



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

société Métrobus

Question écrite n° 75150

Texte de la question

M. Francis Falala appelle l'attention de M. le ministre des transports, de l'équipement, du tourisme et de la mer sur la campagne publicitaire liée au salon Rainbow Attitude dans le métro parisien. Il semblerait, au vu de l'article du Monde du 28 septembre 2005, page 9, que la campagne d'affichage ait été refusée par la société Métrobus parce qu'elle montrait deux homosexuels s'embrassant. Il souhaite connaître son point de vue.

Texte de la réponse

Le cahier des charges figurant dans le contrat de régie publicitaire entre la RATP et Métrobus précise que « la publicité devra avoir un but exclusivement commercial. Est formellement prohibée toute publicité présentant un caractère politique, confessionnel ou contraire à la morale ou à l'ordre public. La RATP se réserve expressément le droit d'interdire à tout moment, avant ou après l'exécution des engagements, toute publicité inconciliable avec les traditions de bienséance et de sérieux qui s'imposent à elle en sa qualité d'exploitant d'un service public ou qu'elle jugerait contraires à ses intérêts. » Métrobus, pour respecter cette obligation, est vigilant face aux messages et visuels émis par la publicité. Hors de ces obligations, il y a toujours eu une tradition d'affichage qui respectait totalement le message publicitaire, la RATP louant ses espaces mais s'interdisant tout contrôle sur le contenu. Il arrive cependant que Métrobus demande l'avis sur l'application du cahier des charges lorsqu'il peut y avoir doute sur le caractère politique ou confessionnel, le caractère contraire à la morale ou à l'ordre public étant évidemment le plus délicat à déterminer. Pour ne pas tomber dans la subjectivité, le critère « traditions de bienséance et de sérieux qui s'imposent à la RATP en sa qualité d'exploitant d'un service public... » tient une place essentielle. La campagne publicitaire pour le salon « Rainbow Attitude » a, dans un premier temps, été refusée par Métrobus et la RATP. Cette décision suivait ainsi l'avis du bureau de vérification de la publicité (BVP), qui estimait que ces affiches pouvaient choquer une partie des voyageurs. En dépit d'une solution intermédiaire trouvée et acceptée par tous, et qui prévoyait un autre visuel moins choquant, les organisateurs du salon ont saisi la Haute Autorité contre les discriminations et pour l'égalité (HALDE), estimant que le refus d'afficher leur campagne initiale était discriminatoire. Confrontées à un environnement législatif qui sanctionne pénalement la discrimination et suite à la demande de la HALDE de trouver un nouvel accord avec les organisateurs du salon, la RATP et Métrobus ont été amenés à infléchir leur position. La campagne d'affichage initialement prévue a été acceptée avec un slogan légèrement modifié. Cependant, la RATP a clairement indiqué ne pas ignorer que cette décision d'afficher cette campagne sur ses réseaux susciterait un débat.

Données clés

Auteur : [M. Francis Falala](#)

Circonscription : Marne (1^{re} circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 75150

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : transports, équipement, tourisme et mer

Ministère attributaire : transports, équipement, tourisme et mer

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 11 octobre 2005, page 9391

Réponse publiée le : 3 janvier 2006, page 129