

N° 73 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-9-2003

Sporadique, ramassé, mutin (14^e année). Dernier numéro paru : 1^{er}-7-2003.

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 ■ Dernier regard sur sa mère

À 13 h 45, ce 16 août 2003, le cercueil de Fernande née Pourroy est poussé dans le four par l'employé du crématorium de Manosque. Dans la pièce à côté, sa fille, qui n'a pas le choix, suit la scène sur un écran vidéo noir et blanc. Les yeux fixés sur cette image de cercueil fuyant. Ultime peau de l'être aimé que seul le regard peut encore caresser. Suprême seconde d'intégrité, où le corps qui vous a enfanté n'est pas encore cendres. Où les mots s'effacent devant l'émotion infinie. À Manosque, ce jour-là, cette seconde est pourtant brouillée par six ou sept petites lettres bien blanches sur le fond noir du bord supérieur de l'écran : la marque du téléviseur. On ne voit qu'elle. Elle et le cercueil qui s'en va, dix centimètres en dessous. Anodin ? Obscène ?

II ■ Grilles du Luxembourg : double enfermement

Depuis le tournant du siècle, les grilles du jardin du Luxembourg, à Paris, servent régulièrement de support publicitaire. Pas pour de la réclame au sens strict – marques et logos s'y font tout petits... – mais pour d'imposantes photos gracieusement livrées à l'admiration du public. Le passant s'étonne (premier succès pour cette stratégie de type publicitaire), s'approche (deuxième succès), s'attarde (troisième succès), puis se laisse impressionner par l'esthétique des photos ainsi que par le prestige qui s'en dégage forcément, dans un tel lieu ! (Quatrième succès.) Absorbé par la contemplation de ce qui a toutes les apparences d'une manifestation culturelle, pas une seconde, il ne pourrait imaginer que l'idée d'exploiter ces grilles a bien dû d'abord jaillir d'un cerveau (peu importe lequel), avant d'être soumise aux autorités du lieu (peu importe lesquelles) et enfin acceptée au terme d'une négociation secrète. Allez donc lui expliquer, à ce passant séduit, ce que sont ces photos : des fenêtres murées qui n'ouvrent pas sur le monde, mais réduisent encore notre champ visuel déjà grignoté par la ville ; des canons à images braqués par l'occupant sur notre psychisme – comme si ne suffisait pas, pour nous désintégrer, le million d'affiches publicitaires ! Certes, les grilles d'un jardin public engagent un peu plus le citoyen. Elles symbolisent le culte suspect de la propriété. Le Luxembourg, le palais qu'il abrite et l'institution qui y siège témoignent d'époques révolues dont personne n'est obligé d'endosser les valeurs. Enfin, rien n'est moins neutre qu'un barreau de fer surmonté d'une pointe dorée. Faut-il pour autant laisser doubler l'enfermement métallique par un enfermement iconique ? Il y a, dans ces grilles, et jusque dans leur aspect revêche, implacable, plus de poésie que dans aucun défilé d'images éphémères. Vive les grilles nues du Luxembourg !

III ■ Tapis d'Orient à Clermont-Ferrand

(1) Rentrant de voyage le 19 juillet 2003 vers 22 h 30, Cyril Ronfort, un Clermontois de 19 ans, constate que de nombreux réverbères et poteaux de signalisation de sa ville sont garnis de pancartes annonçant une « exposition » de « tonnes de tapis d'Orient faits main », laquelle doit se dérouler le lendemain, dans un hôtel situé au 82, boulevard François-Mitterrand, non loin du domicile familial. Après une courte réflexion, il décide de ne pas rester passif face à cette agression publicitaire. Une action immédiate s'impose.

(2) Une demi-heure plus tard, vers 23 heures, Cyril ressort de chez lui et prend la direction de l'hôtel. En chemin, il arrache sans ménagement toutes les pancartes qu'il trouve sur son passage, les calant sous son bras au fur et à mesure. Arrivé aux abords du lieu prévu pour l'exposition, il poursuit sa tâche. À ce moment-là, deux individus, postés sur le trottoir juste devant l'entrée de l'hôtel, l'apostrophent d'un bord à l'autre de la large avenue : « C'est très bien, monsieur, bravo ! » Vu l'ironie qui semble percer dans ces félicitations, il ne peut s'agir que des organisateurs de l'exposition. Cyril a même l'impression d'être attendu de pied ferme... Et la réplique fuse : « Vous êtes des délinquants ! des esclavagistes ! des... », hurle-t-il avant de s'étrangler de rage, incapable de continuer.

