



# ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

## affichage

Question écrite n° 83402

### Texte de la question

M. Thierry Mariani appelle l'attention de M. le ministre des transports, de l'équipement, du tourisme et de la mer sur la campagne publicitaire pour le salon Rainbow Attitude, dans le métro parisien. Dans un premier temps, le bureau de vérification de la publicité avait émis un avis défavorable sur ces visuels qui montrent deux homosexuels s'embrassant. Puis, la régie publicitaire de la RATP, Métrobus, avait obtenu leur modification. Suite à l'intervention de la Haute Autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité, la RATP a finalement accepté l'affichage, tout en exprimant des réserves. Il le prie de bien vouloir lui indiquer son point de vue sur cette question.

### 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 quant aux messages et visuels émis par la publicité. Il arrive cependant que Métrobus demande l'avis de la RATP 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 ainsi 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. Thierry Mariani](#)

**Circonscription :** [Vaucluse \(4<sup>e</sup> circonscription\)](#) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 83402

**Rubrique** : Publicité

**Ministère interrogé** : transports, équipement, tourisme et mer

**Ministère attributaire** : transports, équipement, tourisme et mer

Date(s) clé(s)

**Question publiée le** : 17 janvier 2006, page 469

**Réponse publiée le** : 25 avril 2006, page 4545