

N°33 LE PUBLIPHOBIE 1/4/1997

THEORIQUEMENT BIMESTRIEL (6^{ème} année)

*"On ne naît pas publiphobe, on le devient. C'est une "maladie" qui se contracte par l'exercice de la pensée."
(Maurice Pergnier, La Publicité)*

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 - LE FOOT, ON S'EN FOUT !

La presse commence à nous seriner qu'il y aura une "Coupe du monde de football", en France, en 1998 (les citations sont extraites du *Monde* des 27 et 29 mars 1997).

Respectable est le football, suspect son culte, qui sert des intérêts étrangers aux valeurs du sport. La nouvelle campagne, comme souvent en publicité, procède par association et expansion. "La Coupe du monde, ce n'est pas simplement soixante-quatre matches de football", explique un ancien joueur devenu l'un des organisateurs. A des mots comme "tournoi", "compétition", le confusionnisme préfère "bal", "fête", "aventure". De l'aveu même d'un journal ouvertement complice du serinage totalitaire (*Le Monde*), "les grands événements sportifs sont devenus des vitrines promotionnelles". Voilà pour l'association, dont nous serons la dupe à proportion de notre naïveté. A l'intention des jeunes surtout, victimes désignées, il s'agira donc de dissocier ce que les publicitaires vont tenter d'associer encore plus que de coutume : le sport et le commerce, le sport et l'argent.

L'expansion, elle, assurera tout à la fois le quadrillage de l'espace et la mobilisation des esprits. "Les organisateurs craignent que la fête soit confinée dans le strict périmètre des stades", lit-on dans le journal complice. "Il serait souhaitable, affirme le ministre de la jeunesse et des sports, que les voyageurs étrangers soient accueillis dans les gares et dans les aéroports par un message de bienvenue indiquant qu'ils arrivent dans le pays organisateur de la Coupe du monde." Si l'espace relève, en l'occurrence, de l'Etat, la presse, elle, se chargera des esprits, dont elle veut d'ores et déjà "vaincre l'indifférence". "Les Français ont-ils conscience de l'ampleur de cet événement ?", s'interroge le journal complice, dont le directeur déclare par ailleurs : "Nous voulons sensibiliser notre lectorat à cette aventure". Le "chauvinisme français" lui-même est invoqué explicitement, qui "tarde à se réveiller", selon ce journal que son nom pouvait pourtant faire croire à l'abri d'un tel travers. Le ministre, à nouveau : "Il manque encore un véritable élan populaire dans l'attente de cette Coupe du monde (...). L'événement médiatique de la fin du siècle a lieu en France, et il faut que la France entière en profite, et pas seulement les amateurs de football". Affirmation délicieusement équivoque et d'où s'élève comme un parfum de totalitarisme.

Mais la palme de la manipulation revient au journal complice lui-même, qui écrit en gros caractères : "Les 64 matches seront suivis par 37 milliards de téléspectateurs". La duperie ne réside pas tant dans l'hyperbole du chiffre de l'audience cumulée que dans le simple emploi du futur de l'indicatif : "seront suivis". Quelle assurance ! S'il n'y a pas là une tentative sournoise de rejeter dans la marge quiconque n'entreverrait que l'éventuelle possibilité de n'être pas forcément cloué à son petit écran du 10 juin au 12 juillet 1998, alors les mots n'ont plus de sens.

On connaît l'idéologie du sport et la religion qu'elle devient, notamment, dans les régimes fascistes. La contribution du *Publiphobe* au "dessillage" nécessaire pourrait prendre la forme, si les lecteurs en exprimaient le souhait, d'une souscription dont le but serait de faire fabriquer de petits insignes que les "footballphobes" pourraient porter avant et pendant la "fête". Ces insignes diraient, par exemple : "Je boycotte la Coupe du monde de football".

Manifestation

à l'appel de Paysages de France et de Résistance à l'Agression Publicitaire
le 14 mai 1997, de 11h à 14h, à Grenoble, devant le restaurant du Home des Etudiantes, Place Pasteur

Panneaux pub, la gangrène ! Pas de publicité à l'école !

