

N° 53 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-7-2000

Sporadique, corrosif, sans graisse (11^e année). Dernier numéro paru : 1^{er}-5-2000.

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 ■ Vers la légitime réponse (Pour une solution civique non-violente aux excès de l'affichage publicitaire)

À ceux qui nous jugeront

(1) Fermer les yeux. Rêver un paysage. Une ville, un village, un arbre, une fontaine, une plage... Quelque chose d'enchanté. Quelque chose de beau. La beauté faite paysage !

(2) Rouvrir les yeux. Sortir. Regarder. Béton, plastique, ferraille industrielle, marée de tôle automobile, devantures criardes... La laideur faite paysage ! Et tout cela sous une lèpre d'enseignes et d'affiches.

(3) L'affichage ! Toute la France n'est pas touchée. Dans le quadrillage de l'espace public, demeurent des oasis d'harmonie, de douceur, de nature vierge ou quasi vierge. Qui en profite ? Combien échappent à la pollution publicitaire ? La France est championne d'Europe en ce domaine, et cela se voit !

(4) D'une activité en soi innocente — l'information du public sur les produits et services —, on a fait une agression publicitaire majeure : celle qui nous laisse le moins de chances d'y échapper. Un matraquage régulièrement dénoncé, notamment par un philosophe de l'Académie française : « Il aura fallu que le public lui-même se soumette et ne fomente jamais de réunion ni ne forme de foule en proie à une ire prophétique pour détruire et brûler ces panneaux honteux et leurs auteurs au milieu » (Michel Serres, *Le Monde de l'Éducation*, septembre 1997).

(5) Colère ou pas, le public encaisse en silence. Tantôt frustré par ce déballeage, impudique et violent, de bonheur, de richesse et de santé. Tantôt flatté par la visite de tous ces demi-dieux. Tantôt fasciné par cette débauche d'appas pour le séduire. Tantôt indifférent — l'usure aidant, on finit par croquer le champignon dont rien ne permet de soupçonner qu'il est vénéneux. Le poison, ici, est idéologique. Les affiches publicitaires, ces produits aseptisés tout droit sortis des officines de propagande, sont conçues, non seulement pour vendre, mais pour conditionner le citoyen à consommer au-delà de ses besoins. Et la manipulation mentale est à ce point répétée dans le paysage que l'on peut parler d'une guerre psychologique.

(6) Fermer les yeux à nouveau. Ce paysage de rêve de tout à l'heure comportait-il ne serait-ce qu'une seule affiche ? Pas une œuvre, non, mais l'une de ces sangsues dont un seul spécimen suffit à vider de son âme le lieu le plus chargé de sève ? Vous hésitez ? Votre imagination se brouille ? Essayons autre chose. Refaites mentalement le trajet de votre domicile à votre lieu de travail, si familier qu'il vous semble ne plus voir les cent, les mille panneaux qui vous harcèlent chaque jour. Vous avez cette fois avec vous une baguette magique, et personne ne le sait. Que faites-vous ? Ajoutez-vous des affiches ?... En enlevez-vous ?... Laissez-vous les choses en l'état ?

(7) Peut-être vous est-il arrivé de tomber sur une réclame qui vous a fait l'effet d'un « coup de poing atroce » (Michel Serres). Cette image « insupportable » à vos yeux, peut-être auriez-vous aimé la barbouiller, l'arracher, la faire taire. Mais vous avez eu peur. Nous avons tous peur. Peur d'être puni. Peur de paraître anormal. Peur de troubler l'ordre public. Peur de porter atteinte à l'économie. Peur de commettre un sacrilège. Autant de peurs qui font le jeu des totalitarismes. Par l'autocensure de chacun à chaque instant, se perpétue et se propage la « pubtréfaction » du paysage.

(8) Alors ? « Brûler ces panneaux honteux et leurs auteurs au milieu » ? Leurs auteurs, sûrement pas. Les publicitaires ne sont pas plus coupables que le gouvernement, ni que vous et moi. Ils font leur travail. N'ont-ils pas droit, eux aussi, à des vacances dans des contrées lointaines... exemptes de pollution publicitaire ? Quant au pouvoir, pourquoi s'attaquerait-il au mal, quand vous et moi nous résignons.

