

N° 86 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-3-2005

« *Le mensonge donne des fleurs, mais pas de fruits.* » (Proverbe persan.) Dernier numéro paru : 1^{er}-1-2005 (16^e année).

Feuille sporadique 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 ■ Quatorze heures de garde à vue pour deux barbouilleurs (Le Mans, 2-3 février 2005)

Deux étudiants ont été arrêtés au Mans, dans la nuit du 2 au 3 février 2005, par la police alors qu'ils étaient en train de barbouiller des panneaux publicitaires pour protester contre l'omniprésence de la propagande commerciale et les dérivés de la société de consommation. Ils ont été retenus quatorze heures en garde à vue et passeront le 11 mars devant le délégué du procureur. Poursuivis pour « dégradations de biens privés en réunion », ils risquent jusqu'à 15 000 euros d'amende. Ayant réussi à attirer sur leur cas l'attention de la presse (*Ouest-France*[Sarthe] du 5 février...), ils ont, le 10 février, dans un esprit de désobéissance civique au grand jour, recouvert des dispositifs publicitaires sur la place principale du Mans. Ils diffusent une pétition (à signer, si possible, avant le 11 mars ; V. section IX) et s'appêtent à mettre sur pied un collectif antipublicitaire, avec, entre autres objectifs, celui de démonter des panneaux illégaux. Contact : Pierre Humeau, appt 1509, 1, allée Alfred-Nobel, 72000 Le Mans ; antipub72@cooperation.net ; site internet en préparation : www.cooperation.net/antipub72.html.

II ■ Occupation non-violente du Bureau de vérification de la publicité (Paris, 11 février 2005)

(1) L'étroite rue Saint-Florentin (Paris) commence où finit la rue de Rivoli et relie la place de la Concorde à la place de la Madeleine. À une trentaine de mètres de la place à l'obélisque, se trouve sur la gauche le numéro 11. Sous le porche imposant, une plaque parmi d'autres : « Bureau de vérification de la publicité, 1^{er} étage ».

(2) Le BVP, inconnu du grand public, apparaît, depuis des années, aux yeux de quiconque s'attaque aux nuisances publicitaires, comme l'institution alibi par excellence, une mascarade, le cache-sexe d'un système qui nous abreuve ou plutôt nous étrangle à coups d'images. Le BVP ? Officiellement, une association de professionnels (annonceurs, publicitaires, organes de presse) chargée de veiller sur l'éthique et la déontologie desdites images. Autrement dit, juge et partie. En réalité, une passoire défoncée ! Qui laisse passer toutes ces offenses, toutes ces injonctions contre lesquelles bute notre regard du matin au soir.

(3) C'est donc là, dans cette officine d'autorégulation, ce repaire où agresseurs de paysages et manipulateurs de libido viennent chercher la caution de savants doseurs aux allures de sages, qu'ont fait irruption, le vendredi 11 février 2005, treize antipublicitaires. Une première sans doute.

(4) 14 h 30 – Les militants franchissent le porche, gravissent l'escalier monumental, sonnent à la porte (qui s'ouvre comme elle le ferait pour n'importe quel coursier). Entrent d'un pas décidé dans un univers exigu, feutré, moquetté, lumineux, sous le regard pathétiquement dépassé de la population locale. S'enfoncent dans un petit couloir. Se retrouvent dans un réduit promu salle d'attente. Scandent : « B-V-P-au-to-dis-so-lu-tion ! B-V-P-au-to-dis-so-lu-tion ! »

(5) Deux ou trois femmes accourent, mi-indignées, mi-afolées, recueillent, tract à l'appui [V. section IX.], les deux revendications des visiteurs : tendre une banderole sur la façade de l'immeuble, et envoyer à la presse et aux membres mêmes du BVP un communiqué annonçant l'autodissolution de l'entité. Devant la mauvaise volonté de leurs interlocutrices, et en l'absence du directeur « en voyage à Bruxelles », les militants, dont l'un filme ostensiblement la scène avec une petite caméra, prennent leurs cantonnements sur la moquette. Et se reçoivent une salve de mépris où perce malgré tout une disposition au dialogue, voire à la négociation : « Si vous sortez de notre bureau, le directeur acceptera de vous recevoir à 17 h 30. – Nous attendons ici. – C'est dans votre intérêt de sortir, sans quoi... » Personne ne bouge. Et tandis qu'une des femmes, qui se présente comme « directrice des opérations », disparaît du côté de l'entrée, une autre, assez accommodante pour s'asseoir par terre, poursuit le dialogue tout en se laissant filmer.

