

N°39 LE PUBLIPHOBIE 1/6/1998

SPORADIQUE (9^e année) Dernier numéro : 1/4/1998

« Cessez de me comparer à la publicité ! » *Le vent.*

Feuille concentrée, créée le 1^{er} janvier 1990. Diluer (dans une bassine) avant absorption. Association déclarée le 1^{er} juillet 1991 (Journal officiel du 24/7/1991) : « 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 » (statuts).

I - Syllogisme postal

La Poste affirme que les gens aiment recevoir des prospectus dans leur boîte aux lettres, or la Poste est constituée de gens, donc la Poste aime recevoir des prospectus dans ses boîtes aux lettres.

II - Sondage en vue d'une opération « boîtes jaunes »

Imaginez que, pour mettre un terme à l'invasion des boîtes aux lettres par la publicité, circule dans le public un mot d'ordre du genre : « La Poste bourre votre boîte aux lettres de prospectus contre votre gré ? Bourrez de prospectus les boîtes aux lettres de la Poste ! » Le suivriez-vous ? Si vous saviez quels prospectus ont été déposés par le facteur dans votre boîte, accepteriez-vous de les redéposer dans les boîtes aux lettres jaunes (ou dans les bureaux de poste) ?

III - Procès boîte aux lettres : commission rogatoire

Seul élément nouveau dans l'affaire qui oppose Y.G. et un distributeur de prospectus muni d'un passe-partout de la Poste : l'avocate d'Y.G. a appris en mai qu'une commission rogatoire avait été délivrée par le juge d'instruction le 9 février dernier et que l'enquête avait été confiée au commissariat de Nanterre. Quant à la collecte, lancée le 1^{er} février pour couvrir les frais d'avocat, son résultat s'élève aujourd'hui à 15 733,50 F, envoyés par 121 donateurs de toute la France. L'objectif à moyen terme étant de 20 000 F (pronostic de l'avocate), la collecte continue. De nouveaux soutiens médiatiques se sont ajoutés aux premiers. Et les témoignages demandés par l'avocate continuent d'arriver (sur la chronologie de l'affaire, les modalités de contribution financière et de témoignage, voir *Le Publiphobe* n° 37). Voir aussi catalogue ci-dessous.

IV - Terrorisme antipublicitaire à Artenay

Cette petite ville tranquille du Loiret a servi de décor à un fait divers poignant ! En 1997, Jean-François Amary, au moment de quitter la maison qu'il y a habitée depuis presque toujours (et dont il reste propriétaire) pour aller s'installer dans la Drôme, appose sur sa porte, à côté de la fente prévue pour les lettres, une affichette terrorisante : « Pas de publicité dans cette boîte réservée au courrier, sous peine de poursuites de l'émetteur, comme du distributeur (y compris la Poste). Cette boîte est défendue par Résistance à l'agression publicitaire et Le Publiphobe. » Revenant à peu près toutes les trois semaines dans son ancienne maison, le terroriste constate que l'affichette est régulièrement respectée : il ne trouve, dans sa boîte, jamais plus d'un tract ou catalogue, et une fois même rien du tout. Fin mars 1998, il y découvre un petit papier avec le mot suivant, griffonné, à en juger par l'orthographe ici restituée, sous l'effet de la terreur : « Monsieur, veuillez recevoir mes excuses pour la publicité déposées dans votre boîte à lettre, j'ai vu votre mot sur votre porte trop tard ! Sinon excusez moi de faire mon travail ! Le Distributeur. »

V - L'enfant amateur de marionnettes (histoire atroce)

Connaissez-vous l'histoire atroce de cet enfant habitué des théâtres de marionnettes, qui, pour avoir un jour entrevu un bout de la main du marionnettiste, ne fut plus jamais capable d'accorder la moindre attention au spectacle ? Tel est le drame épouvantable du téléspectateur devenu lucide : il ne peut plus regarder la télévision !

VI - Simple, facile, complexe, difficile (exercice philosophique)

On confond souvent simplicité et facilité, complexité et difficulté. Or, s'il y a des choses simples et faciles (boire un verre d'eau), et d'autres complexes et difficiles (fabriquer un ordinateur), il en est de simples et difficiles (monter une côte à vélo) et de complexes et faciles (faire une addition). Toutes les actions doivent pouvoir se ranger dans l'une ou l'autre de ces catégories. Dans laquelle mettriez-vous le fait de ne plus regarder la télévision ?

