

N°24 LE PUBLIPHOBIE 1/8/1994

FEUILLE BIMESTRIELLE

La publicité c'est le viol.

Réseau associatif créé le 1er janvier 1990 et déclaré le 1er juillet 1991 (J.O. du 24.7.1991) pour : "faire prendre conscience des procédés publicitaires ou autres, destinés à mettre en condition l'opinion publique; sensibiliser le public aux nuisances écologiques, aux déséquilibres sociaux et aux risques de manipulation psychologique liés à l'emploi ou à l'abus de ces procédés; réfléchir sur les enjeux avoués ou non de ces derniers; organiser des contre-pouvoirs " (extrait des statuts).

I - UN POLONAIS FACE A LA PUBLICITE (INTERVIEW)

Pawel Nowak, électricien de 35 ans, vit à Cracovie. En vacances en France, il a répondu à quelques questions, pour **le Publiphobe**. L'interview a eu lieu dans la région parisienne, le 22 juin 1994, devant trois témoins, dont une interprète.

Q - *Que penses-tu de la publicité ?* R - Quand il y en a à la télévision, je ne la regarde pas, je vais faire du thé. Q - *Cette attitude est-elle répandue parmi les Polonais ?* R - Il m'est difficile de répondre à cette question, car la publicité n'est pas un thème intéressant... En Pologne, on reçoit la **R.A.I. Uno** (chaîne italienne) avec ses coupures publicitaires au milieu des émissions. Les deux chaînes publiques polonaises, elles, ne font pas de coupures. Elles ont pourtant de la publicité. Q - *Quelles sont tes réactions profondes face à la publicité ?* R - Le plus inquiétant, c'est la publicité pour les enfants et les jeunes. Elle les conditionne par des formules. J'ai été choqué par deux publicités en particulier : pour une marque de poupée (Pawel cite la marque) et aussi pour des sucettes. On crée des besoins : "Vous en avez besoin... Il vous la faut...", disent en substance ces publicités. Q - *La Pologne, c'est important pour toi ?* (Pawel, surpris, se fait répéter la question.)

R - Oui, c'est ma patrie, c'est là que sont mes amis. Q - *Y a-t-il une culture polonaise ?* R - Bien sûr ! Q - *La publicité constitue-t-elle une menace pour la culture polonaise ?* R - Oui, d'autant plus que la plus grande partie de la publicité est étrangère, notamment américaine, française, allemande. La publicité française, c'est par exemple pour des cosmétiques, ou pour une marque de voiture (Pawel cite la marque) : quand le modèle X est sorti (Pawel cite le modèle), il y a eu un matraquage et des incitations à la commande. Q - *Si tu pouvais supprimer la publicité à la télévision, dans les journaux ou dans la rue, que choisirais-tu ?* R - Je ne lis pas les journaux, en tout cas ceux avec de la publicité. Dans la rue, ça ne me dérange pas. Je supprimerais donc la publicité à la télévision, c'est là qu'elle est le plus agressive. Q - *Mais n'est-elle pas plus gênante dans la rue qu'à la télévision, puisque là on ne peut l'éviter ?* R - Non, car tous les Polonais regardent la télévision, et l'affichage, moins présent qu'en France, donne surtout des informations. Du moins, c'est le cas à Cracovie. Pour les autres villes, je ne sais pas. Peut-être Cracovie soigne-t-elle son image. Je connais peu Varsovie et je n'y suis pas allé depuis plus d'un an. Q - *La télévision a-t-elle toujours été importante pour les Polonais ?* R - Oui, même il y a vingt ans. C'était la fenêtre ouverte sur le monde, notamment grâce aux films. Q - *La télévision communiste était-elle ressentie par les Polonais comme un instrument de propagande ?* R - Bien sûr ! Q - *Alors, était-elle vraiment une "fenêtre ouverte sur le monde" ?* R - Par les films, oui. Pour le reste, l'information était très sélective, même sans être carrément mensongère.

Q - *La publicité est-elle une pratique totalitaire ?* R - La Pologne vit actuellement une époque transitoire... Ce n'est pas l'Etat qui conçoit la publicité. Mais les pensées sont de plus en plus conditionnées dans le sens de la consommation à l'occidentale. Tout va trop vite, la Pologne n'est pas prête... Par ailleurs, la publicité ne présente qu'un aspect de la vie occidentale... Le danger est surtout pour les jeunes. Q - *Que penses-tu du fait qu'il existe en France un combat antipublicitaire ? Un tel combat pourrait-il exister en Pologne ?* R - Je ne suis pas contre l'information. Mais je suis tout à fait contre la publicité qui conditionne. L'information est indispensable. Mais il faut dénoncer les méthodes psychologiques employées par la publicité.