Les programmes ne font pas partie du paysage, mais le paysage fait maintenant partie des programmes de l'Education nationale, qui, pourtant, ferme les yeux devant certaines incursions de la publicité, notamment par le biais de panneaux polluants implantés dans des établissements scolaires ou universitaires.

II - PETITE ANNONCE

Publiphobe indépendant cherche hébergement à Grenoble du 13 au 16 mai et à Aix les Bains du 17 au 19 mai.

III - GARE A L'INFECTION !

Un groupuscule nationaliste, devenu parti sous la serre médiatique, organise une réunion publique à la Salle des Fêtes de Boulogne-Billancourt, le 22 avril 1997. Des citoyens et des organisations de la ville, réunis en collectif, s'y opposeront en manifestant le jour même. *Le Publiphobe* se déclare solidaire de ce collectif. Non sans hésitation.

On ne touche pas une plaie infectée : protester publiquement contre les agissements d'un parti violent et démagogue, c'est s'indigner à voix haute d'une campagne publicitaire choquante, c'est en fin de compte se faire le relais du scandale en amplifiant le phénomène que l'on prétend combattre. Certains partis, certaines marques n'existent que par l'image qu'en a propagée la presse en toute naïveté, quand ce n'est pas en toute complicité. Crevez la baudruche, que reste-t-il ? Mais la presse seule ne suffit pas à créer le phénomène : lecteurs, auditeurs et téléspectateurs ont leur part de responsabilité. Qu'un marginal se donne, à coups d'imparfaits du subjonctif, des airs de gourou, et, à coups de postillons, un rôle d'épouvantail, le guignol n'en est que trop drôle pour n'être pas brandi à tout bout de champ par des marionnettistes en mal d'audience. Or, l'audience est trop souvent composée de citoyens qui confondent leur besoin d'information et la nécessité, pour la presse, de remplir des pages et d'animer des écrans.

Alors, manifester ? Descendre de son fauteuil de téléspectateur dans la rue pour remonter quelques heures plus tard dans son fauteuil ? Un parti avance-t-il à coups de provocations publicitaires, sa stratégie n'appelle qu'une réponse : le boycottage. Manifester ? Certes, mais pas plus contre la créature que contre ses créateurs.

"Que la publicité soit ou non comparable au fascisme, lui résister constitue le meilleur entraînement à toute forme de résistance" (*Le Publiphobe* n° 3, octobre 1990). (Voir catalogue.)

IV - PROPOS EPARS

Catherine **Deneuve** (actrice française du XX^{ème} siècle), sur les vedettes et la publicité : "Que ce soit bien clair : on fait de la publicité pour gagner de l'argent, ceux qui disent autre chose sont des hypocrites" (*Le Monde*, 23/3/1997).

V - SAFARI-PANNEAUX

Après le safari tout court, après le safari-photos, voici le safari-panneaux : mi-chasse, mi-reportage, il consiste à "dépanneauter" le paysage. Armé d'un appareil photo, l'on choisit une commune pour la sillonner, suivant le temps et l'énergie dont on dispose, à pied, à vélo ou en voiture, à la recherche des panneaux publicitaires illégaux... qu'on signalera 60 ensuite à la mairie. Cela prend des heures et peut occuper agréablement un dimanche : occasion de faire de l'exercice, du tourisme, du civisme, et le ménage ! Depuis le début de 1997, ont été explorées : Bagneux (92), Bondy (93), Châtillon (92), L'Haÿ-les-Roses (94), Noisy-le-Sec (93), Rosny-sous-Bois (93). (Renseignements auprès du Publiphobe.)

VI - TABLEAU DE CHASSE

Sont indiquées les communes qui ont donné suite à une demande partiellement ou totalement individuelle (en l'occurrence celle d'YG). Les noms de rues sont éventuellement précisés. Le point d'interrogation signale les victoires dont la paternité n'est pas certaine.

- Panneaux déposés : Bondy (Edouard Vaillant, Jules Auffret, 3/97), Boulogne-Billancourt (Emile Dunois, 18/12/95), Douarnenez (Commandant Fernand, 1995)(?), Paris (Villiers, 3/97), Puteaux (Dion Bouton, 1995)(?), Viroflay (Général Leclerc, 1997).

