

Face à la nocivité des écrans vidéo publicitaires, appliquons le principe de précaution

Revue de littérature scientifique

Support publicitaire en cours de déploiement généralisé, les écrans vidéo font prendre à la publicité une dimension nouvelle, par le recours à une forme inédite de captation de l'attention. Or, dans le même temps, **un ensemble de travaux scientifiques alertent sur les risques multiples qu'ils comportent** : risques pour la santé et le développement cognitif - en particulier pour les enfants, sécurité routière et accidentologie, conséquences environnementales liées à la dépense énergétique, aux effets sur la biodiversité et aux déchets numériques, impacts du neuromarketing, ... Si les recherches actuelles en restent au stade des premiers constats, il importe d'appliquer aujourd'hui le principe de précaution, invoqué par le Sénat en 2018 pour protéger les jeunes enfants de l'exposition aux écrans, et par le Défenseur des Droits¹.

Exposition aux écrans et risques pour la santé

Les risques inhérents aux écrans publicitaires rejoignent ceux des écrans en général, accentués ces dernières années par la multiplication des smartphones et tablettes dans notre environnement quotidien. Les études scientifiques soulignent unanimement qu'une surexposition des jeunes enfants aux écrans (de 0 à 3 ans) peut perturber leur développement cognitif. En captant l'attention des enfants, les écrans limitent l'exploration de leur environnement et l'apprentissage de la dimension relationnelle². La surexposition aux écrans a des effets aussi bien sur l'apprentissage du langage que sur les capacités d'attention et de concentration, ou sur les relations sociales. En avril 2018, une mention a été ajoutée dans les carnets de santé recommandant d'éviter d'exposer les enfants aux écrans avant 3 ans. La même année, le CSA a choisi d'axer sa campagne annuelle sur le message « pas d'écrans avant 3 ans ». De manière plus générale, en dehors de cette tranche d'âge, des travaux pointent les effets de la surexposition aux écrans en matière de troubles du sommeil et de l'attention, la multiplication des écrans générant un effet de surcharge cognitive au quotidien. L'exposition aux écrans en fin de journée ou la nuit perturbe l'endormissement (la composante bleue de la lumière inhibe la sécrétion de la mélatonine, hormone clé de l'endormissement). En multipliant les écrans dans notre quotidien, en particulier dans les zones d'attente, les écrans publicitaires installés dans l'espace public contribuent à la surexposition des personnes, quels que soient par ailleurs leurs choix personnels et éducatifs.

- Rapport de l'Académie des Sciences, l'Académie Nationale de Médecine et l'Académie des Technologies, « L'enfant, l'adolescent, la famille et les écrans. Appel à une vigilance raisonnée sur les technologies numériques », 9 avril 2019
- DUCH H., FISHER E. M., ENSARI I., FONT M., HARRINGTON A., TAROMINO C., RODRIGUEZ C. (2013). « Association of Screen Time Use and Language Development in Hispanic Toddlers: A Cross-Sectional and Longitudinal Study. *Clinical Pediatrics*», 52(9), 857–865.
- PAGANI L., professeure titulaire à l'École de psychoéducation et chercheur au Centre de recherche du CHU Sainte-Justine de l'Université de Montréal, intervention dans le cadre du Colloque « Les impacts des écrans sur la jeunesse », 5 mai 2018 (disponible sur Youtube).
- Audrey Dumain, « Les écrans présentent-ils des risques pour les jeunes enfants ? », émission France culture, 20/11/2018.
- CHANG A. M., AESCHBACH D., DUFFY J. F. and CZEISLER C. A. (2015) « Evening use of light-emitting eReaders negatively affects sleep, circadian timing, and next-morning alertness », *Proceedings of the National Academy of Sciences* 112 (4) pp. 1232–1237.
- CHOKRON S. (2016), « Impact des écrans sur les processus cognitifs », Observatoire de la santé visuelle et auditive.

¹ Proposition de loi portée par la sénatrice Catherine Morin-Desailly visant à lutter contre l'exposition précoce des jeunes aux écrans, adoptée en première lecture le 20 novembre 2018 (message d'avertissements concernant les outils et jeux numériques comportant un écran). Rapport du Défenseur des Droits sur les droits des enfants de moins de 7 ans, dans lequel il appelle à l'application « d'un strict principe de précaution » en la matière et au bannissement des écrans dans les écoles maternelles et les structures d'accueil de la petite enfance.

