

N° 75 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-11-2003

Sporadique, insurgé, sentencieux (14^e année). Dernier numéro paru : 1^{er}-10-2003.

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 ■ Éléphants publiphobes ?

Pour lutter contre la déforestation illégale sur l'île de Sumatra, la police indonésienne aurait dressé vingt-huit éléphants à foncer sur les contrevenants. Les pachydermes réagiraient au moindre bruit de tronçonneuse, et la méthode s'avérerait efficace, aux dires des autorités locales (*Silence* n° 301, septembre 2003, p. 34). Puisque la France compte un certain nombre de ces aimables mastodontes derrière les barreaux de ses cirques et jardins zoologiques, ne pourrait-on, plutôt que les laisser croupir, leur confier une mission d'intérêt général ? En leur apprenant, par exemple, à reconnaître des panneaux publicitaires illégaux (descendant à moins de 50 cm du sol, saillant de plus de 25 cm par rapport au mur, dépassant du mur-support, présents sur une façade non aveugle ou sur un arbre, etc.), il n'y aurait qu'à les dresser à charger ces dispositifs en infraction, voire ceux qui les installent.

II ■ Croix noires dans le métropolitain de Paris

(1) Le vendredi 17 octobre 2003, de 20 heures à 23 heures, a eu lieu, dans le métropolitain de Paris, une nouvelle action antipublicitaire de masse (voir aussi *Le Publiphobe* n°s 64 et 70). Quelques chiffres : trois cents activistes non-violents et non identifiés, répartis en une dizaine de groupes ; une centaine de stations touchées ; un millier d'affiches neutralisées. Méthodes utilisées : arrachage, barbouillage, collage, graffitiage, maculage, mouillage, peinturlurage... Motif « décoratif » principal : une croix noire en X tracée sur toute la largeur de l'affiche. Près d'une semaine plus tard, les usagers du métropolitain pouvaient encore s'ébahir d'admiration devant les « œuvres » – parfois chefs-d'œuvre – d'art spontané issues de ces trois heures libératrices : quelque chose de l'ordre du feu d'artifice, du dessin d'enfant, de la calligraphie... et du palimpseste ! Aussi jubilatoire que revendicatif, et exécuté en deux minutes à peine. Le métropolitain redécoré façon classe de maternelle ! De quoi rendre jaloux (autant que furieux) les « créatifs » de la réclame, dont les « créations » se retrouvaient ainsi annihilées.

(2) Cette action mémorable faisait suite à un « Appel au recouvrement d'espaces publicitaires » : « Nous, enseignants, chômeurs, chercheurs, intermittents, personnel de santé, archéologues, précaires, fonctionnaires, étudiants, architectes, etc., lançons solennellement un appel à un acte de réappropriation civique. En France, la dégradation généralisée de la protection sociale, la décentralisation annoncée à l'Éducation nationale, la réforme des retraites, les réformes à venir de la Sécurité sociale, les suppressions d'emplois dans les ministères font partie de ce dépeçage systématique de nos « biens communs ». L'École sera livrée aux marchands, la médecine deviendra « à plusieurs vitesses », le vivant propriété intellectuelle des multinationales, la culture calibrée pour un public formaté... Les principes qui fondent notre société – égalité, droits sociaux... – vont disparaître progressivement parce qu'ils sont considérés par l'Organisation mondiale du commerce comme des obstacles au commerce. Face à cette mainmise annoncée sur nos services publics, nous déclarons publiquement que nous allons attaquer le carburant de cette marchandisation : la publicité. Elle envahit nos espaces publics, la rue, le métropolitain, la télévision. Elle est partout, sur nos vêtements, sur nos murs, sur notre petit écran. Résistons avec des moyens créatifs, pacifiques et légitimes. Nous nous proposons de recouvrir systématiquement les panneaux publicitaires de nos villes et de nos campagnes, sans endommager l'environnement, mais au contraire en les réinvestissant de sens, en créant la surprise. Chaque vendredi à 19 heures, retrouvons-nous en petits groupes de dix à vingt personnes, en plusieurs endroits des villes et des villages ; rencontrons-nous pour nous réapproprier l'espace public par un geste collectif et joyeux de protestation face à la privatisation du monde. Nous appelons toutes et tous à venir nous rejoindre dans ce combat contre la marchandisation des esprits, de la culture et du monde. »

