

N° 65 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-7-2002

Sporadique, acide, monolithique (13^e année). Dernier numéro paru : 1^{er}-5-2002.

Feuille concentrée (à diluer dans une bassine avant absorption), créée le 1^{er} janvier 1990 et déclarée comme association 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 ■ Procès boîte aux lettres : triple victoire en appel !

Il s'agit du procès intenté, depuis 1997, par Yvan Gradis à un distributeur de prospectus en boîtes aux lettres, entré dans son immeuble (protégé par un code d'accès) à l'aide d'un passe-partout de la Poste. L'arrêt n° 540, prononcé publiquement, le 7 mai 2002 – une date dans la lutte antipublicitaire –, par la 8^e chambre de la cour d'appel de Versailles, constitue une triple victoire dans une affaire qui aura duré quatre ans et demi.

Première victoire : la cour reconnaît que « tout résident dispose d'un droit à ne pas voir sa boîte aux lettres envahie de documents provenant de distribution sauvage ».

Deuxième victoire : le distributeur de prospectus qui était entré dans l'immeuble est déclaré coupable de violation de domicile et condamné à une amende délictuelle de 150 € avec sursis.

Troisième victoire : le plaignant, bien que seulement locataire et non propriétaire, est considéré comme personnellement victime de cette violation de domicile, et sa plainte avec constitution de partie civile est donc jugée recevable. Il touchera 1 € symbolique de dommages-intérêts, n'ayant pas demandé plus, par solidarité avec son adversaire...

Une quatrième victoire, en effet, n'a pas été remportée : que le patron du distributeur, responsable de la société, fût condamné à la place du malheureux lampiste. Hélas, il a suffi à celui-là de nier avoir donné le passe-partout à son employé pour bénéficier d'un non-lieu. Déclarations du patron à la police : « Il y a dix millions de passe-partout qui se promènent dans la profession. Je ne connais pas un distributeur qui n'en ait pas. Mais je persiste à dire que, chez nous, il n'y a pas de passe-partout officiellement. » Une prochaine fois, peut-être cette quatrième victoire viendra-t-elle parfaire cette heureuse contribution de la justice à la cause antipublicitaire.

À propos... Pour que cet arrêt – une première en France – fasse jurisprudence, il faudrait que d'autres citoyens, **propriétaires ou locataires**, agissent de la même façon que le plaignant de la présente affaire. (Pour commander le dossier complet – récit, chronologie, jugements, revue de presse, photos, etc. –, voir section IX ci-dessous.)

II ■ Villes de joie

Les proxénètes ont au moins cette sincérité de ne jamais justifier leur activité par le besoin d'argent. Ils ne font qu'exploiter deux ressources naturelles inépuisables : le désir des uns, le corps des autres. La prostitution ne relève pas de l'économie, mais de l'opportunisme : il y a de l'argent à gagner, c'est tout. Les autorités municipales, proxénètes du champ visuel quand elles livrent les façades aux appétits des annonceurs, se retranchent, elles, derrière l'économie : la restauration des bâtiments coûte cher. Et cependant, là ne réside pas la vraie raison de la prostitution publicitaire de la ville. Il y a simplement, une fois encore, deux ressources infinies dont il serait dommage de ne pas tirer profit : l'espace à occuper, une population qui se tait. Là aussi, de l'argent à gagner.

III ■ Le Grand Palais, le Petit Palais et la géante très laide

1944	2002
« Paris. Paris outragé. Paris brisé. Paris martyrisé. Mais Paris libéré*. »	« Paris. Paris pollué. Paris nié. Paris défiguré. Mais bientôt Paris libéré... de la publicité**. »
Devant le Grand Palais, se trouve une statue dans le socle de laquelle cette phrase est gravée.	Devant le Petit Palais, se trouve une bâche publicitaire de 500 m ² , illégale (Code de l'environnement).
<i>*Charles de Gaulle, Hôtel de Ville de Paris, 25 août 1944</i>	<i>** Quelques antipublicitaires et défenseurs du paysage</i>

(Une version illustrée de la présente section constitue un tract que l'on peut se procurer ; voir section IX ci-dessous.)

IV ■ La bataille du Petit Palais a commencé (Paris)

Début 2001, sous le prétexte du chantier de restauration du Petit Palais, qui en fin de compte ne devait pas commencer avant plus d'un an, une bâche publicitaire géante (entre 500 et 1 000 m²) a été installée en avant de la façade de l'édifice. Maintenu par une armature métallique, elle représente une image qui est changée deux ou trois fois l'an. Du fait de sa taille et de la proximité du monument, cette bâche enfreint le Code de l'environnement. Infraction que n'a pas niée le chef du service de la publicité de la Ville de Paris (Michel Guyot), lors d'une réunion en mairie, le 13 mai 2002 : acculé, devant une quarantaine de témoins, par le président de Résistance à l'agression publicitaire (R.A.P.) [Thomas Guéret], il a été obligé de reconnaître – mais avec quelle piteuse expression ! – que la bâche avait été acceptée « à titre dérogatoire par le maire de Paris » – l'ancien (Jean Tibéri) – et que l'architecte des Bâtiments de France ainsi que le ministère de la Culture avaient donné un avis favorable.