(9) Ne s'en prendre qu'à soi, donc. Mais que faire ? On est bien venu à bout de terribles maladies, de la peine de mort, de monstres historiques (ces empires prévus pour durer mille ans, ces murs inébranlables...), et on laisserait s'éterniser ce racolage ? C'est là qu'intervient le pouvoir du citoyen. Lui, qui trop souvent se croit la cinquième roue du carrosse, n'est, au contraire, rien de moins que le troisième pied du trépied ! Celui dont les deux autres — le pouvoir, à l'inertie suspecte, et les publicitaires, jaloux de leur gagne-pain — ont absolument besoin : que l'un des trois pieds vienne à manquer, et le trépied s'écroule.

(10) Rien à espérer du côté des publicitaires, non plus que des propriétaires, tentés de prostituer leur bout de gazon ou un de leurs quatre murs s'ils ont la chance de donner sur une voie passante. Rien à espérer du côté politique et institutionnel, où l'on juge qu'il y a plus urgent : de cette démission à tous les niveaux, les preuves abondent. Le paysage est sacrifié, et avec lui son principal usager, le citoyen. Alors que, dans la presse, existe un droit de réponse, des millions de personnes (entre autres, les femmes) peuvent se sentir insultées par une campagne d'affichage sans autre recours que de refouler leur souffrance.

(11) « Brûler ces panneaux honteux » ? Peut-être l'heure est-elle venue de briser un tabou : les affiches ne sont pas des objets sacrés. Ces dérisoires bouts de papier sont d'autant plus scandaleux que quelques chiquenaudes suffiraient à en venir à bout.

(12) Toucher aux affiches ? Il est vrai que, contrairement à l'amiante, aux phosphates, au monoxyde de carbone et autres causes de pollution invisibles, ces nuisances-là sont à portée de la main... Mais y toucher, les barbouiller par exemple, ne pourrait se faire sans cultiver en soi un certain état d'esprit ressortissant plus à la dignité qu'au respect de la loi : « Je suis le public. Je suis chez moi sur la voie publique. Tout message qui m'y est adressé m'appartient autant qu'à celui qui me l'adresse. » Cette réappropriation des affiches par le citoyen auquel elles sont destinées devrait donner lieu à des opérations de nettoyage — sabotage, diront certains. Mais sabotage symbolique, commis au grand jour, en groupe, sans violence, avec sang-froid et dans un esprit de désobéissance civile, les autorités étant prévenues.

(13) Qu'est-ce que la *légitime réponse* ? C'est le droit du citoyen de répondre aux affiches qui s'adressent à lui, quand toute voie institutionnelle semble barrée. Ne sera certes pas résolu le problème général de la laideur, mais du moins le regard aura-t-il à nouveau tout loisir, en ville comme à la campagne, de vagabonder en liberté.

Yvan Gradis

(Texte n'engageant que la responsabilité de son auteur.)

II ■ Après la carte « Mouches », la carte « Crâne »

Après la carte postale noir et blanc « Hommage aux mouches » (dite « carte Mouches », voir *Le Publiphobe* n° 51), sur le thème du B.-C. (brûle-cerveau, parfois appelé « téléphone portable »), une deuxième carte, en couleurs cette fois, vient de voir le jour sur le même thème : « Ceci n'est pas un brûle-cerveau » (dite « carte Crâne »). Moins verbeuse et plus provocante que la première, elle est toujours due à la graphiste Kolette. (Voir section IX ci-dessous.)

III ■ Tapis d'Orient : des riverains face au marchand

Devant la persistance du marchand de tapis de la rue Fessart (Boulogne-Billancourt) à encombrer les trottoirs avoisinants de panneaux publicitaires sauvages, ce à la barbe des autorités impuissantes, un riverain (Y.G.) avait, depuis plusieurs mois, un cas de conscience quant à ce qu'il devait faire (*Le Publiphobe* n° 48 et 52). Il a en fin de compte mobilisé une dizaine de Bouonnais et d'amis personnels. Le dimanche 7 mai 2000, accompagné de six personnes, il est allé demander poliment au marchand d'enlever ses panneaux. Devant le refus de l'autre, il s'appropriait à le faire lui-même, mais en a été empêché par le commerçant qui s'est finalement exécuté tout en assurant les riverains qu'il récidiverait dès qu'ils auraient le dos tourné. Par ailleurs, le marchand a insulté l'instigateur de l'action et proféré des menaces à l'encontre de quiconque s'en prendrait à ses panneaux. Le lendemain, le riverain publiphobe a écrit au maire pour l'en informer et lui annoncer qu'il ne lâcherait pas prise. Le 10 mai, celui-là lui a répondu qu'il faisait le nécessaire. Le 15 mai, le publiphobe a écrit aux personnes qu'il avait mobilisées : « Seul un « harcèlement » dans la durée aura raison du non-droit et de la pollution visuelle dont nous combattons un cas parmi des milliers d'autres. Je parle bien sûr d'un harcèlement courtis et non-violent. »

IV ■ Comboire : à l'assaut de la « Raquette »

Le samedi 27 mai 2000, a eu lieu, à côté d'Échirolles (près de Grenoble), une manifestation contre les abus de l'affichage publicitaire, à l'appel de quatre associations (Paysages de France, Résistance à l'agression publicitaire et les UFC-Que choisir d'Alès et Quimper), avec de nombreux soutiens d'associations et de personnalités. L'événement a été suivi et couvert par la presse.

