

Six pieds sur Terre

Réflexions et informations sur notre planète...
et sur ceux qui l'abîment, par Laure Noualhat.

Libération.fr

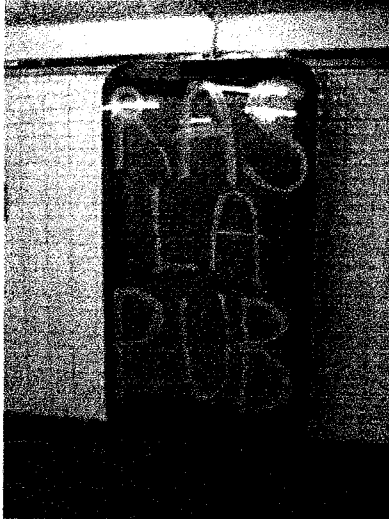
Un blog de Libération.fr

[« Au-delà du mythe nucléaire | Accueil](#)

[À propos de l'auteur](#)

09/12/2008

✧ Quand la pub pollue, la désobéissance dépollue



L'omniprésence de la pub pollue les cerveaux. En feuilletant un magazine, en marchant dans la rue, en écoutant ma radio préférée -qui était exempte de spots publicitaires il y a encore quelques années-, en empruntant des transports collectifs ou individuels, en plantant mes yeux dans la lucarne, ..., tout le temps, partout, je soumetts mon cerveau à des messages publicitaires vantant les mérites souvent exagérés de produits parfois inutiles. Depuis plusieurs années, les mouvements antipub se multiplient, s'organisent et s'invitent dans les palais de justice pour faire valoir un droit à moins de pub (notamment via des affiches de 50x70cm remplaçant les immenses 4x3m).

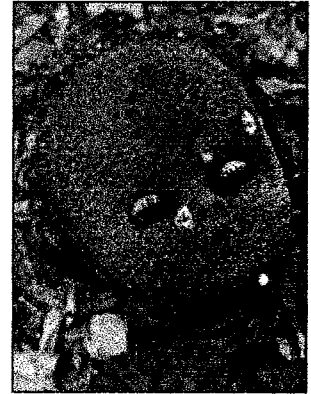
Le groupe Ras la pub vient de neutraliser, par des inscriptions à la peinture, («RAS LA PUB», «NON MERCI») les 4 écrans publicitaires LCD installés le 1er décembre par la régie publicitaire Métrobus dans la station de métro Charles de Gaulle Etoile, à Paris. Uner "neutralisation" que

n'avait pas prévue la régie qui prévenait, le jour de l'inauguration, "ce sont surtout les publicités papier qui sont concernées". "Nous n'avons pas de crainte à ce sujet" avait déclaré Norbert Maire, le directeur de l'innovation chez Métrobus.

Ces panneaux sont destinés à remplacer -à terme- les vieilles affiches désormais trop statiques pour nos contemporains. Environ 400 de ces écrans devraient être déployés dans le métro parisien en 2009... Même si les écrans LCD sont moins énergivores que les écrans plasma, on peut s'interroger sur l'intérêt de cette avancée technologique qui va participer à la saturation de notre champ visuel.

Un dispositif serait également testé pour mesurer l'efficacité du message publicitaire: des capteurs enregistrent les réactions des visages des passants afin de détecter quel élément de l'image a retenu leur attention. Dans son communiqué, Ras la pub précise qu'"il est grand temps que les dirigeants de la RATP comprennent que le métro a pour finalité de transporter des usagers d'un point à un autre, et non de les transformer en chair à canon pour publicitaires".

[Réagissez à l'article](#)



La coupe de l'info



Ce blog a été sélectionné pour concourir à la Coupe de l'info 2009, dans la catégorie Développement durable (sponsorisé par Norauto!). Il fait partie des 5 blogs en lice. C'est vous qui départagerez le gagnant.

Les notes récentes

- [Quand la pub pollue, la désobéissance dépollue](#)
- [Au-delà du mythe nucléaire](#)
- [Nucléaire, trop cher.](#)