



**CONFÉRENCE DE PRESSE
PROCÈS TGI METROBUS-RATP
10 MARS 2004**

Le constat de R.A.P. :

Le réseau des transports publics parisiens est le cadre de multiples formes d'agression publicitaire. Il est à déplorer :

- agression publicitaire sur le plan physique : le nombre, la nature et la disposition des panneaux sont de nature à agresser le voyageur dont l'esprit est perpétuellement sollicité par des messages savamment conçus pour cela. En surface, cette agression s'étend au passant, et se traduit d'ailleurs par de nombreux cas d'infraction au Code de l'Environnement.

- agression symbolique par la nature des messages : incitation permanente à la surconsommation, images dégradantes de la personne, sexisme, utilisation du corps et de la sexualité hors de propos ; autant d'exemples de la violence publicitaire qui impose une vision du monde univoque et sans discussion ni réponse possible.

- violence juridique enfin, puisque la RATP a jugé bon de ne pas répondre correctement à R.A.P., et de suivre Métrobus sur la voie discutable de l'action en justice.

Tout cela pour défendre moins de 2% de revenus de la RATP (même sans compter les investissements couverts par le STIF) !

Les actions en cours de R.A.P. (suite à l'orientation prise par la RATP)

- soutien moral aux assignés (sans toutefois revenir sur notre position légaliste) et diffusion de la pétition ;

- contact avec des associations et des personnalités ;

- relais très large de leur appel à soutien financier ;

- repérages de dispositifs vraisemblablement illégaux : bouches de métro et autobus notamment ;

- repérage de campagnes illégales (publicité pour l'alcool, utilisation de l'anglais sans traduction).

Nous nous réservons la possibilité d'engager à notre tour des poursuites contre ces campagnes et dispositifs, avec le soutien d'autres associations disposant d'un agrément qui leur permette d'ester en justice.

T.S.V.P.

Association loi 1901 créée en 1992

53, rue Jean Moulin, 94300 Vincennes (France)

Tél.: 01 43 28 39 21 – Tcp. : 01 58 64 02 93 – www.antipub.net – rap@antipub.net

Nos revendications

- d'abord, une reconnaissance officielle par la RATP de l'existence du problème de l'agression publicitaire sur son réseau ;
- logiquement, dans le même temps, renoncement à poursuivre les assignés qui n'ont fait que révéler ledit problème ;

Ensuite (et seulement ensuite !), nous mettons en avant les demandes suivantes qui nous semblent la base minimum pour réduire l'agression publicitaire sur le réseau de la RATP.

a) sur le plan physique

- démontage de tous les dispositifs illégaux
- mise en place d'une réglementation de la publicité dans le métro, via le cahier des charges de la RATP (nombre, nature et disposition des dispositifs) ;
- Réduction de 50% du nombre de panneaux ;
- suppression des dispositifs suivants : panneaux sur bouches de métro, oriflammes (qui pendouillent au plafond des voitures du métro), panneaux sur portillons et portes d'entrée dans le réseau, pelliculage des côtés et de l'arrière des autobus, contremarches ;
- renoncement à toute forme d'expérimentation de nouveaux procédés agressifs : publicité sonore ou olfactive, publicité sur le sol, publicité projetée ou pelliculages...

b) sur le plan psychologique

- via le cahier des charges, instauration de règles strictes opposables concernant :
 - l'image de la femme et de l'être humain en général ;
 - l'interdiction de la publicité pour l'alcool, pour les voitures ;
 - rejet de la violence, de la vulgarité, de la nudité à tout propos.
- mise en place d'un contrôle des messages par les usagers.

c) sur le plan social et culturel :

- mise à disposition de panneaux d'affichage libre réservés aux événements ou mouvements non commerciaux (1000)
- mise à disposition d'affiches d'expression artistique libre (1000), éventuellement thématique (poésie, dessin...) ;
- mise à disposition d'espaces dédiés à des artistes en particulier (1000).