

N° 118 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-1-2010

« *Sot poisson qui se laisse prendre deux fois au même appât !* » (Proverbe anglais.) Dernier numéro paru : 1^{er}-12-2009 (21^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). (« LP » : renvoi à un ancien numéro ; « V. » : voir section ... du présent numéro.)

I ■ Vingtième anniversaire du *Publiphobe*

Né dans la nuit du 1^{er} au 2 janvier 1990, *Le Publiphobe* a vingt ans aujourd'hui même. Sans fleurs ni trompette, sans tambour ni couronnes. (Sur les origines et les circonstances de sa naissance d'une part, sur les réactions que son rédacteur et lui ont suscitées jusqu'à hier soir d'autre part, v. XIII.)

II ■ Actions du Collectif des déboulonneurs : petite descente dans le métro...

Le Collectif des déboulonneurs (v. XII), né à Paris en 2005 (LP91...), a de nouveau agi en décembre. Extension au niveau national en cours. Revendication principale : 50 x 70 cm maximum pour toutes les affiches publicitaires. Moyens d'action : non-violence, désobéissance civile, légitime réponse.

Décembre 2009. Le 22, à 18 h, à **Lille** (r. de Béthune et pl. Rihour), 2 panneaux des affich. JCDecaux et CBS ont été barbouillés par 2 militantes (dont une mère de famille enceinte) devant 20 amis et 2 journal. (Agence France-Presse...). Interprétat. de *Petit enfant de la Chine* (Didier Super) et de *Nos beaux panneaux* (sur l'air de *Mon beau sapin*). Article dans *Nord Éclair* du 23. Le 8, à 18 h, à **Lyon** (pl. Gabriel-Péri), 1 panneau de l'affich. JCDecaux a été bâché par 15 militants, dont des clowns, devant 40 amis. Lecture d'un extrait du *Bonheur conforme* de François Brune. Art. dans *leprogres.fr* et *lyoncapitale.fr* du 10. Le 18, à 19 h, à **Paris** (84, r. Saint-Martin, au pied de l'église Saint-Merri), 3 panneaux de l'affich. Clear Channel ont été barbouillés par 6 militants devant 20 amis, 15 polic. et 1 journal. (Radio Campus). Les 6 militants ont passé 3 heures au poste (27, bd Bourdon). Le 12, de 11 h à 12 h, à **Rouen** (dans 9 stations de métro), 42 panneaux de l'affich. JCDecaux ont été recouverts de papier puis barbouillés par 18 militants devant 1 polic. et 1 journal. Art. dans *Paris Normandie* du 14. Photos et comptes rendus détaillés : www.déboulonneurs.org.

III ■ Procès du Collectif des déboulonneurs : tous au Palais de justice de Paris le 12 mars 2010 !

Le 26 janvier 2008, sur les Champs-Élysées, seuls deux des huit barbouilleurs du jour avaient été conduits au poste (LP 107) : Yvan Gradis et Arthur Lutz. Ils passeront en correctionnelle – peut-être avec des comparants volontaires – au Palais de justice de Paris, le 12 mars 2010, à 9 heures (13^e chambre/2), deux ans après les faits. Le premier (rédacteur du *Publiphobe* depuis vingt ans), récidiviste (il fut condamné en appel pour des faits identiques en 2008), risque deux ans de prison (loi du 10 août 2007 sur la récidive). Le philosophe Edgar Morin s'est déjà proposé pour être témoin au procès. Les soutiens financiers et moraux peuvent être adressés au Collectif des déboulonneurs (v. XII). Merci de préciser si votre lettre peut être rendue publique sous votre nom.

IV ■ François Vaillant, barbouilleur non-violent, condamné à 300 euros pour refus d'ADN (Rouen, 7 décembre 2009)

François Vaillant (FV), rédacteur en chef d'*Alternatives non-violentes* et membre du Collectif des déboulonneurs (v. XII), est passé en correctionnelle, à Rouen, le 7 décembre 2009, pour avoir refusé de donner un échantillon de son acide désoxyribonucléique (ADN) à la police, à la suite d'une condamnation en 2007 pour un barbouillage antipublicitaire de 2006.

Pendant une heure trente, devant une salle comble et la presse locale, la juge et ses deux assesseurs ont écouté sans poser de questions : d'abord le prévenu, qui a dénoncé les dangers du Fichier national automatisé des empreintes génétiques (FNAEG) en le rapprochant de pratiques vichystes ; ensuite les témoins (Matthieu Bonduelle, secrétaire général du Syndicat de la magistrature, Jacques Muller, sénateur, et Jean-Marie Muller, philosophe, qui a qualifié FV de « dissident ») ; la procureur, qui s'en est remise à la « sagesse du tribunal » pour l'établissement de la peine ; enfin l'avocat (Nicolas Gallon), qui a justifié la désobéissance civile, quand il s'agit d'alerter les pouvoirs publics, et s'est référé à la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), au Comité national d'éthique et à la Convention européenne des droits de l'homme.