- Panneaux devant être déposés : Bourg-la-Reine (Général Leclerc, 1/97), Charsonville (Onze novembre, 12/96), Chaville (Roger Salengro, 12/96), Montreuil (Aristide Briand, 3/97).

- Panneaux mis en conformité : Bondy (Henri Barbusse, 3/97), Chateaudun (Toutain, 29/09/95), Issy-les-Moulineaux (Victor Hugo, 3/97), Paris (Emile Zola, 9/96).

- Panneaux devant être mis en conformité : Cercottes (route nationale, 1/97).

VII - UNE SEMAINE SANS TELEVISION : ETEIGNEZ, POUR VOIR !

Le Réseau pour l'Abolition de la Télévision (R.A.T.), Résistance à l'agression publicitaire-Lyon et *Le Publiphobe* relaient en France l'initiative internationale de la "Media Foundation", association de Vancouver (Canada). Les téléspectateurs sont plus nombreux qu'on ne croit ; peut-être même en avez-vous un parmi vos proches ! La semaine du 24 au 30 avril 1997 sera l'occasion de lui tendre la main pour lui redonner le goût d'une soirée loin du petit écran.

VIII - EXPOSITION DE DESSINS SUR LA TELEVISION

Le Réseau pour l'Abolition de la Télévision (R.A.T.) expose plus d'une trentaine de dessins humoristiques, du 5 au 30 avril 1997, à la librairie Publico, 145, rue Amelot, 75011 Paris (tph 01 48 05 34 08).

IX - SPOTr : ASSOCIATION ANTIPUBLICITAIRE BELGE

Le sigle "SPOTr" veut dire en néerlandais : "Stop Publiciteit Op Televisie en Radio" (Stop à la publicité à la télévision et à la radio). L'objectif de cette nouvelle association est évident. Son sens de l'humour l'est moins pour les francophones : le sigle est aussi un acronyme très proche du mot néerlandais signifiant "moquerie". Contact : Hans Verstedden, 9, Beurstraat, 3390 Tielt, Belgique ; tph 00 32 16 63 45 22 ; tcp 00 32 16 63 99 91. (Source : Association des Téléspectateurs Actifs, Rue Américaine, 106, 1050 Bruxelles, Belgique.)

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

Association partageant les objectifs du Publiphobe mais davantage tournée vers l'action collective. Adresse postale : 61, rue Victor Hugo, 93500 Pantin ; tph 01 46 03 59 92 ; tcp 01 47 12 17 71. Adhésion (abonnement inclus à *R.A.P.- Echos*) : 80 F (200 F pour les associations) ; abonnement seul : 20 F.

Domaines d'action. Boîtes aux lettres, affichage, cinéma, métro, Noël, Nuit des Publivores (lettre d'intimidation reçue la veille de l'action du 28 mars dernier !), etc.

Réunions. Paris, le 9 de chaque mois (sur demande). Le 6 mai 1997, à 20 h, réunion de travail sur l'affichage à Paris. Même jour, même heure, réunion publique à Lyon (Maison de l'écologie). 21 juin 1997 au soir, réunion publique à Paris.

XI - "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 04 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 01 30 64 43 32. Délégation dans le Sud-Ouest : 3, rue de Tausia, 33800 Bordeaux ; tph 05 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.

XII - CATALOGUE (Un astérisque signale les nouveautés.)

- *Le Publiphobe* n° 1 à 32 (2 pages par numéro : série complète : 25 F port compris)

- *R.A.P.-Echos* n° 1 à 17 (4 pages par numéro ; série complète : 30 F port compris)

- *Action-Paysage* n° 7 (décembre 1996, "Spécial entrées de villes") : 16 pages (10 F + 5 F de port)

- 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)

- "Baudruce "nationale" " (un point de vocabulaire politique), par Y.G. (1 page)

- * Lettre ouverte au ministre de la culture, par Y.G. (1 page)

- * "Trois sourires de trop" (commentaire d'une image publicitaire), par Y.G. (1 page)

- * Tract et pétition canulars : "Un peu plus de pub ! Beaucoup plus de films !" (2 pages)

(Voir mode d'emploi ci-dessous.)

XIII - 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 : 1F + enveloppe timbrée. Timbres, chèques et virements acceptés (à l'ordre du "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 01 46 03 59 92 , tcp 01 47 12 17 71