Écrans publicitaires et sécurité routière

Les implantations privilégiées pour les écrans publicitaires correspondent aux zones d'attente piétonnes, mais aussi routières. L'entreprise de communication numérique urbaine Vildéo indique ainsi privilégier, sur son site internet, les « axes routiers très fréquentés », les zones d'« embouteillages fréquents sur les axes », les secteurs de « feu tricolore ou rond-point ». Or, aux États-Unis, une étude sur huit emplacements d'affichage numérique en bord de route, en Floride et en Alabama, a montré des taux d'accidents significativement plus élevés, 25% en Floride et 29% en Alabama (collisions arrière et latérales, typiques des accidents causés par la distraction du conducteur). Les écrans publicitaires sont interdits en bords de route en Belgique pour le danger qu'ils représentent pour les conducteurs.

- SISIPIKU V. P., « Digital billboards and traffic safety risks » (2017), Presentation to the TRB Subcommittee on Digital Billboards, 2017 TRB Annual Meeting, University of Alabama at Birmingham.
- ZAIDEL D., « Road Crashes During a Ban on Billboards, and After its Subsequent Repeal » (2017) , 4sight Ergonomics & Safety, Research funded by Israel's National Road Safety Authority.
- Wallonie - « Circulaire concernant les panneaux publicitaires diffusant des messages dynamiques sur écrans numériques » - 11 décembre 2013

Neuromarketing et négation des libertés

Les écrans publicitaires ont la particularité de capter l'attention par la mobilisation de réflexes primaires, tout en inscrivant durablement dans les esprits les messages publicitaires. Les nouvelles possibilités offertes par le neuromarketing et les sciences cognitives, auxquels ont recours les publicitaires, doivent nous faire prendre conscience de l'emprise inédite de la publicité numérique sur les personnes, allant à l'encontre des libertés individuelles. Les travaux scientifiques restent rares actuellement concernant les écrans publicitaires - notamment pour des questions éthiques. En revanche, des travaux existants du côté de l'e-publicité démontrent l'influence des messages publicitaires numériques, générant chez les personnes une forme d'empathie inconsciente pour les marques.

- ABRAMS R., CHRIST S. (2006) « Motion onset captures attention: A rejoinder to Franconeri and Simons (2005) », Perception & Psychophysics, 2006, 68 (1), 114-117
- COURBET D., INTARTAGLIA J., FOURQUET-COURBET M.-P. (2014). « Réception des images, des mots et des sons de l'e-publicité : Quels processus d'influences non conscientes chez les adultes et les adolescents ? » 19ème Congrès de la Société Française des Sciences de l'information et de la communication, SFSIC, Toulon, 4-6 juin 2014
- COURBET D., BENOIT D. (2013) « Neurosciences au service de la communication commerciale : manipulation et éthique. Une critique du neuromarketing », Études de communication, 40 | p. 27-42.
- Tribune pour la prise en compte de la liberté de non-réception, Guillaume Dumas, Mehdi Khamassi, Karim Ndiaye, Yves Jouffe, Luc Foubert et Camille Roth, chercheurs en sciences cognitives et sociales, *le Monde*, 26 juin 2012

Impacts environnementaux et effets sur la biodiversité

En matière d'impact sur l'environnement, la consommation énergétique des écrans publicitaires est régulièrement dénoncée (consommation électrique équivalente à celle de 3 familles pour les écrans installés dans le métro²), plus encore que le recours à des métaux rares pour leur fabrication. Des recherches récentes mettent en avant les impacts des écrans et de la lumière en ville sur la biodiversité (oiseaux, insectes, pollinisation, ...). Tout en aggravant la perte de biodiversité, les écrans publicitaires contribuent au dérèglement climatique en encourageant la sur-consommation des biens et des ressources.

- « Note sur la pollution lumineuse » de la FRAPNA-Rhône (25 mai 2018), relayant notamment le communiqué de presse « Menace sur la pollinisation : le côté obscur de la lumière artificielle » écrit par le CNRS en 2017 à Paris et présentant les différents impacts sur la biodiversité.
- SIBLET J.-Ph., DUCROUX A.-M. (2017), « Pollution lumineuse et biodiversité : un enjeu pour l'ensemble du territoire ». *Espaces naturels* n°57 - janvier 2017

² Mobilier bas 2 m² deux faces numériques. Source : documents transmis par JC Decaux à la mairie de Paris.
<https://www.bastamaq.net/Ecrans-publicitaires-a-Paris-l-afficheur-JCDecaux-veut-faire-taire-les>