VII - Fauteuil et révolution

(Version longue) Les révolutions se font dans la douleur... et la rue. Il en est une qui se fait dans la douceur... et son fauteuil : ne plus regarder la télévision. Seul et paradoxal mérite de la terrible invention ! Mais, pour que cette révolution-là ait lieu, il faudrait qu'il y eût plus de non-téléspectateurs que de téléspectateurs. Révolutionnaires en puissance, restez, si vous le souhaitez, assis. Dormez même, pourquoi pas ? dans votre fauteuil. Mais éteignez votre poste ! Et tout deviendra possible.

(Version brève) L'acte le plus révolutionnaire depuis l'invention de la télévision : ne pas la regarder.

VIII - La laideur des pharmaciennes : la fin d'un mystère

On vient de percer le mystère de la légendaire laideur des pharmaciennes. Peut-être le premier pas vers la fin d'une injuste malédiction ? En réalité, pharmaciennes, soyées rassurées ! Vous n'êtes pas moins belles que la moyenne des femmes. Vous l'êtes seulement moins que celles croisées par vos clients juste avant d'arriver devant vous : ces divines rivales intronisées par vous-mêmes, pour la plus cruelle des comparaisons, sur les piédestaux publicitaires de vos vitrines. Ne voyez-vous donc pas comme leurs charmes écrasent les vôtres ? Comme leur grâce vous rend inexistantes ? Jamais vos jambes n'approcheront le galbe des leurs, ni vos yeux, vos cheveux l'éclat et la clarté propres à ces femmes supérieures ! La solution, pharmaciennes ? Votre laideur n'est qu'un effet d'optique. Renvoyez ces beautés dans leurs contrées lointaines, et vous existerez à nouveau.

IX - Phrase

Quand mon chien lève la patte au pied d'un panneau publicitaire, je regrette de ne pas avoir plutôt un chameau.

X - Boulogne-Billancourt et son règlement local de publicité

(1) La mairie de Boulogne-Billancourt (Hauts-de-Seine) pense, depuis un certain temps déjà (voir *Le Publiphobe* n° 28) à se doter d'un nouveau règlement local de publicité (possibilité prévue par la loi de 1979). Le 8 octobre 1997, la commission extra-

municipale sur le cadre de vie aborda le sujet, notamment sur la base d'un dossier d'une trentaine de pages remis aux participants. Parallèlement, la mairie passe en revue tous les panneaux de la ville pour en vérifier la conformité.

(2) Le 16 mars 1998, Y.G., suite à une mention de ses activités dans le journal *Silence*, est pré-invité par téléphone à participer, le 7 avril suivant, aux travaux de ladite commission consacrés à l'affichage. L'employé qui en a pris l'initiative lui ayant demandé sous quelle étiquette il doit le présenter au maire-adjoint présidant la commission (Guy Sorman), Y.G. fait état des trois associations qu'il représente : Le Publiphobe, Résistance à l'agression publicitaire et Paysages de France. Dès le lendemain, il reçoit un exemplaire du dossier de la mairie, dans lequel il peut lire que « la publicité s'impose à l'être humain » et qu'elle a parfois recours à des « structures oppressantes », affirmations suffisamment proches de son credo personnel pour lui donner quelque espoir quant à l'état d'esprit de la municipalité. Dix jours plus tard, l'employé le rappelle pour lui annoncer qu'il n'est pas invité et qu'il ignore lui-même les raisons de cette éviction. Y.G. écrit aussitôt au maire-adjoint pour les lui demander. Il ne recevra jamais de réponse.

(3) Entretemps, il se voit proposer par Mlle Z., une connaissance qui se trouve faire partie de la commission, de la remplacer lors de la prochaine réunion, ce qu'il accepte. Le 7 avril, donc, dans le salon d'honneur de la mairie, une place lui est réservée, au titre de « remplaçant de Mlle Z. », à la grande table autour de laquelle prennent place une quarantaine de personnes, dont plusieurs maires-adjoints, un conseiller général, des présidents d'associations, divers notables et des militants concernés par le sujet. Arrive le président de la commission, qui serre quelques mains. Se trouvant sur son passage, le « remplaçant de Mlle Z. » se présente à lui et se voit gratifier d'un « très heureux » que n'annonçaient ni l'éviction ni la non-réponse à la lettre...

