moitié des 500 000 panneaux publicitaires que compte notre pays seraient illégaux, au sens de la loi du 29 décembre 1979, et leur nombre continue de croître !

Notre association déplore l'accroissement constant de la pression publicitaire que fait subir la R.A.T.P. à ses usagers. Citons notamment les "oriflammes" qui obligent les usagers les plus grands à courber la tête, les panneaux éclairés qui gaspillent l'énergie à l'heure des grands discours sur l'effet de serre et sur les déchets nucléaires, l'affichage, enfin, qui fait de chaque station qui y est soumise un temple de l'abrutissement collectif.

Non contente de ces résultats déjà fort malheureusement éloquents, la R.A.T.P. inaugure, avec trois autres réseaux urbains français, un nouveau type d'agression publicitaire : l'emballage des autobus et des rames de métro dans des films plastiques imprimés en quadrichromie.

Ces procédés ne se contentent pas d'ajouter au volume des messages qui agressent quotidiennement nos concitoyens : ils mettent tout simplement en cause la qualité du service public, la convivialité des transports en commun et dégradent l'environnement urbain.

En effet, pour les autobus, ces films plastique recouvrent l'intégralité des véhicules, vitres comprises, ce qui empêche une partie de la lumière d'y pénétrer et réduit la vision de l'extérieur qu'ont les passagers. L'intérieur du bus est invisible de l'extérieur, ce qui amoindrit la convivialité de ce type de transport. Les plaques latérales portant les numéros de lignes sont difficilement repérables au milieu du message publicitaire. Les plaques arrière sont retirées. Cela nuit à la facilité d'orientation des usagers.

Quant à l'environnement urbain, il est dégradé par ces messages publicitaires gros comme plusieurs panneaux de 4 x 3 m. L'autobus permet donc d'introduire en ville des messages d'une taille prohibée par la loi sur l'affichage, et les impose notamment tout le long de sa ligne, y compris dans des périmètres de monuments historiques où l'affichage publicitaire est interdit.

Nous avons pu constater que les usagers des autobus de la R.A.T.P. que nous avons pu rencontrer sont largement hostiles à cette dégradation de leur mode de transport, ce qui nous a déterminés à éditer et diffuser une carte-pétition adressée à l'attention du ministre des transports qui est en outre responsable de l'application de la loi de 1979 sur l'affichage publicitaire.

Nous vous demandons en conséquence, Monsieur le Président, de faire tout ce qui est en votre pouvoir pour qu'enfin cesse l'escalade du matraquage commercial sur votre réseau et qu'en particulier l'apparition dudit procédé reste à l'état d'expérimentation malheureuse, qu'il ne vienne pas ajouter au volume déjà important des sollicitations existantes.

Vous remerciant par avance pour l'attention que vous voudrez bien accorder à la bonne prise en compte de notre requête, je vous prie de recevoir, Monsieur le Président, l'expression de mes salutations respectueuses.

Copie : M. le Ministre des Transports.

Thomas GUÉRET
Président