(3) En même temps qu'il se rapproche de l'entrée de l'hôtel, enlevant au passage une nouvelle pancarte, les compliments renouvelés le font parer à toute éventualité. À sa grande surprise, l'un des deux individus détache un dernier dispositif et le lui tend. L'homme se présente comme un « concurrent » du marchand de tapis, contre lequel il se dit prêt à porter plainte pour concurrence déloyale. Il ajoute avoir lui-même décroché un certain nombre de pancartes un peu plus loin. Cyril, pour sa part, expose ses motifs de riverain excédé par la pollution publicitaire, précisant qu'il ne s'en prend à aucun commerçant en particulier, mais au procédé même de l'affichage sauvage. L'autre, visiblement inaccessible à ce type de préoccupation, lui avoue qu'il l'avait pris, quant à lui, pour un salarié non déclaré de son concurrent, qu'il aurait eu alors beau jeu de dénoncer à la police.

(4) Une fois le quiproquo éclairci, l'homme pose à Cyril une dernière question : quel sort réserve-t-il aux pancartes calées sous son bras ? Pas d'hésitation. Ces « déchets » paysagers reviennent à leur propriétaire. Mais où celui-ci est-il le plus susceptible de les récupérer, si ce n'est sur le lieu même de l'exposition ? L'hôtel a pour entrée une porte vitrée coulissante, automatique. À cette heure tardive, le vestibule, qu'on aperçoit au travers, paraît désert. Les deux individus s'éloignent, et Cyril jette le tas de pancartes au pied de la porte, qui s'ouvre instantanément, avant de se refermer quelques secondes plus tard. Personne ne vient de l'intérieur. Sa mission accomplie, le publiphobe peut rentrer chez lui.

(5) Le 22 juillet, Cyril écrit au directeur de l'hôtel (en port dû) : « Vous n'êtes certainement pas sans savoir que l'apposition de publicité sur les réverbères, poteaux de signalisation, etc. constitue non seulement une infraction, mais une nuisance pour le cadre de vie. C'est pourquoi je me suis vu dans l'obligation de procéder à l'arrachage systématique de ces pancartes. Désirant par la suite les rendre à leur propriétaire, et dans l'impossibilité d'identifier ce dernier, j'ai finalement décidé de les déposer devant la porte de votre hôtel. L'absence d'employés dans le vestibule ne m'a pas permis de faire état de mes revendications ; je tenais donc à vous les exposer directement. Vous voudrez bien, en conséquence, transmettre cette missive à l'organisateur de l'exposition. Par ailleurs, l'image de marque et la réputation de votre hôtel étant mises en jeu, il me paraît judicieux de veiller à ce que de pareils incidents ne se reproduisent plus. »

(6) Le 28 juillet, le directeur répond : « L'organisateur de cette exposition de tapis est notre client. Nous sommes loueur de salle, et la promotion de la manifestation ne nous incombe pas. "L'image de marque et la réputation" de notre établissement, auxquelles vous faites allusion, sont donc parfaitement préservées. Nous remettons copie de votre lettre à notre client. Je vous informe que deux autres expositions se tiendront dans notre établissement les 3 et 30 août. »

(7) Le samedi 2 août, soit la veille de la deuxième exposition, vers 13 heures, l'interphone de la famille Ronfort sonne. Cyril décroche et entend : « Oui, bonjour, M. [Tartempion]. J'ai reçu votre lettre à l'hôtel, pour l'exposition de tapis... J'aimerais bien que vous descendiez pour qu'on s'explique cinq minutes... — Ah ? — Oui, alors je vous préviens, demain, il y aura une autre

exposition, et j'ai remis des pancartes, alors... — Très bien, j'irai les arracher tout à l'heure. » L'autre s'étrangle : « Dans ce cas, moi, je vais vous arracher la gueule... » Mais M. Ronfort père survient, qui raccroche au nez de l'importun. Dix minutes plus tard, Cyril descend inspecter le voisinage.

