

# N° 157 LE PUBLIPHOBIE 1<sup>er</sup>-12-2016

« Qui a plus de toits a plus de neige. » (Proverbe persan.) Dernier numéro paru : 1<sup>er</sup>-10-2016 (27<sup>e</sup> année).

Feuille sporadique concentrée (à diluer dans une bassine avant absorption), créée le 1<sup>er</sup> janvier 1990 et déclarée comme association le 1<sup>er</sup> 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 ■ *Le Publiphobe 25 ans* (livre)

Cet automne 2016, soit une vingtaine de mois après le 25<sup>e</sup> anniversaire du *Publiphobe*, un de ses lecteurs a pris l'initiative, avec l'accord – et la reconnaissance ! – de son rédacteur, d'imprimer un livre (format A4) à partir de la série complète des numéros parus au cours de ce premier quart de siècle (1990-2014) et un peu plus : *Le Publiphobe 25 ans* réunit les 154 premiers numéros, à l'état brut (sans présentation ni commentaires). (Pour le commander, se reporter au catalogue ci-dessous.)

## II ■ Actions du Collectif des déboulonneurs : Lille ou le geysier dans le désert...

Le Collectif des déboulonneurs (v. XIII) a de nouveau agi en octobre. Revendication principale : 50 x 70 cm maximum pour toutes les affiches publicitaires. Moyens d'action : non-violence, désobéissance civile, légitime réponse.

**Octobre 2016.** Le 15, à 19 heures, à Lille (15, rue Georges-Danton, 30, rue de Cambrai, 2, boulevard Victor-Hugo), 7 panneaux (dont 2 obstacles urbains et 2 aubettes) des afficheurs JCDecaux, Clear Channel, Exterior ont été barbouillés par 5 militants, devant 25 amis. Photos et comptes rendus : <http://www.deboulonneurs.org/>.

## III ■ Procès du Collectif des déboulonneurs : 7 barbouilleurs condamnés à Paris (9 novembre 2016)

**Paris, 11 octobre 2016 : audience au tribunal de grande instance.** Henri Alexandre, Élise Ayrault, Béthy X..., Raphaël Callandreaux, Raphaël Jolly, P. Loeb et Christine Traxeler ont comparu devant la 10<sup>e</sup> chambre du TGI pour le barbouillage du 2 mai 2015 (LP150, 156). Une vingtaine de sympathisants sont présents (dont Danielle Simonnet, conseillère de Paris et coordinatrice du Parti de gauche, Florent Compain, président des Amis de la Terre, Gilles Lemaire, ancien secrétaire national des Verts...), ainsi que plusieurs journalistes (*Politis*, *Reporterre*, *Siné Mensuel Street Press*...).

La juge (Isabelle Pulver), fatiguée par quatre heures d'audience pour des cas sordides et violents, ouvre le procès des militants non-violents par ces mots : « Vu les affaires précédentes, il faudra mettre l'affaire en perspective et être bref... » Après la... brève audition des prévenus, empêchés d'expliquer leurs motivations, vient le tour du témoin à décharge : Isabelle Darnis, diététicienne-nutritionniste, qui déplore l'impact de la publicité sur notre santé, le danger que constitue l'abondance des messages commerciaux. L'avocat de la SNCF, partie civile (Philippe Sarda) : « Je suis tous ces usagers de la SNCF. Tout à coup, ce vacarme, ces panneaux qu'on barbouille, et ce public qui ne demande rien, à qui l'on assure qu'on va le sauver de la publicité ! C'est une violence de faire irruption dans la tranquillité des gens et de leur imposer une opinion qui n'est pas la plus partagée en France. » Il réclame aux 7 prévenus solidairement 1 euro de dommages-intérêts et 1 500 euros de frais d'avocat. La procureur (Lise Jaulin) ne s'intéresse pas plus que la juge au mobile de l'action et déclare que les militants auraient dû choisir d'autres moyens de défendre leur cause ; elle requiert : 300 euros d'amende pour chacun. L'avocate de la défense (Apolline Cagnat, du cabinet Bourdon-Forestier) plaide la relaxe sur la base de la liberté d'expression et de l'état de nécessité, au vu de l'échec des actions légales entreprises pour limiter les effets nocifs de la publicité. À noter : le procès, relaté par tous les journalistes présents, a fait l'objet d'une pleine page dans *Siné Mensuel* (novembre), laquelle a été amplement évoquée sur France Inter le 2 novembre.

**Paris, 9 novembre : jugement.** L'état de nécessité est rejeté : « Il ne peut être sérieusement soutenu que toute publicité constitue en elle-même une atteinte grave à la santé justifiant une intervention immédiate. Au demeurant, force est de constater que les panneaux visés l'étaient indépendamment de leur contenu. » Les prévenus sont donc déclarés coupables de dégradation du bien d'autrui en réunion, et condamnés à 200 euros d'amende (100 euros pour RJ, qui n'a fait que porter un mégaphone) ; solidairement à 1 euro de dommages-intérêts (« en réparation du trouble causé à la sécurité des voyageurs et à l'exploitation du réseau ») ; chacun à 200 euros de frais d'avocat. Ils réfléchissent à l'opportunité de faire appel.

