

N°30 LE PUBLIPHOBIE 1/8/1996

THEORIQUEMENT BIMESTRIEL (7^{ème} année)

La publicité c'est le viol.

Feuille à statut associatif créée le 1er janvier 1990 et déclarée 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 - REBELLION DANS LE METRO (CONTE INACHEVE)

Ce conte, sans doute inédit, nous est parvenu mystérieusement, sur deux feuillets manuscrits dont le second, déchiré, était amputé d'un quart, d'où l'absence de fin.

Il était une fois, vers la fin du XX^{ème} siècle, vingt habitants d'une grande ville qui prenaient le métro tous les jours et tous les jours se demandaient si le métro avait été inventé pour transporter les gens ou pour les obliger à regarder les affiches publicitaires.

Car il y en avait partout ! Dans les couloirs, sur les quais, dans les rames, et même dans les tunnels ! Pas moyen de faire un pas ni de lever le nez sans subir de plein fouet l'image obsédante de l'un de ces géants postés tous les cinq mètres pour troubler de leurs injonctions le murmure des pensées secrètes et des rêveries intimes. C'est du moins ce qu'avaient constaté les vingt citadins. Aucun d'eux n'était aveugle. Aussi en étaient-ils tous arrivés à la même conclusion : il n'y avait que trois façons d'échapper aux affiches, c'était de fermer les yeux, de lire ou de regarder ses pieds. Ils avaient bien essayé les trois méthodes, mais sans grand succès. Certains, paupières closes et rasant les murs en marchant à tâtons, avaient percuté des aveugles ou s'étaient déboîté l'épaule contre une proéminence ; d'autres, emportés dans le tourbillon d'une lecture abyssale, s'étaient "réveillés" dans une rame vide, au terminus de la ligne ; d'autres encore, perdus dans la contemplation des arabesques de leurs chaussures, n'avaient même pas entendu passer le dernier métro. Il y avait donc bel et bien un problème.

La solution, ou plutôt une forme de revanche, leur fut inspirée par une feuille périodique dont ils étaient tous lecteurs et qui diffusait des conseils pour se protéger de la publicité. C'est après avoir fait connaissance, par l'intermédiaire de cette feuille, que les vingt publiphobes décidèrent de se rebeller.

Ils achetèrent dix tabourets, dix feuilles de papier de 2 m², dix crayons, quarante punaises. Sur dix cartons, ils écrivirent en gros caractères ce que leur dicta leur inspiration ; ceux qui en manquaient s'en tinrent à la question qu'ils s'étaient tous posée depuis toujours : "le métro a-t-il été inventé pour transporter les gens ou pour les obliger à regarder les affiches publicitaires ?"

Le moment venu - un soir de semaine, à l'heure de pointe -, ils se retrouvèrent, accompagnés d'un journaliste, à l'entrée d'une station de métro. Pour ne pas attirer l'attention, cinq seulement, munis de leurs cartons et de leurs tabourets, descendirent sur l'un des quais. Cinq autres en firent autant juste après, sur le quai d'en face. Quant aux dix derniers, dépourvus d'accessoire, ils se divisèrent aussi en deux groupes et se répartirent sur l'un et l'autre quai, laissant entre eux des intervalles réguliers.

Au signal convenu, chacun des dix premiers se rendit au pied d'une affiche, s'accrocha son carton dans le dos, monta sur son tabouret, punaisa sa feuille de papier au beau milieu de l'affiche et sortit son crayon. Ce fut un festival de droit de réponse et de liberté d'expression. Sous le regard interloqué des usagers auxquels ils tournaient le dos et qu'ils dominaient du haut de leur tabouret, les dix rebelles déversèrent sur leurs grandes feuilles tout ce que leur inspirait l'agression publicitaire. Ils faisaient, pour la première fois au grand jour, à plusieurs et en prenant leur temps, ce que d'autres faisaient en franc-tireur, à la sauvette. Pendant ce temps, le journaliste prenait discrètement des notes et des photos...

Assez rapidement, surgirent sur les deux quais une poignée d'agents de la sécurité qui tentèrent de faire descendre les rebelles de leurs tabourets. Ceux-ci firent la sourde oreille. On fit alors appel aux forces de l'ordre, qui ne tardèrent pas à arriver. Les nouveaux uniformes ne firent pas mieux que les précédents : les trublions perchés, tout à leur vengeance, n'obéissaient plus qu'à leur crayon. Quand les policiers les forcèrent à descendre en les tirant par la manche, ils eurent la surprise de ne rencontrer aucune résistance et de voir les rebelles leur tomber dans les bras et glisser mollement jusqu'au sol ! Les passants médusés guettèrent les réactions des représentants de l'ordre, perdus au milieu de cette jonchée de corps muets et inertes. Pendant ce temps, le journaliste continuait discrètement son travail.

Au moment même où le commissaire, après avoir tenté en vain de faire se lever les gisants, donna l'ordre à ses hommes d'en porter quelques uns - les autres suivraient d'eux-mêmes, devait-il penser -, la stupéfaction générale redoubla : un usager venait, à l'instar des rebelles, de se laisser tomber sur le sol. Sur le quai d'en face, un autre l'imita. Puis un troisième, un quatrième, un cinquième... Ce furent bientôt, sur les deux quais, dix nouveaux corps qui...

Saura-t-on jamais ce que réservait le bout déchiré du second feuillet ? Se trouvera-t-il, parmi les lecteurs, un avocat assez expérimenté pour deviner ce qu'il advint des rebelles et de leurs complices dans les mains de la police ?

II - PEUT-ON VIVRE SANS LA RADIO ? (FIN)

Oui. Conclusion maintenant définitive, au bout d'un an d'expérience, sans dégâts apparents. Pour en recevoir le bilan, se reporter ci-dessous au catalogue et au mode d'emploi.