II - QUATRE ANECDOTES SAINT-PETERSBOURGEOISES

Marie Ozerova, guide-conférencière au musée de l'Ermitage, à Saint-Petersbourg (Russie) (voir **le Publiphobe** n° 22/III), rapporte, pour **le Publiphobe**, les quatre anecdotes suivantes. Elle a été le témoin des trois premières, la quatrième lui a été racontée par une collègue (les extraits entre guillemets sont de Marie, en français dans le texte).

1) Le tramway (fait constaté début mai 1994).

Sur la cabine du conducteur, qui vend les tickets lui-même (prix normal : 1500 roubles), a été collée une affiche dessinée à la main : "Les meilleurs tickets du monde, rien que pour 1500 roubles !" Les passants rient en se montrant les uns aux autres cette parodie de publicité.

2) Le chocolat au musée (fait constaté le 11 mai 1994).

"Aujourd'hui à l'Ermitage, nous avons eu une action publicitaire inouïe et scandaleuse : des gens, autorisés sûrement par la direction du musée, distribuaient sur l'escalier principal le chocolat X (Marie cite la marque) aux visiteurs. Gratuitement, comme tu devines. Normalement on interdit de manger quoi que ce soit dans les salles du musée (...) Et aujourd'hui il nous était impossible de lutter contre ce public mâchant, mangeant, laissant tomber les miettes et les papiers sales sur les parquets. Imagines-tu les conférenciers expliquant quelque chose aux visiteurs qui, tout en écoutant la présentation des œuvres d'art, se barbouillent de chocolat ? Je n'ai jamais trouvé mon métier si humiliant, je me sens offensée, mais ce qui est pire à mon avis, c'est que le Musée en a été souillé, j'ai cru voir les trafiquants dans le Temple."

3) Le concours de dessin (fait constaté le 1er juin 1994).

"Chaque année, le 1er juin, sur la place du Palais, on fait un concours de dessins d'enfants. On distribue gratuitement des craies multicolores aux enfants, et ils dessinent avec sur le goudron. Ils sont absolument libres dans le choix du sujet. Et voilà, cette année, en sortant de l'Ermitage et en traversant la place, j'ai remarqué que des dizaines de dessins copiaient tout simplement des affiches publicitaires et je me suis dit que ces enfants n'avaient aucune imagination, aucun rêve. Imagines-tu une enfance sans rêve de merveilleux ?"

4) Mozart familial.

Une grand-mère emmène son petit-fils de sept ans au concert pour entendre une symphonie de Mozart. A la sortie, l'enfant s'étonne de la longueur du morceau, qu'il a pourtant bel et bien reconnu : il s'agit d'une société immobilière. Il l'a entendu à la radio et à la télévision, avant chaque annonce de cette société. Sa grand-mère tente, difficilement, de lui inculquer le nom de Mozart.

III - "LA PUBLICRATIE" (AVIS DE PARUTION)

Sous ce titre (et avec en sous-titre : "Sommes-nous condamnés au mal publicitaire ?"), Maurice Pergnier, professeur de linguistique à l'université de Paris-XII, vient de faire paraître l'essai annoncé l'année dernière (voir **le Publiphobe** n° 17/X). Ce petit livre (105 pages, broché) pose le problème de la publicité sous plusieurs angles (politique, économique, moral, etc.) avec nuance, rigueur, humour et, surtout, sans aucune équivoque : y est dénoncé ce qui doit l'être. Prix : 50 F l'exemplaire + 10 F de port = 60 F (à partir de trois exemplaires : frais de port inclus ; à partir de dix exemplaires : 35 F l'exemplaire). Chèques à l'ordre de Maurice Pergnier (CCP Paris 2 352 19 D). Adresser les commandes à **R.A.P.**, 61, rue Victor-Hugo, F-93500 Pantin.

IV - PROPOS EPARS

Maurice **Pergnier** (linguiste) : "On ne naît pas publiphobe, on le devient. C'est une "maladie" qui se contracte par l'exercice de la pensée". (**La Publicratie**, ouvrage diffusé par **R.A.P.**, 1994)

V- AFFAIRE SANGALLI (FIN)

En mai 1993, Didier Sangalli (Saint-Denis) s'était vu réclamer 480 F par la **R.A.T.P.** (Régie Autonome des Transports Parisiens) pour avoir fait un graffiti sur une affiche publicitaire dans le métro. Il lui avait répondu que son procès-verbal était illégal (voir **le Publiphobe** n° 19 et 20). Voici le communiqué qu'il vient de nous faire parvenir : "Plus d'un an après l'arrestation, la **R.A.T.P.**, sans même avoir l'obligeance de répondre à mon courrier, n'a pas porté plainte. Elle donne ainsi raison à mon action, ce qui m'encourage, pour l'avenir, à continuer avec plus d'énergie."