## IV ■ État d'âme d'une juge un quart d'heure avant l'audience devant la machine à café (témoignage)

Le 11 octobre 2016, un quart d'heure avant un procès de « déboulonneurs » au Palais de justice de Paris (v. III), un sympathisant surprend la confidence d'une juge à un collègue devant la machine à café : « Tu sais qui je me tape cet après-midi ? Les « déboulonneurs » : sept personnes qui ont [tagué] des panneaux publicitaires à la gare de Lyon. [...] Encore des gens qui pensent [sauver] notre démocratie. [...] Et tu sais qui ils ont pris comme avocat ? [William] Bourdon. Il vient de me gicler 18 pages de conclusions à la figure, je ne te raconte pas. » (Les mots entre crochets ne sont pas garantis par le témoin qui cite de mémoire.)

## V ■ Paysages de France libère la nationale 7 au niveau de la Nièvre

La nationale 7 chantée par Charles Trenet, route des vacances qui relie Paris au Sud de la France, ne fait plus rêver, désormais bordée qu'elle est, outre les parallélépipèdes commerciaux aux couleurs criardes, par les panneaux publicitaires de grand format et les enseignes aussi hautes que nombreuses – dispositifs pour la plupart illégaux. Paysages de France (v. XIII) a donc demandé au préfet d'en faire démonter ou mettre en conformité 108. Elle a reçu, à l'automne 2016, une réponse favorable du préfet.

## VI ■ Des caméras cachées dans les panneaux publicitaires (Bruxelles, novembre 2016)

L'afficheur Clear Channel vient d'installer dans la capitale belge dix écrans publicitaires tactiles munis d'une caméra cachée dans un de leurs montants. « L'objectif est d'interagir avec le passant de façon ludique lors d'actions spécifiques », explique le directeur de la mercatique. « Quelle garantie a-t-on », s'interroge Céline Delforge, députée bruxelloise Écolo, après avoir découvert par hasard l'une de ces caméras, « que ces images ne seront pas utilisées à d'autres fins, comme la neuromercatique [étude des mécanismes cérébraux susceptibles d'intervenir dans le comportement des consommateurs – NDLR] ? Quelle image donne-t-on du public des transports en commun ? Des chairs à publicités, des proies destinées à acheter des choses dont ils n'ont

probablement pas besoin ? » Le 28 novembre, certains Bruxellois ont manifesté leur désapprobation quant à ces nouvelles méthodes publicitaires en apposant des affichettes sur les aubettes d'arrêts de bus. (Source : *La Libre Belgique*, 29-11-2016.)

#### **VII ■ Détournement de 80 obstacles urbains JCDecaux par Brandwashing (Bruxelles, 31 octobre 2016)**

Dans la nuit du 31 octobre au 1<sup>er</sup> novembre 2016, à Bruxelles, Brandwashing, collectif d'une vingtaine d'artistes internationaux lié à Brandalism (LP153) et pratiquant la désobéissance civile, a remplacé, dans 80 obstacles urbains, les affiches publicitaires par des affiches militantes dénonçant des traités de libre-échange en cours de négociations entre l'Europe et l'Amérique du Nord. Il s'agissait de reconquérir l'espace public confisqué par les multinationales.

Contact : +32 (0) 465 77 63 02, <https://brandwashingbelgium.blogspot.fr/>.

#### **VIII ■ Le « Jour de la nuit » a rallumé les étoiles (8<sup>e</sup> édition, 8 octobre 2016 au soir)**

Le Jour de la nuit (organisé depuis 2009 par l'association Agir pour l'environnement, avec le soutien du ministère de l'Environnement et de nombreux partenaires associatifs, dont RAP et Paysages de France [v. XIII]) est une opération annuelle de sensibilisation des citoyens et des élus à la pollution lumineuse, à la protection de la biodiversité nocturne et du ciel étoilé. Parmi les sources de pollution lumineuse, figurent les enseignes des magasins et les panneaux publicitaires lumineux. À Bordeaux, Lille, Lyon, Paris..., grâce à des équipes de militants noctambules « rallumeurs d'étoiles », plus de 170 enseignes ont été éteintes à l'aide de perches, et environ 70 panneaux ont été recouverts. Au profit de la poésie de la nuit.

#### **IX ■ La « Journée sans achats », côté suisse (25-26 novembre 2016)**

À l'occasion de la Journée sans achats [*Buy Nothing Day*], le ROC (Réseau objection de croissance, Genève), le FLIP (Front de libération de l'invasion publicitaire, Fribourg [LP151-152]) et le CLIP (Collectif de libération de l'invasion publicitaire, Lausanne) ont mené, dans les trois villes mentionnées, des actions contre des affiches publicitaires (panneaux, bus, tramways), soit en collant dessus des contre-affiches, soit en mimant un matraquage, à l'aide d'accessoires inoffensifs (massues gonflables...), de façon non-violente, répétitive, courte et théâtrale. Un site internet a été ouvert : internet [www.antipub.ch](http://www.antipub.ch).