III - DEBAT EN COURS

Un débat sur le thème "publicité, religion et espace public" a été lancé dans l'avant-dernier numéro (n° 28). Il se poursuivra toute l'année avant de déboucher probablement sur une synthèse. Quelques contributions sont déjà arrivées. Mise en garde aux athées et aux anticléricaux : prière de rester dans les limites étroites du sujet ! La liberté d'opinion ne justifie aucun débordement hors sujet.

IV - GRENOBLOIS CHERCHENT PARISIENS

Dix membres de Paysages de France, habitant Grenoble et sa région, viendront à Paris spécialement pour la manifestation "Qui sont les vandales ?" (voir encadré ci-dessous). Qui peut en héberger un ou deux, le 27 et/ou le 28 septembre au soir ?

Qui sont les vandales ?

Rassemblement contre le déferlement des panneaux publicitaires

Paris, samedi 28 septembre 1996, 14h30
Place du Québec (métro Saint-Germain-des-Prés)

A l'appel de : Paysages de France, Résistance à l'agression publicitaire, Union Fédérale des Consommateurs d'Als

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

Association partageant les objectifs du Publiphobe mais davantage tournée vers l'action collective. Adresse : 61, rue Victor Hugo, 93500 Pantin ; tph 46.03.59.92 ; tcp 47.12.17.71. Adhésion : 80 F (200 F pour les associations) ; abonnement seul (R.A.P.-Echos) : 20 F. R.A.P.-Lyon : 4, rue Bodin, 69001 Lyon ; tph 78.27.29.82.

Actions. Interventions-surprises régulières dans les salles de cinéma (15 octobre) ; manifestations contre les panneaux (28 septembre), contre l'encombrement des boîtes aux lettres (novembre), contre l'utilisation mercantile du Père Noël (décembre), lors de la Nuit des Publivores ; actions dans le métro.

Pétitions. Voir catalogue ci-dessous.

Réunions. Paris, le 9 de chaque mois ; Lyon, en septembre prochain.

Publication. R.A.P.-Echos (trimestriel de quatre pages). Sommaire du n°15 (juillet) : présentation des manifestations à venir ; le CSA et la publicité clandestine (échange de courrier) ; avertissement officiel des "Publivores" à R.A.P. (lettre d'avocat) ; billet d'humeur ("Saturation") ; éloge funèbre d'un publicitaire ("Mort d'un guide").

Edition. La Publicratie (voir catalogue ci-dessous).

VI - "PAYSAGES DE FRANCE"

Association agréée, spécialisée, notamment, dans la lutte contre l'affichage publicitaire. Adresse : Chemin de la Combe, 38700 Le-Sappey-en-Chartreuse ; tph 76.88.83.64. Adhésion : 50 F (100 F pour les associations) ; abonnement seul (Action-Paysage) : 25 F. Délégation en Ile-de-France : 19, rue Benoît Frachon, 78280 Guyancourt ; tph 30.64.43.32. Délégation dans le Sud-Ouest : 3, rue de Tauzia, 33800 Bordeaux ; tph 56.91.33.99.

Actions. Groupe de travail départemental contre l'affichage illégal (Isère). Actions de sensibilisation sur les marchés (Ile-de-France). Promotion d'un label "paysages" auprès des collectivités locales.

Pétition. Voir catalogue ci-dessous.

Publication. Action-Paysage (semestriel de 16 pages). Voir catalogue ci-dessous.

Diffusion. Mallette pédagogique (diapositives, cassette vidéo, livret d'accompagnement, fiches pratiques, réglementation) : 250 F + 30 F de port.

VII - CATALOGUE

- "In-télé-ctuels" (à propos d'une polémique sur la télévision), par Y.G. (1 page).
 - "A l'abri des ondes" (bilan d'une année de sevrage radiophonique), par Y.G. (4 page).
 - "Qui sont les vandales ?" (communiqué de presse pour la manifestation du 28 septembre 1996) (1 page).
 - "Qui sont les vandales ?" (mini-tract en plusieurs exemplaires pour la même manifestation) (1 page).
 - Pétition de Résistance à l'agression publicitaire : "Pas de publicité dans ma boîte aux lettres" (1 page).
 - Pétition de Résistance à l'agression publicitaire : "Non à la publicité au cinéma, oui au court métrage" (1 page).
 - Pétition de Paysages de France : "On nous vole nos paysages !" (1 page).
 - Le Publiphobe n° 1 à 29 (2 pages par numéro ; série complète : 25 F port compris).
 - R.A.P.-Echos n° 1 à 15 (4 pages par numéro ; série complète : 25 F port compris).
 - Action-Paysage n°5 (décembre 1995) et n°6 (mai 1996) : 16 pages par numéro, respectivement 15 F et 10 F + 5 F de port par numéro.
 - La Publicratie (sommés-nous condamnés au mal publicitaire ?), de Maurice Pergnier (1994). (Chèque de 50 F à l'ordre de l'auteur + 10 F de port en timbres).
- (Voir mode d'emploi ci-dessous).

VIII - MODE D'EMPLOI

Pour commander tout document mentionné au catalogue, prière d'envoyer une enveloppe suffisamment grande et suffisamment affranchie, ainsi que la somme correspondant au prix indiqué ou, à défaut, 50 cts par page. Abonnement annuel facultatif au Publiphobe : 25 F. Pour recevoir le prochain numéro seulement : 1 F + enveloppe timbrée. Timbres, chèques et virements acceptés ("Le Publiphobe", CCP 346257 X Paris).

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

Yvan Gradis

56 bis, rue Escudier, 92100 Boulogne-Billancourt, France. Tph (1) 46 03 59 92 , tcp (1) 47 12 17 71