(4) Après une brève introduction, le président donne la parole à la salle. Le « remplaçant de Mlle Z. », qui a beaucoup à dire mais ne souhaite pas faire figure de provocateur aux yeux de l'élu qui l'a évincé, se tait. Silence général. Terrible silence... d'une seconde, puis deux, puis trois... Sommes-nous bien à Boulogne, deuxième ville d'Ile-de-France (100 000 habitants), et sont-ce bien quarante élus et responsables associatifs qui se taisent en chœur quand l'autorité leur donne l'occasion de s'exprimer ? Est-ce la présence, de l'autre côté de la rue, du siège d'un des quatre plus gros pollueurs du paysage français (l'afficheur Avenir) qui frappe d'apoplexie la notable assistance ? Au bout de quelque dix secondes d'un silence qui, dans une telle réunion et dans un tel décor, exhale comme un parfum de capitulation, et après s'être bien assuré qu'il ne prive personne de la parole, le « remplaçant de Mlle Z. » lève la main et branche le micro placé devant lui. Après mention des trois associations qu'il a l'honneur de diriger, il expose en quelques minutes un certain nombre d'idées quant à la politique de l'affichage à Boulogne. Il réclame notamment que les panneaux de 12 m² soient réduits de taille et que soient interdits sur les affiches le rouge, l'orange et le jaune, couleurs agressives par excellence. À la fin de son intervention, le président le félicite pour sa « modération », inattendue de la part du représentant d'associations portant des noms comme les leurs.

(5) Après cela, les langues semblent se délier. Le « remplaçant » intervient une seconde fois pour se vanter d'avoir fait enlever sept affichettes pornographiques un mois plus tôt (voir *Le Publiphobe* n° 38). Et d'en exhiber un exemplaire. Le président le félicite, cette fois, pour son « civisme », tout en lui demandant, au bout de quelques minutes, de bien vouloir ranger l'affiche déplaisante.

(6) L'association subventionnée par la mairie (Boulogne-Environnement) est invitée par le président à mettre sur pied un groupe de travail sur le problème de l'affichage. À ce jour, Y.G. n'a pas été invité à s'y joindre. Il n'a pas non plus reçu de nouvelles de la mairie elle-même, mais a tout de même pris contact avec le service chargé de vérifier la conformité des panneaux.

XI - « Résistance à 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. R.A.P. dispose d'un local depuis avril et cherche maintenant à embaucher un permanent : une collecte est organisée dans ce but. Assemblée générale : le 27 juin, à 14 h, au 3, rue d'Aligre, 75012 Paris. Publication trimestrielle : *R.A.P.-Échos*. Pétitions. (Voir catalogue ci-dessous.)

XII - « Paysages de France »

Association agréée, spécialisée, notamment, dans la lutte contre l'affichage publicitaire. Adresse : Chemin de la Combe, 38700 Le Sappey-en-Chartreuse. Activités : actions en justice, relevés de panneaux illégaux, manifestations, pétition, etc. Publication semestrielle : *Action-Paysage*. (Voir catalogue ci-dessous.)

XIII - Catalogue

- *Le Publiphobe* n° 1 à 38 (2 pages par numéro ; série complète : 30 F, port et enveloppe compris)
- *R.A.P.-Échos* n° 1 à 20 (4 pages par numéro ; série complète : 30 F, port et enveloppe compris)
- *Action Paysage* n° 10 (juin 1998) : 16 pages (10 F + 5 F de port, enveloppe comprise)
- 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)
- Fiche pratique : « Comment défendre sa boîte aux lettres ? » (1 page)
- « Le Mauvais Jour » (récit des faits à l'origine du procès), par Y.G. (4 pages)

XIV - Commandes des articles du catalogue

Envoyez une enveloppe timbrée (attention au poids !) avec votre adresse et la somme indiquée. Si aucune somme n'est indiquée, comptez 50 c par page. Timbres, chèques et virements acceptés (« Le Publiphobe », CCP 346257 X Paris).

XV - Pour recevoir...

- ... le prochain numéro : **1 F + 1** enveloppe timbrée (tarif rapide) portant votre adresse ;
- ... les **2** prochains numéros : **2 F + 2** enveloppes timbrées (tarif rapide) portant votre adresse ;
- ... les **3** prochains numéros : **3 F + 3** enveloppes timbrées (tarif rapide) portant votre adresse, etc.

Très important : les dons non accompagnés d'enveloppes timbrées portant votre adresse ne donnent pas droit au journal (si vous vivez hors de France et des D.O.M.-T.O.M., vous êtes exempté de timbres).

N'oubliez pas de photocopier ce n° 39 et de le diffuser.