(3) Une scène parmi d'autres, à la station Cardinal Lemoine, vers 21 heures. Alors que tout le quai vient d'être « reconquis » par une quarantaine de personnes, surgit, à l'une de ses extrémités, une escouade de policiers et de vigiles en uniforme. Aussitôt les « croisés » (ou crucifiants) font corps. Lorsqu'un officier demande à parler au responsable, on lui répond en chœur : « Nous sommes tous responsables ! » Le masque de l'autorité tombe, et c'est avec bienveillance que le gradé parcourt l'appel qu'on vient de lui tendre. S'étant entendu préciser que l'on ne s'en prend qu'aux affiches et pas au mobilier, il déclare en souriant : « En somme, vous avez une charte de qualité... Ça vous honore. » Le groupe est invité à regagner la sortie, moyennant quoi « il n'y aura pas de suites ». (Pendant ce temps, à la station Nation, deux activistes se voient infliger une amende de soixante euros : deux sur trois cents...) Une fois dans la rue, la bande fait mine de se disperser, déjoue la surveillance des agents en civil, puis se reconstitue, un quart d'heure plus tard, sur le quai de la station suivante. Car le travail est loin d'être achevé !

(4) Un travail que tous les groupes impliqués ce soir-là n'auront pas accompli avec le même soin, laissant parfois, sur le sol ou les sièges de certains quais, des dégoulinades qui nuiront quelque peu à l'effet de cette grandiose action sur l'opinion publique. Le message, en tout cas, est passé, notamment grâce à la presse, laquelle a donné maint signe d'intérêt (Agence France Presse, *Le Monde*, *Libération*, France 2, et de nombreuses radios). D'après le site internet stopub.ouvaton.org, seul point de contact pour cette action, une récidive devrait avoir lieu le 7 novembre, à 19 heures, à Paris... et à 20 heures, à Bruxelles !

III ■ Phrases

(1) Le génie a tellement déserté le cinématographe que s'asseoir dans une salle obscure devant un grand écran présente à peu près autant d'intérêt que s'installer, dans un fauteuil, devant une chaîne de montage d'usine. Dans les deux cas, on regarde des gens travailler. À cette double différence près que l'on n'a pas payé pour observer les ouvriers et qu'ils ne se retournent pas toutes les dix minutes pour vous faire voir la marque de leur montre, de leurs chaussures ou de leur carte de crédit.

(2) On trouve, dans la rubrique « courrier » de certains périodiques, des lettres de téléspectateurs indignés du traitement réservé à la langue française par le petit écran. Leur activité favorite semble être de relever les fautes en tout genre commises par les gens de télévision et d'en faire part à la cantonade. De même, il y a des enfants qui, après avoir déniché sur l'étagère la plus haute un vieux pot de confiture toute pourrie, ont un malin plaisir à vous le mettre sous le nez pour vous faire grimacer...

IV ■ Affaire Défi-France/Paysages de France : l'appel a eu lieu

Le 17 octobre 2003, a eu lieu l'audience d'appel du procès qui oppose l'association Paysages de France à la société Défi-France, numéro un mondial de la publicité lumineuse. La première considère que la seconde commet régulièrement des infractions au Code de l'environnement, ce que nie ladite société, qui poursuit donc l'association pour diffamation (et tente de l'écraser financièrement). Une trentaine de sympathisants étaient venus soutenir les dirigeants de Paysages de France, au palais de justice de Grenoble. De la plaidoirie de l'avocat de Défi-France, on retiendra notamment cette phrase en forme de précepte : « Plus il y a de publicité lumineuse en haut [des habitations à loyer modéré], moins il y a de criminalité en bas. » Quant au président de Défi-France, il a informé le tribunal, en guise de défense, qu'il avait récemment déjeuné avec le maire de Moscou et accompagné à Pékin le président de la République... (Sic.) Il a également déclaré que l'un de ses dispositifs litigieux, celui dominant le pont de Saint-Cloud à Boulogne-Billancourt (Hauts-de-Seine), venait d'être déposé... Ce qui a pu être infirmé, dès le lendemain, par deux espions alto-séquanais à la solde de Paysages de France : le dispositif en question trônait toujours au-dessus du pont bien connu des samancheurs parisiens. Quand le président d'une société à prétention mondiale ment aussi effrontément devant une cour d'appel, ne peut-on dire que son chant des sirènes a des accents de chant du cygne ? Jugement en appel : le 12 décembre.

V ■ Paysages de France libère le pont de Saint-Cloud !

