

Comment lutter contre la publicité agressive ?

Un article rédigé par Anthony Bordes - RCF, le 13 février 2024 - Modifié le 13 février 2024

La publicité est présente partout et sous tous les formats : affichage dans les rues et dans le métro, publicité dans les journaux, à la télévision, sur Internet, etc. Des associations luttent contre ce qu'elles appellent la publicité agressive. Que dénonce ce terme ? Comment lutter contre cette surabondance de pubs ? Une émission *Je pense donc j'agis* présentée par Melchior Gormand.



© Paysages de France

▶ ÉCOUTER (58 MIN)

La publicité agressive désigne **le franchissement d'une limite dans un message publicitaire**. C'est l'intrusion dans la vie privée et la privatisation de l'espace public qui sont dénoncées. L'association Paysages de France veut [lutter contre l'affichage illégal](#) et œuvre pour protéger et valoriser les paysages urbains. R.A.P (Résistance à l'Agression Publicitaire) se bat également contre les effets négatifs de la publicité.

Un matraquage de pubs ?

"Les villes devenaient laides, il fallait faire quelque chose", assène Olivier Saladin, le porte-parole de Paysages de France. S'il s'est engagé pour l'association, c'est parce qu'il avait surtout l'impression qu'on le privait de son espace public et de sa liberté. Le porte-parole, par ailleurs comédien, se dit sans défense, agressé par ce trop-plein de publicités dans les quartiers et dans les rues. Ce qui est dénoncé, c'est bel et bien cette *overdose* et non pas la publicité en elle-même. *"On conteste le fait qu'on impose des messages à des gens qui n'ont rien demandé, comme le démarchage téléphonique par exemple"*, explique Thomas Bourgenot, de [l'association R.A.P.](#) Jacky, auditeur de RCF, exprime aussi son mécontentement quant à l'agression publicitaire : *"La pub viole notre intimité et s'incruste dans les films, à la radio, dans les journaux. En diffuser autant favorise le consumérisme stupide."*

L'affichage publicitaire est pourtant encadré par deux règlements différents : **le code de l'environnement** et **le Règlement Local de Publicité (RLP)**. Selon Olivier Saladin, le RLP est conçu pour être plus restrictif : *"L'accord est fait avec un document RLP approuvé et le maire de la ville a ensuite un pouvoir de police pour mettre la publicité en place."*

Comment en est-on arrivé là ? Olivier Saladin l'explique avec pessimisme : les publicitaires se sont imposés et les politiques ont cédé. *"De plus, ça rapporte des taxes"*. La publicité coûte pourtant très cher et cet abus en France est surtout révélateur d'une mauvaise économie. *"Les autres pays d'Europe n'ont pas besoin d'autant de matraquage pour faire fonctionner leur économie normalement"*, déplore le porte-parole.

Se défendre contre l'agression publicitaire

Des actions sont mises en place par les associations pour lutter contre l'agression publicitaire. **Paysages de France cherche à tout prix à faire respecter la réglementation autour de l'affichage publicitaire.** *"Il y a un tas de règles à respecter qui ne le sont pas"*, déplore Olivier Saladin. L'association appelle à un encadrement plus strict car les règles sont sans cesse bafouées. Des dizaines de milliers de panneaux illégaux ont déjà été supprimés à travers le pays grâce aux actions de Paysages de France. Pour dénoncer des infractions, l'association réalise des fiches-modèles pour constituer un dossier et l'adresser au préfet du département ou au maire de la commune.

R.A.P s'engage à informer et sensibiliser grâce à différents événements en tenant des stands. Leur objectif : alerter le public sur les dangers de la publicité. Des conférences et des projections sont régulièrement organisées pour garder un lien et continuer de sensibiliser un maximum de personnes. L'association structure ses mobilisations en trois campagnes : **Stop Pub Lumineuse et Omniprésente**, avec pour objectif la régulation des messages publicitaires présents dans l'espace public. **Stop Pub Climaticide**, qui vise à interdire la [publicité pour les produits les plus polluants](#) et **Stop Pub Sexiste**, qui réclame un encadrement de la publicité concernant toute dérive sexiste.