

PUB Les écrans de la RATP énervent la Région

MOINS DE PUBLICITÉS DANS LE MÉTRO ?

TIPHAINE RÉTO

« La RATP est depuis longtemps un laboratoire de la pub. Mais ces écrans LCD, c'est la goutte de trop. » La grogne est forte pour les associations anti-pub, telle que la R.A.P., Résistance à l'Agresion Publicitaire, après le verdict de la CNIL autorisant la RATP à brancher ses écrans vidéos équipés de capteurs faciaux. Une centaine de ces « numéris-flash » a déjà été installée. A terme, ce sont 1500 écrans qui pourraient meubler les stations et les rames des trains et métros. « Le nouveau matériel roulant commandé à Bombardier est livré directement avec ces écrans », s'énerve Corinne Rufet, conseillère régionale Europe Ecologie.

« C'est un sujet particulièrement inquiétant, reconnaît Jean-Vincent Placé, en charge des Transports et de la mobilité au Conseil Régional. La publicité est devenue agressive et intrusive. » Le politique compte bien profiter du nouvel appel d'offre pour la régie publicitaire du transporteur pour faire diminuer



S. POUZET / 20 MINUTES

Les nouvelles rames de métro sont déjà équipées d'écrans de pub à capteurs.

l'importance des annonces sur le réseau francilien. « D'autant que la pub représente moins de 2 % des rentrées financières de la RATP. » Reste à savoir ce que diffuseront les écrans déjà installés : « On a refusé le projet visant à y diffuser la communication institutionnelle pour le conseil régional, sourit Jean-Vincent Placé. Mon objectif sera, à terme, de les faire retirer. » ■