Après délibération, le tribunal a condamné FV à 300 euros (peine moyenne dans ce genre d'affaire), un verdict au parfum de décidé-d'avance... FV a aussitôt déclaré, devant les micros de la radio et de la télévision locales, son intention de faire appel. (Contact : *Alternatives non-violentes*, Centre 308, 82, rue Jeanne-d'Arc, 76000 Rouen ; tél. 02 35 75 23 44.)

V ■ Déversement de prospectus (Montauban, 5 décembre 2009)

Le 5 décembre 2009, de 9 heures à 13 heures, à Montauban, Antipub 82, RAP (v. XII) et les Verts ont organisé un déversement massif de prospectus sur la voie publique pour protester contre l'encombrement des boîtes aux lettres par ces déjections colorées sur papier couché, et aussi contre le gaspillage : des tonnes de prospectus imprimées en trop seraient acheminées directement vers les lieux de recyclage, chaque semaine, en Tarn-et-Garonne ! Une centaine de personnes sont venues puiser dans le stock d'autocollants « Stop-pub » (à apposer sur sa boîte aux lettres), certaines en profitant pour déverser leur trop-plein de prospectus.

VI ■ Publicité télévisée pour la publicité télévisée (campagne du SNPTV, décembre 2009)

(1) Les publicitaires sont persuadés – pas forcément à tort – qu'il reste encore quelques téléspectateurs en France. En revanche un doute les torture : les derniers téléspectateurs aiment-ils la publicité télévisée ? D'où une campagne publicitaire télévisée pour promouvoir... la publicité télévisée, sur le thème « La pub TV c'est pour ça qu'on l'aime » ! Extraits d'un communiqué de presse du 14 décembre 2009, émanant du Syndicat national de la publicité télévisée (SNPTV, 1, quai du Point-du-Jour, 92656 Boulogne Cedex ; 01 41 41 43 21 ; smartin@snptv.org). (Nous remplaçons « publicité télévisée » par « PT ») :

(2) « Pour la première fois, les régies publicitaires membres du SNPTV prennent la parole en initiant [sic] une campagne à la télévision, qui célèbre la PT. À l'aube d'une nouvelle année, le SNPTV souhaite proposer à tous les téléspectateurs une expérience renouvelée de la PT au moyen d'une campagne publicitaire sur les écrans TV, à partir du 15 décembre 2009. Quoi de mieux que la PT pour (faire) parler de la PT ?

(3) Parce que les téléspectateurs aiment la PT et parce qu'elle est indispensable pour les marques, les régies publicitaires membres du SNPTV ont décidé de rappeler ce qui la définit et la rend si particulière : la PT est un spectacle. Sa capacité unique à susciter l'émotion au travers de son expression audio et visuelle lui confère une efficacité et une modernité sans pareilles. En

mettant en scène la PT, le SNPTV offre aux téléspectateurs, comme aux annonceurs et aux agences de communication, une occasion exceptionnelle de la célébrer. Résolu à offrir une expérience originale de la PT, le SNPTV a choisi d'interpeller les téléspectateurs : « Et vous, la PT, vous en pensez quoi ? »

(4) Arrêt sur images pour assister au grand spectacle des marques qu'offre jour après jour la PT. Réalisée à partir d'extraits de publicités TV diffusées ces derniers mois, à l'instar d'une bande-annonce, les 3 spots TV rendent hommage au travail et à l'investissement de l'ensemble des acteurs de la PT : la conviction et l'engagement des annonceurs ; la puissance créative des agences de communication, des réalisateurs et des compositeurs ; le savoir-faire des comédiens, des mannequins, des techniciens et des producteurs ; l'orchestration de la rencontre des films avec leurs publics dont se chargent ensemble les agences médias et les régies TV ; la mise en scène finale de la PT qu'assurent les chaînes de télévision.

(5) Le parti pris créatif part d'un constat partagé par tous : la PT a mille et un visages, elle est tout à la fois créative, drôle, informative, touchante, innovante... Bien plus qu'une signature, une évidence ! Habile dosage de modernité, d'émotions partagées et d'interactivité, la PT démontre encore, et plus que jamais, sa capacité à surprendre et à entraîner le public dans des histoires courtes sans cesse renouvelées. Très belle année publicitaire TV à tous ! »

(6) Si, par miracle, vous connaissez un téléspectateur, prévenez-le vite : cette campagne s'adresse à lui.

VII ■ Phrases

(1) Publicitose : maladie de l'espace et de l'esprit.

(2) Méduse pétrifie ceux qu'elle regarde, la publicité, ceux qui la regardent.

(3) Râlez utile ! Par exemple en prêtant votre corps une demi-heure par mois aux actions de barbouillage.

(4) Ces slogans embusqués à tous les coins de rue rendront bientôt obligatoire de sortir escorté de gardes de l'âme.