(8) À peine s'est-il éloigné de son immeuble, qu'il est abordé par M. [Tartempion]. Celui-ci, qui a perdu un peu de sa rage, mais pas de sa grossièreté, lui reproche de lui avoir fait perdre « 5 000 balles » en retirant soixante pancartes. « Une douzaine », rétorque Cyril, et de mentionner sa rencontre avec le concurrent qui en avait retiré beaucoup plus. Le marchand le mène ensuite jusqu'à une pancarte posée un peu plus loin, pour lui prouver que l'autorisation municipale qu'il a reçue y apparaît clairement. Cyril arrache le dispositif à la barbe de son propriétaire, lequel, décontenancé par tant d'outrecuidance, se contente de reprendre possession de son bien en marmonnant : « Vous avez besoin de l'arracher pour lire ce qui est écrit ? » Puis il remet son écriteau en place avant de s'éloigner en pestant contre « les guignols qui l'empêchent de travailler », menaçant celui qu'il a sous la main de l'attendre au bas de son immeuble si une seule pancarte venait à disparaître.

(9) M. [Tartempion] ayant quitté les lieux, Cyril arrache le panneau d'adresse et le jette dans une poubelle. Rentré chez lui, il prend les textes de loi en sa possession et ressort pour aller porter plainte à la gendarmerie. Au passage, il récupère le déchet dans la poubelle en guise de pièce à conviction. Les gendarmes le renvoient au commissariat de police central, le seul ouvert le samedi. En chemin, nouvelle récolte...

(10) Arrivé au commissariat central, Cyril tombe sur un factionnaire sceptique dont il arrive à « forcer le barrage » en s'écriant : « Mais ce marchand ne peut pas disposer d'une autorisation pour violer la loi ! » Il parvient donc à l'accueil, où un policier plus ouvert relève son identité, prend note de son appartenance à l'association Résistance à l'agression publicitaire et jette un regard sur les textes de loi qu'il lui tend. Là encore, Cyril doit contrer l'argument de l'« autorisation » qu'aurait obtenue son adversaire : « Ce n'est pas aux marchands de tapis de faire la loi ! » L'agent fait venir son supérieur qui se trouve dans le bureau à côté. L'officier, sur un ton qui frise le reproche, fait valoir un nouvel argument : « Tant que c'est bien fixé, que cela ne masque rien, ce n'est pas gênant. » Et de refuser de prendre la déposition. Quant aux menaces, elles peuvent se comprendre, puisque arrachage il y a eu... Cyril, estomaqué, remontre les textes de loi. « Vous les avez trouvés sur l'internet ? demande l'officier, suspicieux. — Pas du tout. C'est un agent assermenté de l'État qui me les a transmis. — Ah ! reprend l'officier, surpris. Nous, on n'a pas l'habitude de dresser ce genre de procès-verbal. Vous n'avez qu'à aller lundi à votre commissariat de quartier, vous verrez ce que les collègues vous diront. »

(11) Le publiphobe quitte les lieux, se débarrasse de sa pile de pancartes dans une poubelle avoisinante, en décroche une vingtaine d'autres avant de les jeter à leur tour et rentre chez lui en méditant : « Une fois de plus, la police nous rappelle qu'elle est là pour défendre l'ORDRE, notion parfois radicalement différente de la LOI. Dans certains cas, défendre l'ordre revient d'ailleurs à faire preuve de complicité active avec les délinquants ! Pour faire respecter la loi, il ne reste plus aux militants qu'une seule solution : l'action individuelle, civique, hygiénique, salutaire. Bref, légitime. » Malheureusement, Cyril n'a pas le loisir d'attendre le lundi suivant pour aller au commissariat de quartier, car il doit partir en vacances le lendemain dimanche. Il s'apprête donc à ruminer son échec, quand...