(6) 15 h 30 – Deux policiers en civil arrivent. Pas assez pour faire lever le camp aux militants. Suivent, un quart d'heure plus tard, deux autres, en uniforme, dont un officier. Pas encore assez. S'ajoute bientôt un troisième, « commissaire ». Les négociations s'éternisent, et les représentants de l'ordre vont et viennent entre le personnel du BVP, à la mine défaite, et les treize militants indélogeables. Ceux-ci, grâce à un brûle-cerveau, sont en contact téléphonique avec une journaliste de l'Agence France-Presse qu'ils informent de l'évolution de la situation.

(7) 16 h 30 – Coup de théâtre. Irruption, avec une heure d'avance, du directeur général (Joseph Besnainou), furieux, suant, debout au milieu des assis. Désarmé au point de manquer frapper le militant à la caméra... Arpentant le couloir à grands pas, le cautionneur de l'innommable cherche désespérément du réconfort auprès des policiers impuissants. Quand enfin il propose de recevoir une délégation de deux ou trois personnes, pas plus, dans son bureau, c'est non : il recevra les treize ou personne. La situation bloquée, les forces de l'ordre probablement en grand nombre au pied de l'immeuble, les antipublicitaires disputent de l'alternative : se lever et affronter debout le contrôle d'identité, ou s'enchaîner les uns aux autres par les bras et se laisser porter jusqu'au rez-de-chaussée pour assurer le spectacle ? La crainte de l'aléatoire et le sentiment d'une victoire psychologique désormais acquise les font choisir de se rendre debout.

(8) 16 h 50 – Sortie en file indienne sous une volée de sarcasmes. En bas, sous le porche, barrage policier, relevé des identités, enfin libération au compte-gouttes des militants qui se retrouvent bientôt autour d'un pot pour méditer, savourer cette première. Une première à laquelle plusieurs brèves seront consacrées, les jours suivants, dans la presse (*Le Monde*, *Libération*, *Stratégies*...). Un journal de publicitaires (*CB Newsletter* du 15 février) allant même jusqu'à parler de « prise d'otages ». Une plainte aurait été déposée par le BVP. (Contact : publicitaires@no-log.org.)

III ■ « Paysage du sexisme ordinaire » (exposition de Sylvie Travaglianti, Paris, 1^{er}-31 mars 2005)

Photographies, montages et documents autour de la résistance à la publicité sexiste, ces dernières années. Un point de vue sur la façon dont le corps des femmes est épinglé en trophée sur les murs des villes. Vernissage le 4, à 18 h, suivi, à 19 h, d'une projection-débat autour d'un film de trente minutes de Lorie Decung sur le Collectif contre le publisexisme. Librairie *Violette and Co.*, 102, rue de Charonne (M^o Charonne). Du mardi au samedi, 11 h-20 h 30, le dimanche, 14 h-19 h (tph. 01 43 72 16 07).

IV ■ Paris bande-t-il ?

(1) Une cellule de crise, comprenant notamment des architectes en chef des Monuments historiques, a été mise en place, fin février 2005, au ministère de la Culture, pour tenter d'élucider le phénomène de « turgescence » observé depuis peu au sommet de certains édifices parisiens. L'alerte avait été donnée par le personnel de surveillance de plusieurs hauts lieux touristiques. À commencer par la tour Eiffel, où la présence insolite de boulons, éparpillés sur le sol de la plate-forme du dernier étage, avait amené les employés à constater que certaines poutres sommitales s'étaient dilatées jusqu'à faire éclater la structure par endroits. Aux Invalides, au Panthéon et à l'Institut de France (Saint-Augustin ne montrerait pas de symptômes pour l'instant), des éclats de verre provenant des verrières se seraient détachés à cause de l'élargissement du diamètre des dômes. Élargissement infime, selon les géomètres municipaux, mais suffisant pour que la maçonnerie n'enserme plus parfaitement les parois de verre. Au Sacré-Cœur, c'est un groupe d'enfants britanniques qui auraient les premiers témoigné d'un grossissement, perceptible à l'œil nu du bas de la basilique, des clochetons-mamelons qui la couronnent.

(2) Cette « érection » urbaine généralisée serait un effet – hypothèse avancée dans les milieux autorisés – de l'énorme campagne publicitaire mise en œuvre depuis 2004 sur le thème de « l'amour des Jeux [olympiques] » : oriflammes dans les arbres, autocollants sur les portières du métro, affiches apposées sur les obstacles urbains à tous les coins de rue, inscriptions géantes sur les façades du Palais-Bourbon et d'autres monuments – sans parler des articles de presse évoquant le « désir » de Paris. Un déferlement d'images et de slogans qui serait parvenu, au-delà des plus folles espérances, à mettre la ville en émoi ! L'objectif final étant que la capitale française soit désignée, en juillet prochain, par le Comité international olympique (CIO) pour accueillir les Jeux de... 2012.