Le 23 mai 2002, à quelques mètres de la bâche, le rédacteur du *Publiphobie* (Yvan Gradis), entouré d'une poignée de membres de R.A.P. et de Paysages de France, a pu interpellé le maire de Paris (Bertrand Delanoë), venu présenter le chantier à la presse. L'élu a fait semblant de répondre, avant d'éconduire son interlocuteur probablement trop insistant. Ce qui n'a pas empêché le président de R.A.P. de s'insinuer parmi les journalistes pour leur distribuer, à la barbe du premier magistrat, un communiqué stigmatisant « les monuments vérolés par la lèpre publicitaire » et posant la question de l'éventuelle complicité du maire.

Par ailleurs, les associations ont obtenu, ces dernières semaines, une réponse des maires adjoints respectivement chargés du patrimoine et de l'environnement, autrement dit concernés au premier chef. Réponse identique : « Adressez-vous au maire adjoint chargé des finances. » Que pèsent, en effet, la loi, et quelques mauvais coucheurs publiphobes, face aux 272 000 € qu'aurait rapportés, selon la presse, cette bâche illégale à Paris ? Paris Ville lumière ou Paris Ville de joie ?

Enfin, le 24 juin, devant le Conseil de Paris, le groupe « Les Verts » (sur proposition de Charlotte Nenner) a présenté un vœu pour demander que la bâche « soit démontée dans les plus brefs délais », afin de lutter contre la « pollution visuelle de la publicité ». La Ville a néanmoins décidé de maintenir le dispositif en place jusqu'à la fin du contrat passé avec l'afficheur (Dauphin), soit mars 2003. Belle occasion, pour une association agréée comme Paysages de France, d'exercer ses talents en recourant au tribunal administratif. Méthode qui a largement fait ses preuves dans différentes régions de France. Le maire de Paris, s'il persistait à se rendre objectivement complice de son prédécesseur, pourrait bien s'en mordre les doigts. Quant à l'afficheur, lequel ne sera pas épargné, il pourrait bien mordre... la poussière ! (Voir section V.)

V ■ Barbouillages au grand jour d'affiches publicitaires : actions n^{os} 10 et 11

● Le 15 mai 2002, à Paris, à l'angle de la rue du Bac et du boulevard Saint-Germain, s'est déroulée l'action « Au grand jour » n° 10. S'étaient déplacés une cinquantaine de sympathisants, parmi lesquels une poignée de personnalités du monde universitaire et littéraire, deux membres du cabinet du maire adjoint de Paris chargé de l'environnement, ainsi que quelques journalistes (Agence France Presse, *L'Humanité*, France 2, et la télévision brésilienne GNT). À 19 h, six citoyens barbouillent – de leur propre initiative – cinq panneaux publicitaires déroulants, apposés sur une palissade de chantier. Munis de bombes de peinture – ou, pour l'une, d'un pistolet à eau rempli de peinture –, ils écrivent : « Pub = violences... Non à la publicité et au sexisme... Non à la pub... Légitime réponse... Libérons nos paysages... Pollution visuelle... Non à la pubtréfaction. »

Puis se succèdent sur un tabouret quatre orateurs : l'instigateur de l'opération (Yvan Gradis), le président de Résistance à l'agression publicitaire (Thomas Guéret), un élu du XI^e arrondissement de Paris (Jean-Christophe Mikhaïloff) et le rédacteur en chef de la revue *Alternatives non-violentes* (François Vaillant), qui met fermement en cause la publicité dans la montée de la violence parmi certaines parties de la population, notamment défavorisée.

La police, sans doute alertée par les caméras de vidéosurveillance, nombreuses du fait de la proximité de plusieurs ministères, arrive vers 19 h 30. Deux barbouilleurs (Y.G. et F.V.) sont interpellés et conduits sous bonne escorte, sirènes et gyrophares à l'appui, au commissariat du 250, rue de Vaugirard, où ils sont accueillis et interrogés par des policiers plus que compréhensifs. Quant aux traces du barbouillage, elles ne seront effacées que le lendemain, en fin de matinée. Les passants auront donc eu largement le temps de lire les messages laissés par les défenseurs de l'environnement et de la liberté de penser.

● Le 24 juin 2002, à Paris, avenue Winston Churchill, s'est déroulée l'action « Au grand jour » n° 11. À l'angle nord-est du Grand Palais, côté Champs-Élysées, à une cinquantaine de mètres d'une gigantesque bâche publicitaire illégale tendue en avant du Petit Palais, se retrouvent, à 19 h, quelque soixante-dix personnes, dont une poignée de journalistes (Agence France Presse, Canal Plus, *France Soir*, *Le Parisien*, *20 Minutes*...), et un membre du cabinet du maire adjoint de Paris chargé de l'environnement. Rendez-vous a été donné au pied de la statue de Charles de Gaulle, un rassemblement devant y avoir lieu, par ailleurs, pour la fête nationale du Québec et en souvenir de la formule gaullienne « Vive le Québec libre ! ».