VIII ■ Propos éparés

Jean-Claude Guillebaud (journaliste, écrivain) : « Les défenseurs sourcilleux du "panorama" historique de l'Europe devraient réserver leur colère à cette véritable défiguration de nos entrées de ville par la prolifération publicitaire, l'agressive promotion de la grande distribution par le truchement de panneaux affreux, de néons sinistres et d'enseignes fracassantes. Après tout, la métamorphose de nos banlieues et villages aura été l'un des grands désastres des dernières décennies. Elle a fini par nous imposer un paysage de bric et de broc, une addition de laideurs racoleuses qui ne correspondent en rien à la tradition européenne. » (« Une affaire de paysage », *La Vie*, 10 décembre 2009).

IX ■ Paysages de France libère la Drôme et l'Isère

Drôme – Alors que la vallée du Rhône est devenue par endroits une poubelle publicitaire, que la cacophonie visuelle règne dans certains secteurs de Valence, alors que des paysages uniques sont pollués en toute illégalité, le préfet omet de faire respecter le Code de l'environnement. Quand des infractions lui sont signalées, il ne se soucie même pas de répondre aux courriers. À Romans-sur-Isère, par exemple, le préfet n'ayant jamais mis en demeure un certain prêt-à-manger états-unien pour une enseigne en infraction, il aura fallu attendre que Paysages de France (PdF) [v. XII] saisisse le tribunal administratif pour que l'enseigne soit sciée et rabaissée d'une dizaine de mètres. Le préfet vient d'être sanctionné par le tribunal.

Isère – En 2001, le préfet est saisi pour des panneaux publicitaires en infraction dans la commune de Vizille. En juin 2006, ces panneaux étant toujours en place, PdF saisit le tribunal administratif de Grenoble. Quelques mois plus tard, le paysage est nettoyé. Le 1^{er} décembre 2009, le tribunal sanctionne la carence du préfet.

X ■ Éteignez les publicités ! (Appel de Résistance à l'agression publicitaire... et C^{ie}, décembre 2009)

Dès octobre 2009, le Réseau de transport de l'électricité et l'association négaWatt avaient alerté l'opinion et les autorités sur le risque très élevé de voir cet hiver des coupures de courant à cause d'un appel en pointe trop important, surtout le soir entre 17 h 30 et 20 heures. Dans un communiqué de presse du 15 décembre, alors que s'annonçait une semaine de grand froid, RAP (v. XII), le Réseau action climat et Les Amis de la Terre ont dénoncé l'inéptie et la gabegie que constitue le gaspillage d'électricité pour l'éclairage et la motorisation des panneaux publicitaires, dispositifs autant inutiles que néfastes. Alors que l'association Agir pour l'environnement appelait à éteindre, le 17 décembre, à l'heure dite, les lampes et appareils électroménagers inutiles, les trois associations susmentionnées appelaient les autorités à faire éteindre tous les panneaux publicitaires. Rappelant que la consommation d'un seul panneau éclairé et déroulant est estimée être la même que celle d'un ménage français moyen pour ses besoins domestiques.

XI ■ Agenda

14 janvier 2010, Paris : dîner de soutien au procès du 12 mars (v. III), *La Rôtisserie*, 4, r. Sainte-Marthe (métro Goncourt), à partir de 19 h 30.

22 ou 23 janvier, Paris : barbouillage du Collectif des déboulonneurs (v. II et XII).

12 mars, Paris : procès du Collectif des déboulonneurs (v. III), 9 h, Palais de justice, 13^e chambre correctionnelle/2 (contact : Le Publiphobe).

13 mars, Paris : assemblée générale de Paysages de France (v. XII), ouverte aux sympathisants, 4, r. Amélie (métro La Tour-Maubourg).

XII ■ Carnet d'adresses

- *Casseurs de pub* : 11, pl. Croix-Pâquet, 69001 Lyon ; tél. 04 72 00 09 82 ; tcp. 04 78 28 57 78 ; internet : www.casseursdepub.org.

- Collectif des déboulonneurs : 24, rue Louis-Blanc, 75010 Paris ; contact@deboulonneurs.org ; www.deboulonneurs.org.

- La Meute des chiennes de garde (réseau contre la publicité sexiste) : 163, r. de Charenton, 75012 Paris ; internet : www.lameute.fr.

- Paysages de France : 5, pl. Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; tél.-tcp. 04 76 03 23 75 ; internet : <http://paysagesdefrance.org/>.

- Résistance à l'agression publicitaire (RAP) : 24, r. de la Chine, 75020 Paris ; tél. 01 43 66 02 04 ; tcp. 01 58 64 02 93 ; internet : www.antipub.org.

XIII ■ Catalogue

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

- Série complète des 117 numéros parus (20 euros, port et enveloppe compris).

- « Genèse du *Publiphobe* (histoire de mes rapports avec la publicité), par Yvan Gradis (6 pages).

- « Échos du *Publiphobe* » (recueil de citations sur *Le Publiphobe* – 1990-2009) [6 pages].

XIV ■ Abonnement et commandes

- Abonnement : 7 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).

Ce numéro 118 peut être photocopié et diffusé.

Yvan Gradis

Le Publiphobe, 67, rue Saint-Jacques, 75005 Paris, France. Tél. 01 45 79 82 44.

(La série complète du *Publiphobe* est téléchargeable sur le site : <http://bap.propagande.org/modules.php?name=Publiphobe>.)