Le 30 octobre 2003, a disparu du ciel de Boulogne-Billancourt (Hauts-de-Seine) – au débouché du pont de Saint-Cloud – l'une de ces immondes et obsédantes publicités lumineuses qui polluent nos paysages urbains. Il s'agissait, en l'occurrence, d'un dispositif mis en place par la société Défi-France, numéro un mondial en la matière, pour le compte d'un supermarché de la région (objet déjà nuisible en soi). Ce monstre de ferraille et de néon, présent dans le paysage depuis une bonne décennie et qui, de source bien informée, aurait bénéficié d'une protection politique en haut lieu, n'en était pas moins en infraction avec le règlement local de publicité. Ce dont s'était rendu compte Paysages de France, numéro un... français de la lutte contre l'affichage illégal, auquel on doit aujourd'hui la reconquête de ce coin de ciel. Détail cocasse : ce dispositif était, parmi d'autres, au centre d'un procès qui oppose actuellement Défi-France à Paysages de France, et son propriétaire, en la personne même du président de la société, avait déclaré, le 17 octobre, lors de l'audience d'appel, qu'il avait déjà déposé son dispositif. Le 27 octobre, soit dix jours plus tard, vers midi, le dispositif était toujours en place... L'affaire est pourtant, depuis le matin, portée sur la place publique par un grand article du *Parisien*, agrémenté d'une photo, sous le titre : « L'enseigne géante disparaît ». De fait, l'auteur de l'article a recueilli l'information de la mairie de Boulogne. Brutalement placé sous les feux de l'actualité, l'afficheur-pollueur-menteur juge-t-il la situation désormais insupportable ? À 14 heures, ce même jour, la moitié de sa publicité a disparu ! Ne restent au sommet de l'immeuble que le logo du supermarché et les trois premières lettres de la marque... Il faudra attendre encore trois jours pour que se volatilisent – bizarrement dans la plus grande discrétion – les trois dernières lettres. La presse, aux aguets, n'aura même pas le loisir de photographier des ouvriers en train d'accomplir leur tâche de salubrité publique !

VI ■ « La spéculation financière hors de nos écoles ! »

Une campagne sur ce thème vient d'être lancée par plusieurs associations, dont les antipublicitaires. « Depuis plusieurs années, [une banque] organise un jeu-concours en direction des établissements scolaires sans que le ministère de l'Éducation nationale ne s'y oppose. Ce jeu à caractère publicitaire, commercial et idéologique fait l'apologie de la spéculation boursière en occultant les désastres sociaux et environnementaux qu'elle entraîne. La neutralité scolaire et les principes de l'École de la République sont ouvertement bafoués sous couvert de fourniture de prétendus "outils pédagogiques". » Une pétition (à retourner avant mars 2004) est disponible auprès d'Attac (6, rue Pinel, 75013 Paris) ou d'Action Consommation (21 bis, rue Voltaire, 75011 Paris).

VII ■ « Usur'pub » (exposition en vue, organisée par ADADA)

Les Artistes des ateliers dionysiens associés proposent une exposition sur le thème « La pub abuse, usons la pub », du 13 au 20 novembre (de 16 h à 20 h, entrée libre), au 60, rue Gabriel-Péri, 93200 Saint-Denis. Installations (affiches et emballages détournés, produits dérivés divers). La publicité use et usurpe les regards, mythifie l'objet de consommation en asservissant le monde. La publicité, comme un orgelet, ce furoncle de la paupière, provoque une douleur aiguë. En cas d'évolution, d'échec des antibiotiques, envisagez la vaccination dès le vernissage, le 12, de 19 h à 22 h. Le 13, à 20 h 30 : performance (lecture-danse-films). Présence de fragments du monde dans un espace-matière saturé d'affiches détournées, espace métaphorique. Le corps se laisse traverser à leur contact et tente de donner à cette multitude de signes, de messages, une trame où chaque petite chose, chaque microévénement trouve sa dimension. Le 15, de 18 h à 20 h : détournement d'affiches en direct par un artiste-peintre.

Contacts : françoise.diallo@wanadoo.fr, 01 42 43 59 36 - 06 82 13 78 02, ou : dodelaunay@noos.fr.

VIII ■ Agenda

12 novembre et 10 décembre, Vincennes : réunion publique de R.A.P. ; à 20 h, au 59 bis, rue de la Jarry (métro ou R.E.R. Vincennes).
25 novembre, Paris : jugement (1^{re} instance) du procès Paysages de France/Dauphin ; à 14 h, au tribunal d'instance (9 bis, rue Drouot).
12 décembre, Grenoble : jugement (en appel) du procès Paysages de France/Défi ; à 14 h, au palais de justice (près de la gare).

IX ■ 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.

X ■ Catalogue

- Prochain numéro seulement : 15 centimes + une enveloppe timbrée à votre adresse.
- Série complète des 74 numéros parus (8 euros, port et enveloppe compris).

XI ■ Abonnements 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 à 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° 75 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)