#### **X ■ La « Journée sans publicité » (No-Ad Day), 3<sup>e</sup> édition (27 novembre 2016)**

(*Ne pas confondre la « Journée sans publicité » [No-Ad Day], lancée par l'artiste Vermibus à Berlin en 2014 [LP148] et tenue chaque année, fin novembre, dans la foulée de la « Journée sans achats » [Buy Nothing Day], lancée au Canada par Ted Dave en 1992, avec la « Journée mondiale contre la publicité », lancée par RAP en 2015 [LP150] et qui a lieu chaque 25 mars.*)

Pour la 3<sup>e</sup> édition annuelle de cette « Journée », qui consiste à enlever un maximum de publicités, une action a eu lieu, en tout cas à Bordeaux, et sans doute dans d'autres coins de la planète...

#### **XI ■ Propos épars**

Fabrice Midal (écrivain français du XXI<sup>e</sup> siècle) : « La première chose qui surprend celui qui s'essaie à la méditation est de devoir rester un moment en silence. C'est d'autant plus déstabilisant que tout s'acharne aujourd'hui à nous empêcher de faire une telle expérience. Essayez par exemple de trouver un restaurant dans lequel on n'impose pas de la musique ou une télévision. Même les rues des petites villes de province ont désormais bien souvent leur illustration musicale... Il y a là le ressort d'un nouveau totalitarisme – celui du divertissement total – qui vise à ce que chacun s'oublie pour mieux être au service de la consommation. Méditer, c'est refuser cette situation inquiétante. » (*Simplement être là, le cœur grand ouvert*, Éditions du Grand Est, 2014.)

Marguerite Yourcenar (écrivaine française et états-unienne du XX<sup>e</sup> siècle) : « Je condamne l'ignorance qui règne en ce moment dans les démocraties aussi bien que dans les régimes totalitaires. Cette ignorance est si forte, souvent si totale, qu'on la dirait voulue par le système, sinon par le régime. J'ai souvent réfléchi à ce que pourrait être l'éducation de l'enfant. [...] On lui apprendrait à aimer le travail quand le travail est utile, et à ne pas se laisser prendre à l'imposture publicitaire, en commençant par celle qui lui vante des friandises plus ou moins frelatées, en lui préparant des caries et des diabètes futurs. » (*Les Yeux ouverts*, entretiens avec Matthieu Galey, Le Centurion, 1980.)

Éric Zemmour (écrivain français du XXI<sup>e</sup> siècle) : « [*Dans les années 2010*], partout en France : images de désolation, ruines d'après-guerre ; les entrées de ville abîmées, enlaidies, avilies par des blocs d'usine déposés à la hâte ; des files ininterrompues de panneaux publicitaires aux couleurs criardes ; des immenses étendues de voitures immobilisées qui chauffent au soleil. Le Sud de la France, et ses sublimes paysages dépeints par Giono, est particulièrement saccagé, comme après une invasion de criquets. Partout en Europe, l'association américaine de la grande distribution et de l'automobile a opéré son œuvre de destruction, mais nulle part autant qu'en France. Comme si un être pervers avait voulu punir notre pays d'être aussi beau. » (*Le Suicide français*, Albin Michel, 2014, p. 113.)

#### **XII ■ Agenda**

11-12-2016, Lille : action du Collectif des déboulonneurs ; 18 h 30, Grand-Place, sur les marches du théâtre du Nord.

#### **XIII ■ Carnet d'adresses**

- Casseurs de pub : 52, rue Crillon, BP 36003, 69411 Lyon Cedex 06 ; tél. 04 72 00 09 82 ; internet : [www.casseursdepub.org](http://www.casseursdepub.org).
- Collectif des déboulonneurs : [contact@deboulonneurs.org](mailto:contact@deboulonneurs.org) ; [www.deboulonneurs.org](http://www.deboulonneurs.org).
- Les Chiennes de garde (contre les violences sexistes symboliques : publicités, insultes, phrases...) : [chiennesdegarde.com](http://chiennesdegarde.com).
- Paysages de France : 5, pl. Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; tél.-télé. 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 ; internet : [www.antipub.org](http://www.antipub.org).

#### **XIV ■ Catalogue**

- Prochain numéro seulement : 15 centimes (en timbres) + une enveloppe timbrée à votre adresse.
- Série complète des 156 numéros parus (22 euros, port et enveloppe compris).
- *Le Publiphobe 25 ans* (série reliée des 154 premiers numéros) [v. I] : 11 euros + 5,6 euros de port.

#### **XV ■ Abonnement et commandes**

- Abonnement : 8 euros les dix numéros (soit un peu plus d'un an). [*Abonnement spécial malvoyants : 12 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 157 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>.)