Une centaine de manifestants se sont regroupés au pied d'un dispositif publicitaire illégal de 25 mètres de haut servant de mât d'enseignes pour l'Espace Comboire, un centre commercial voisin. Quatre alpinistes avaient déjà pris d'assaut la construction pour planter au sommet un drapeau noir. Un écriteau géant arborant le mot « ILLÉGAL » a été déployé au pied du monstre. À proximité, trois banderoles : « Halte au massacre des paysages », « Résistance à l'agression publicitaire » et « Non à la pubtréfaction des paysages ». Un « NON » de plusieurs mètres carrés a été hissé depuis le sommet. Trois responsables du centre commercial sont survenus pour dire leur réprobation. Ils sont peu après repartis bredouilles, avant de revenir une demi-heure plus tard, escortés de trois ou quatre policiers. Après une bonne demi-heure d'explications, et l'heure prévue pour la fin de l'action ayant sonné, les manifestants ont levé le camp.

Depuis, le centre commercial a porté plainte contre les organisateurs de la manifestation, et ces derniers ont fait de même contre le centre commercial. Ils déposeront également deux recours devant le tribunal administratif, contre le maire d'Échirolles et le préfet de l'Isère, pour non-application de la loi sur la publicité.

V ■ Mairie de Boulogne-Billancourt : 2^e réunion du groupe de travail sur la publicité

Il s'agit du groupe de travail officiel chargé de réviser le règlement local de publicité de la ville (*Le Publiphobe* n° 46 et 52). Le 7 juin 2000, a eu lieu, en présence de conseillers municipaux, de représentants de l'État et de diverses institutions, ainsi que des afficheurs, la deuxième réunion. Y.G., seul militant associatif comme la première fois, est intervenu au nom de Paysages de France.

VI ■ Procès boîte aux lettres : rien de nouveau

Il s'agit du procès intenté, depuis 1997, par Y.G. à un distributeur de prospectus en boîtes aux lettres, entré dans son immeuble à l'aide d'un passe-partout issu de la Poste (*Le Publiphobe* n° 37, 42, 47 et 51). Procès d'intérêt général financé collectivement. À ce jour, le total des dons s'élève à 27 024,68 F (réunis grâce à 159 donateurs), celui des honoraires de l'avocate à 19 098 F. Il reste donc dans la caisse : 7 926,68 F. Rappel des modalités de contribution : dons – à partir de 5 F (cinq francs) – sous forme d'espèces, de timbres ou de chèques, au Publiphobe (mentionner à part « procès boîte aux lettres »). Pour obtenir un reçu, envoyer une enveloppe timbrée avec la mention « reçu ». En cas de victoire au procès et de gain d'une somme excédentaire, les donateurs seront remboursés en priorité, au prorata de leur don. Le cas échéant, le reste ira aux associations ayant apporté leur soutien.

VII ■ « Résistance à l'agression publicitaire (R.A.P.) »

Association concurrente du Publiphobe. 53, rue Jean-Moulin, 94300 Vincennes ; tph. 01 43 28 39 21 ; tcp. 01 58 64 02 93. Adhésion : 100 F (abonnement seul au journal : 20 F).

VIII ■ « Paysages de France »

Association agréée, spécialisée notamment dans la lutte contre l'affichage publicitaire. M.N.E.I., 5, place Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; tph.-tcp. 04 76 88 83 64.

IX ■ Catalogue (voir aussi rubrique suivante)

- *Le Publiphobe* n° 1 à 52 (2 pages par numéro ; série complète : 45 F, port et enveloppe compris).
- Carte postale « Hommage aux mouches » (dite « carte Mouches ») (2 F + une enveloppe timbrée).
- Carte postale « Ceci n'est pas un brûle-cerveau » (dite « carte Crâne ») (3 F + une enveloppe timbrée).

X ■ Commandes des articles du catalogue

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

XI ■ 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** à la feuille (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° 53 et de le diffuser.