



17ème législature

Question N° : 2626	De Mme Clémence Guetté (La France insoumise - Nouveau Front Populaire - Val-de-Marne)	Question écrite
Ministère interrogé > Transports		Ministère attributaire > Transports
Rubrique > publicité	Tête d'analyse >Explosion de la publicité numérique dans les gares	Analyse > Explosion de la publicité numérique dans les gares.
Question publiée au JO le : 03/12/2024 Date de changement d'attribution : 24/12/2024		

Texte de la question

Mme Clémence Guetté attire l'attention de M. le ministre délégué auprès de la ministre du partenariat avec les territoires et de la décentralisation, chargé des transports, sur l'explosion de la publicité numérique dans les gares. Depuis plusieurs années, les gares françaises se transforment en vitrines pour une avalanche de dispositifs publicitaires numériques, sous l'égide de la SNCF et avec l'aval du ministère des transports. La société Mediatransports indique ainsi disposer de 2 900 écrans en 2024 et en annonce 4 300 l'an prochain. Cette prolifération d'écrans dans des lieux censés être des espaces de service public constitue une double agression : visuelle pour les usagers d'une part, anti-écologique en raison des ressources consommées pour leur fabrication et leur fonctionnement d'autre part. Ces dispositifs consomment une quantité d'énergie non négligeable à l'heure où la sobriété énergétique s'impose aux citoyens et à la société tout entière. Une étude de l'Ademe chiffrait ainsi la consommation énergétique d'un panneau publicitaire à 20 477 kWh au bout de 10 ans, soit l'équivalent de la consommation annuelle de quatre ménages français. Pire encore, contrairement à la publicité urbaine, ces écrans ne font l'objet d'aucune réglementation stricte. Pourquoi cette zone de non-droit dans des lieux aussi emblématiques que les gares, qui devraient être exemplaires en matière de sobriété et de respect des engagements climatiques ? Cette situation ne relève pas seulement de l'irresponsabilité : elle illustre un mépris flagrant pour les usagers et pour les impératifs écologiques. Elles transforment les gares en des centres commerciaux où l'intérêt général est sacrifié au profit de logiques purement mercantiles. Ces panneaux sont ainsi largement contestés par les citoyens : 85 % des Français sont favorables à la réduction du nombre d'écrans numériques publicitaires visibles dans l'espace public et 54 % réclament leur interdiction, d'après un sondage BVA de janvier 2023. Elle lui demande donc quelles mesures immédiates elle compte prendre pour mettre fin à cette dérive et restituer aux gares leur vocation première, celle de lieux de service public au bénéfice des citoyens et non des annonceurs publicitaires ; il s'agit d'une nécessité à la hauteur des enjeux sociaux, écologiques et démocratiques de notre époque.