VI - ANADET : DISSOLUTION

L'**Anadet** (Association nationale de défense de la télévision), dont les lecteurs du **Publiphobe** ont pu lire la mention très régulièrement jusqu'à l'année dernière, a décidé de se dissoudre. Cette association, créée fin 1987 par Jean-Paul (et Colette) Lerat (Allier) et Robert Heymann (Indre) est née d'une pétition ("Non à la publicité dans les œuvres à la télévision !") affichée par un professeur de musique à la retraite chez le boucher du village de Chantelle. Grâce aux centaines de milliers de signatures recueillies dans toute la France, le scandale des coupures publicitaires a retenti dans la presse, dans l'hémicycle de l'Assemblée nationale et même sous les lambris de l'Élysée, lors d'une réunion du Conseil des ministres. Sans l'audace et la ténacité des fondateurs de l'**Anadet**, il est certain que ni **le Publiphobe** ni **Résistance à l'Agression Publicitaire** n'auraient vu le jour, du moins sous cette forme et à cette date. Dans l'histoire de la lutte *organisée* contre la pollution et le conditionnement publicitaires en tant que tels, l'**Anadet** aura donc joué le rôle de pionnier. Ses anciens dirigeants restent des témoins, voire des piliers, de cette lutte. Ses biens doivent être dévolus à **R.A.P.** au profit d'une action concernant la publicité à la télévision.

VII - "RESISTANCE A L'AGRESSION PUBLICITAIRE" (R.A.P.)

Association d'initiative collective, créée en 1992. Adresse postale : 61, rue Victor Hugo, F-93500 Pantin ; T. (1) 46 03 59 92. Adhésion (incluant l'abonnement à **R.A.P.-Echos**) : 50 F. Abonnement seul : 30 F. Chèques à l'ordre de l'association.

Le 25 juin 1994, **R.A.P.** a déversé théâtralement 200 kg de prospectus sur la voie publique pour protester contre l'encombrement des boîtes aux lettres. Le 23 juillet, dans un cinéma, trois militants de **R.A.P.** ont poussé des hurlements sauvages et inarticulés pendant toute la durée de la publicité. Les 17 et 18 septembre, de 10h à 20h, **R.A.P.** tiendra un stand à la Fête de l'homme, la nature et l'environnement", à la Rotonde de Thaon-les-Vosges (le 18, à 15h : conférence et projection de diapositives).

Sommaire de **R.A.P.-Echos** n° 6 : compte-rendu et commentaires sur la Nuit des Publivores, articles ("Antipublicitaire certes, anticapitaliste avant tout !", "Le **C.S.A.**, agent publicitaire"), récit des 3ème et 4ème actions-cinéma de **R.A.P.**, etc.

Sommaire du n° 7 : compte-rendu de l'action parlementaire et associative contre la publicité dans les boîtes aux lettres, récit des 5ème et 6ème actions-cinéma, présentation de quatre associations luttant contre l'affichage publicitaire, etc.

VIII - AUX FIDELES DU PUBLIPHOB

Le Publiphobe vient de connaître sa première interruption depuis sa création en 1990 (le dernier numéro est daté du 1er février, ce qui fait six mois d'intervalle au lieu des deux habituels). Puissent ses fidèles ne pas avoir craint un seul moment le caractère définitif de ce silence ! Quant aux raisons de celui-ci, elles existent, mais ont d'autant moins à être rendues publiques qu'elles ne peuvent constituer des excuses.

IX - CONVOCATION

L'assemblée générale du **Publiphobe** aura lieu le vendredi 9 septembre 1994, de 19h30 à 20h, dans la région parisienne. Le lieu exact sera précisé, le jour même, sur le répondeur téléphonique de l'association. Ordre du jour : rapport moral, rapport financier, renouvellement du bureau, questions diverses.

X - CATALOGUE

- Autocollant (création **Atelier des Arpètes**, Toulouse, réf. AA3) ; 7x5 cm ; couleur : orange fluorescent ; texte : "Attention, la publicité nous prend pour des CONSommateurs !" ; prix : 2 F les trois, 4 F les dix, 7 F les vingt-cinq, 12 F les cinquante, 17 F les cent. Commande (timbres) à adresser à : **La Coop**, Cité Salvador Allende, Bât. 6, Ap. 323, F-93200 Saint-Denis.

- Pétition de **Résistance à l'Agression Publicitaire** : "Non à la publicité au cinéma. Oui au court métrage" (1 page)

XI - MODE D'EMPLOI

Pour commander les numéros - anciens ou à paraître - du **Publiphobe** (2 pages par numéro) ou tout document mentionné au catalogue, prière d'envoyer **une enveloppe suffisamment grande et affranchie** à vos nom et adresse, ainsi que **50 cts (en timbres) par page**.

Dons acceptés (CCP 346257 X Paris. Chèques à l'ordre du "Publiphobe").

N'oubliez pas de photocopier ce texte et de le diffuser.

Yvan Gradis, 56 bis, rue Escudier, F-92100 Boulogne, France. T. (1) 46.03.59.92