



Grande réussite de l'action festive du 15 décembre 2010

LE MÉTRO EST À NOUS !

Communiqué de presse - jeudi 16 décembre 2010

Des usagers sont descendus hier dans le métro-RER pour protester contre l'agression publicitaire.

Face à la confiscation et à la détérioration de leur cadre de vie par les publicitaires, ils ont dit :

« *Le métro est à nous !* »

« *Nous le payons avec nos impôts, avec notre travail, au travers de l'achat des titres de transports. La publicité ne rapporte quasiment rien ; elle dégrade notre cadre de vie ; remettons-la à sa place.* »

Le Père Noël, qui s'était mis en grève pour l'occasion, est venu leur prêter main forte. Il faut dire qu'il en a assez de servir les intérêts des publicitaires ; pour lui « Noël est devenu une fête mercantile, une fête de la surconsommation, une fête du gaspillage et du surendettement, une fête des inégalités, de l'exclusion et des crises de foie ». La publicité pervertit la société, réduit l'homme à sa seule dimension de consommateur, contribue à la désocialisation, à la dépolitisation et à l'égoïsme.

Plusieurs dizaines de militants et usagers se sont réunis au cours des deux heures et demie de l'action, pour parler aux autres voyageurs, distribuer des dépliants, coller des affiches sans dégradation, soutenir le Père Noël et faire signer les cartes-pétitions demandant aux présidents de la RATP et du STIF ainsi qu'au secrétaire d'État aux Transports de réduire drastiquement la publicité dans le réseau francilien de transports en commun. (voir la campagne [RATPub](#)).

Chacun a pu repartir avec des dépliants, un rouleau de bande adhésive et une pile d'affiches et d'affichettes à continuer de coller sur son trajet. Tous les usagers du métro peuvent ainsi devenir des citoyens actifs contre l'agression publicitaire : avec quatre coins de simple bande adhésive, sans dégradation, ils peuvent afficher leur opinion directement sur les publicités, exerçant ainsi un légitime droit de réponse à la logorrhée publicitaire. Une « [boîte à outils](#) » est disponible en ligne.

Sans surprise, l'accueil du public a été très favorable. Une grande partie des usagers a appris avec effarement que la publicité ne rapportait que 1,5% des recettes de la RATP, et que la suppression totale de la publicité dans le métro n'entraînerait aucune augmentation du prix du billet ou du « Navigo ». Plus de quatre français sur cinq trouvent la publicité « envahissante » : les usagers du métro et du RER, qui sont soumis aux pires niveaux de pollution publicitaire accueillent avec intérêt l'annonce de l'organisation d'une résistance civique à la publicité.

« **Le métro est à nous** » est une campagne participative conçue pour durer le temps qu'il faudra. Nos [objectifs](#) sont rappelés sur le site internet. Le premier d'entre eux : « **retrait et interdiction des écrans vidéo publicitaires** et de tous les dispositifs publicitaires énergivores ».

Cette action est soutenue par
www.agirpourenvironnement.org/



Contact presse R.A.P. :
Thomas Bourgenot 01 43 66 02 04
Thomas Guéret 06 70 02 68 61
Charlotte Nenner 06 22 73 08 73
<http://www.antipub.org>
<http://www.lemetroestanous.org>