

Mobilisation contre la publicité mangeuse de cerveau

25 mars 2016 / [Lorène Lavocat \(Reporterre\)](#)



La publicité envahit l'espace public, souvent au mépris des lois. En France, le gouvernement veut pourtant l'aider à étendre son domaine, notamment à la radio publique. Ce 25 mars, partout dans le monde, les antipubs se mobilisent.

Deux hommes en costard déroulent une banderole bleue devant le siège de JCDecaux, à Neuilly (Hauts-de-Seine). Le message se révèle lettre après lettre : « *Libérons la planète de la publicité.* » L'action, organisée jeudi 24 mars par l'association Résistance à l'agression publicitaire (RAP), dure moins de cinq minutes. Le temps pour les sept militants de prendre la pose, et de remettre une demande de rendez-vous à un responsable de l'entreprise venu à leur rencontre.

Le cliché ira rejoindre les centaines d'autres photos postées sur le site Journée.contrelapub.org, afin de protester contre l'invasion publicitaire à l'échelle planétaire. « *La pub est omniprésente, mais la résistance s'organise* », dit Khaled Gaiji, porte-parole de l'association. Berlin, New-York, Buenos Aires... le 25 mars, des mobilisations sont prévues un peu partout à travers le monde. Une date symbolique, qui commémore la première grande victoire judiciaire des mouvements antipub. « *Le 25 mars 2013, la justice française a relaxé des activistes en invoquant la liberté d'expression et l'état de nécessité* », explique Thomas Bourgenot, de la RAP.



Khaled Gaiji milite pour la libération de nos cerveaux, envahis par la publicité

Lutter contre la pub, une nécessité ? « *Elle est nocive pour notre environnement et notre santé, car elle pousse au gaspillage, à la surconsommation, à une alimentation mauvaise* », appuie Élise, une militante présente lors de l'action au siège de JCDecaux. Nuisible donc, et envahissante. À la télévision, à la radio, sur Internet, dans les rues ou les transports en commun. « *Nous revendiquons un droit de réception, corollaire de la liberté d'expression*, précise M Gaiji. *Les citoyens doivent avoir le choix de recevoir ou non des messages commerciaux.* » Mettre une étiquette « *Stop pub* » sur sa boîte aux lettres, s'inscrire sur une liste rouge pour refuser la vente par téléphone, zapper, installer un logiciel bloqueur de pub. Autant de moyens qui permettent à chacun de se préserver du marketing. « *Mais dans l'espace public, c'est impossible, nous sommes en permanence agressés, à moins d'avancer les yeux fermés !* » s'emporte M.Bourgenot.

Des décrets de la loi Macron facilitant l'expansion de la publicité

C'est pourquoi la RAP a décidé d'interpeller JCDecaux. En 1964, l'entreprise a inventé un concept « *extraordinaire* » : elle propose aux collectivités de financer le mobilier urbain (Atribus, notamment) en échange d'une exclusivité pour l'affichage publicitaire. Rapidement, l'espace public s'est tapissé d'affiches, et JCDecaux est devenu le premier afficheur mondial. Quitte à s'asseoir impunément sur la législation. Non-respect de hauteur, de la taille ou de la luminosité, implantations abusives à proximité des monuments historiques...

Thomas Bourgenot nous montre une « *sucette* », ces panneaux rectangulaires installés sur les trottoirs. Face rue, bien visible, une publicité pour un fromage. Face mur, à peine consultable, un plan du quartier placé par la municipalité. « *Cette pratique est illégale*, explique-t-il. *D'après la loi, l'information non publicitaire doit être visible à tout moment, tandis que celle commerciale n'est qu'accessoire. Ici, comme très souvent, c'est le contraire.* »



Le plan du quartier, au verso de la «sucette».

Un détail ? Non, répond-il : « *Il faut lutter contre le monopole des commerciaux sur l'expression dans l'espace public.* » Et défendre notre liberté de réception. Un droit mis à mal depuis plusieurs mois par le gouvernement. En janvier, les députés ont adopté la proposition de **supprimer la publicité à destination des enfants** sur les chaînes publiques, contre l'avis de l'exécutif, mais « *la bataille n'est pas finie, puisque le texte doit aller au Sénat* », souligne Khaled. En février, la mobilisation citoyenne a empêché *in extremis* la publication des décrets de la loi Macron facilitant l'expansion de la publicité, notamment **dans les campagnes**.

Et bientôt, Radio France pourrait diffuser des spots commerciaux. Depuis 1987, les radios publiques ne peuvent mettre sur les ondes que des messages institutionnels ou d'intérêt général. Mais la ministre de la Culture, Audrey Azoulay, l'a confirmé : ce sera bientôt fini. Une catastrophe, pour les antipubs : « *Les services publics doivent être neutres par rapport aux pouvoirs privés, c'est même une position de l'ONU* », insiste Renaud Fossard.



Renaud Fossard souhaite que l'espace public ne soit plus approprié par les publicitaires

Une mesure justifiée, d'après l'exécutif, par les difficultés économiques des radios. Un argument évoqué également par [plusieurs médias en ligne](#), qui participent depuis une semaine à une campagne contre les logiciels bloqueurs de pub. « *Pour vous proposer une information de qualité, nous devons pouvoir compter sur les revenus de la publicité* », explique ainsi le site du *Le Monde*, le journal des millionnaires Bergé, Niel et Pigasse. « *Ils ont choisi un modèle économique fondé sur la pub, mais ce modèle est en crise, estime Thomas Bourgenot. Ils n'ont pas à nous en faire payer les conséquences, en limitant notre liberté d'accès et de circulation sur Internet.* »

► Si vous voulez connaître les actions prévues partout en France et dans le monde aujourd'hui, rendez-vous sur : [Journée contre la pub](#)

Lire aussi : [Caméras et téléphones : plus que jamais, la publicité s'apprête à nous surveiller](#)

Source : Lorène Lavocat pour *Reporterre*

Photos : © Lorène Lavocat/*Reporterre*

. chapô : Les membres du RAP prennent la pause devant le siège de JCDecaux, jeudi 24 mars, à Neuilly-sur-Seine.

- Emplacement : Accueil > Info >
- Adresse de cet article : <https://reporterre.net/Mobilisation-contre-la-publicite-mangeuse-de-cerveau>