(12) Le 26 août, le directeur de l'hôtel lui écrit de nouveau : « Notre client, M. [Tartempion], avait réservé pour les 3 et 31 août un salon pour y exposer des tapis, comme le 20 juillet. Il nous a fait savoir le 3 août (jour même de la manifestation) qu'il annulait ses réservations, étant donné l'absence des panneaux d'information qu'il avait lui-même disposés dans la ville. Ce client nous avait fourni l'autorisation municipale lui permettant d'apposer des affiches. Vous comprendrez facilement que cette affaire entraîne pour nous une perte de chiffre d'affaires. En outre, comme vous l'avez vous-même évoqué, l'image de marque de notre établissement se trouve affectée par cet état de fait. Nous vous suggérons donc de vous tourner vers la mairie, si vous estimez que l'autorisation qu'elle a délivrée n'est pas conforme aux textes de lois. » Affaire à suivre ?

IV ■ Procès de la bâche du Petit Palais (Paris, 23 septembre 2003)

Les Parisiens ont sans doute en mémoire cette bâche publicitaire de près de 1 000 m² qui est restée en avant de la façade du Petit Palais, à côté des Champs-Élysées, de début 2001 à mars 2003... en toute illégalité ! (Voir *Le Publiphobe* n° 65.) Deux ans d'occupation paysagère qui avaient successivement profité à une compagnie aérienne, à une marque de parfum et à une banque. Sans parler de l'afficheur (Dauphin) ni de la mairie de Paris (municipalités de droite et de gauche confondues). Ce n'était pas la première bâche dans la capitale, et il appartient aux Parisiens, par leur mobilisation, de décider si elle aura été l'une des dernières. Son procès va, en effet, s'ouvrir, le 23 septembre 2003 (voir agenda). Avis aux timides qui ne descendent jamais dans la rue : ne manquez pas cette occasion d'exprimer, par votre seule présence silencieuse dans la salle d'audience, votre refus de l'agression publicitaire. (Renseignements : Paysages de France ; voir carnet d'adresses.)

V ■ Agenda

23 septembre, Paris. Procès de la bâche du Petit Palais, à 14 h, au tribunal d'instance (9 bis, rue Drouot, m° Richelieu-Drouot).
8 octobre, 12 novembre, 10 décembre, Vincennes. Réunions publiques de R.A.P., de 20 h à 23 h, au 59 bis, rue de la Jarry (métro ou RER Château-de-Vincennes, sortie de tête).

VI ■ Carnet d'adresses

- *Brisons nos chaînes !* (revue du Réseau pour l'abolition de la télévision), 145, r. Amelot, 75011 Paris.
- *Casseurs de pub* (la revue de l'environnement mental). 11, pl. Croix-Pâquet ; tph. 04 72 00 09 82 ; tcp. 04 78 28 57 78 ; internet : antipub.net.
- La Meute (réseau contre la publicité sexiste), 163, r. de Charenton, 75012 Paris ; internet : lameute.org.free.fr.
- Paysages de France (association agréée, spécialisée notamment dans la lutte contre l'affichage publicitaire). M.N.E.I., 5, pl. Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; tph.-tcp. 04 76 03 23 75 ; internet : paysagesdefrance.free.fr.
- Résistance à l'agression publicitaire (R.A.P.) [association concurrente du Publiphobe]. 53, r. Jean-Moulin, 94300 Vincennes ; tph. 01 43 28 39 21 ; tcp. 01 58 64 02 93 ; internet : antipub.net.

VII ■ Catalogue

- Prochain numéro seulement : 15 centimes + une enveloppe timbrée avec votre adresse.
- Série complète des 72 numéros parus (8 euros, port et enveloppe compris).

VIII ■ Abonnement et commandes

- Abonnement : 6 euros les dix numéros (soit un peu plus d'un an). [Abonnement spécial malvoyants : 10 euros.]
- Commandes (des articles du catalogue) : sauf indication contraire, envoyer une enveloppe timbrée avec votre adresse et la somme indiquée. Si aucun prix n'est indiqué, comptez 8 centimes par page. Timbres, chèques et virements acceptés (« Le Publiphobe », CCP 346257 X Paris).

N'oubliez pas de photocopier ce n° 73 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.
(Le Publiphobe est actuellement visible sur le site internet : indesens.org.)**