Mais les antipublicitaires sont attendus. Trois fourgonnettes et quarante policiers environ, prévenus par les renseignements généraux ou des annonces à peine voilées de l'action, la veille dans *Le Journal du Dimanche*, le jour même sur Radio-Nova. Aussi les adeptes du barbouillage, délaissant comme prévu l'effigie du général pour traverser l'avenue et faire un sort à la bâche se voient-ils barrer le passage par les forces de l'ordre, de ce fait complices de la délinquance paysagère.

L'instigateur de l'action (Y.G.), craignant d'avoir dérangé pour rien presse et sympathisants, pose son escabeau devenu inutile et prend dans son sac un des vingt-quatre œufs frais dont il s'est muni conformément au mot d'ordre par lui diffusé. D'un geste le plus athlétique possible, à peine entravé par les policiers pour ainsi dire collés contre son ventre, il lance l'œuf en direction de la bâche. Mais l'avenue est large, et le projectile voit sa course interrompue par le crâne démesuré de Victor Hugo dont la caricature est juchée à mi-hauteur d'un mâât porte-affiche. Un deuxième œuf catapulté s'écrase on ne sait où sans produire plus d'effet, si ce n'est de nouveaux applaudissements de l'assistance et, cette fois, une vive réaction policière : l'athlète est ceinturé. Ce qui ne l'empêche pas d'adresser à la foule un solennel remerciement pour sa présence. On lui passe les menottes dans le dos. Il se laisse glisser jusqu'au sol. Et, tandis que les sympathisants clament à l'unisson : « Libérez le publiphobe ! », on le porte dans une fourgonnette garée juste en face, au pied de la bâche tant désirée ! Pendant le quart d'heure où la police attend les ordres et tâche de démêler l'écheveau d'une situation peu classique, le militant a tout loisir d'observer, à travers le grillage de la fenêtre, la petite fête improvisée de l'autre côté de l'avenue : aux sons d'une fanfare – tuba, trompette, accordéon, saxophone et maracas –, on déploie, sous le nez des forces de l'ordre, une banderole : « Vive le paysage libre ! »

La fourgonnette prend finalement la direction du commissariat qui se trouve à quelques tours de roues, dans le Grand Palais même. Tandis que ses amis sont refoulés sans ménagement vers la station de métro voisine, le publiphobe est abandonné sur un banc, à l'intérieur du poste de police, sous bonne surveillance tout de même, et toujours menotté, sans qu'on lui demande autre chose que son identité. Si ! Un fonctionnaire qui n'a pas assisté à l'interpellation lui demande s'il est « suivi en hôpital »... avant d'être détrompé par un collègue qui lui explique que le lanceur d'œufs n'était pas seul et qu'il s'agissait d'une manifestation ! Relâché au bout d'une demi-heure, le publiphobe entend, à sa sortie, le commentaire suivant dans la bouche d'un planton : « Le José Bové du paysage ! » (allusion à un célèbre activiste paysan incarcéré cinq jours plus tôt).

Le lendemain, deux photos sont publiées dans la presse (*Le Parisien* et *20 Minutes*), et un témoin raconte brièvement les faits sur France Inter (émission « Là-bas, si j'y suis »). *France Soir* y consacrera une brève dans son édition du 28 juin.

VI ■ Changement de secrétaire

L'association Le Publiphobe, éditrice de la présente feuille et qui compte quatre adhérents, a changé de secrétaire, fin juin 2002 : François Vaillant (Yvelines) succède à Robert Heymann (Indre).

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 : 15,24 € (abonnement seul au journal : 3,81 €).

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 03 23 75. Adhésion : 10 € (abonnement seul au journal : 4 €).

IX ■ Catalogue

- Prochain numéro : 15 c + une enveloppe timbrée avec votre adresse.
- 2 prochains numéros : 30 c + deux enveloppes timbrées avec votre adresse.
- 3 prochains numéros : 45 c + trois enveloppes timbrées avec votre adresse, etc.
- Série complète des 64 numéros parus (8 €, port et enveloppe compris).
- Tract illustré « Paris outragé » (1 page).
- Dossier du « procès boîte aux lettres » (6 € + 2,13 € de port)

Pour passer vos commandes, envoyez, sauf indication contraire, une enveloppe timbrée (prévoyez la taille et le poids !) avec votre adresse et la somme indiquée. Si aucun prix n'est indiqué, comptez 8 c par page. Timbres, chèques et virements acceptés (« Le Publiphobe », CCP 346257 X Paris).

N'oubliez pas de photocopier ce n° 65 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.