(3) Un objectif qui ne fait pas l'unanimité. Certains antipublicitaires n'ont pas manqué de rebaptiser les Jeux olympiques « Jeux olympub » ou « Jeux olymfric » ; de détourner la fameuse phrase de Pierre de Coubertin en affirmant que « l'essentiel, c'est de boycotter » ; de remplacer « du pain et des jeux » par « de la pub et des jeux » ; de suggérer au CIO de prendre pour devise « Faites nos jeux ! », etc. Leur crainte ? Que le tsunami publicitaire que constitue à leurs yeux ladite campagne ne soit qu'un avant-goût de celui qui accompagnerait la manifestation elle-même si elle devait se tenir à Paris. Leur conviction ? Que l'actuel tsunami suffirait, si besoin était, à jeter le soupçon sur une machination dont les enjeux cachés ne coïncident nullement, selon eux, avec l'intérêt général.

(4) « Paris brûle-t-il ? » demandait, en 1944, un dictateur allemand à celui qu'il avait chargé d'incendier la capitale. « Paris bande-t-il ? » devait se demander le CIO. Ces érections monumentales lui apportent la réponse.

V ■ Barbouillages devant l'hôpital Saint-Louis (Paris) [suite]

Après le 14 décembre 2004 (V. n° 85), il y a eu le 7 janvier, puis le 2 et le 25 février 2005. Chaque fois une trentaine de personnes... seulement, pour assister au barbouillage ou au recouvrement de trois panneaux publicitaires. Et pourtant, qu'il est doux et réjouissant de voir de courageux citoyens s'en prendre ouvertement à ces odieux objets qui nous gâchent la vie quotidienne ! Jusqu'à nouvel ordre, c'est le quatrième vendredi du mois, à 18 heures, que rendez-vous est donné aux Parisiens, toujours au même endroit. Et toujours avec la même revendication : ramener le format de toutes les affiches publicitaires à 50 x 70 cm. Rendez-vous, donc, le 25 mars, à 18 heures. Contact : François (01 43 38 33 69), ou la Brigade antipub (<http://www.bap.propagande.org>).

VI ■ Paysages de France libère Meylan, Leucate, Saint-Étienne-de-Crossey, Courpière et l'autoroute A6

Des dispositifs publicitaires illégaux, appartenant notamment aux afficheurs Clear Channel et Avenir/JCDecaux, ont disparu, fin 2004, du paysage de ces communes grâce à l'intervention de l'association. À Meylan (Isère), c'est le mât-enseigne d'un prêt-à-manger étasunien qui a été enlevé du toit d'un hypermarché. Par ailleurs, le préfet de l'Yonne, qui avait refusé de faire démonter des panneaux en bordure de l'autoroute A6, malgré les demandes de l'association, a été condamné à verser à celle-ci des frais de procès. (Communiqué de presse du 4 janvier 2005.) [V. section VIII.]

VII ■ Agenda

4 mars 2005, Paris : vernissage d'exposition de photographies et projection sur le publisexisme (V. section III).

9 mars, Paris : réunion publique mensuelle de R.A.P., de 20 h à 23 h (41, rue d'Amsterdam, métro Liège).

10 mars, Paris : débat autour du livre *De la misère humaine en milieu publicitaire*, à 19 h 45, au 21^{ter}, rue Voltaire.

25 mars, Paris : barbouillage de panneaux à l'angle des avenues Parmentier et Claude Vellefaux, à 18 h (métro Goncourt).

VIII ■ 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, 69001 Lyon ; 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.

IX ■ Catalogue

- Prochain numéro seulement : 15 centimes + une enveloppe timbrée à votre adresse.

- Série complète des 85 numéros parus (9 euros, port et enveloppe compris).

- Tract pour la dissolution du BVP (1 page).

- Pétition de soutien aux deux barbouilleurs du Mans (1 page).

X ■ 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, envoyez 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° 86 et de le diffuser.

Yvan Gradis

Le Publiphobe, B. P. 20012, 94211 La Varenne-Saint-Hilaire Cedex, France.

Tph. 01 41 81 69 17, tcp. 01 42 83 45 01.

(Le Publiphobe est actuellement visible sur le site internet : indesens.org.)