

# N° 159 LE PUBLIPHOBIE 1<sup>er</sup>-4-2017

« Une maison solide vaut mieux que cent en ruines. » (Proverbe kurde.) Dernier numéro paru : 1<sup>er</sup>-2-2017 (28<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 ■ 3<sup>e</sup> Journée mondiale contre la publicité – Subvertisers International – #SubvertTheCity (25 mars 2017)

(Subvertir est un mot-valise anglais formé à partir de *subvert*, « subvertir », et *advertiser*, « annonceur publicitaire » ; Subvertisers International peut donc être traduit par « Subvertisseurs internationaux de publicité ». Et le mot-dièse #SubvertTheCity (mot d'ordre de cette 3<sup>e</sup> Journée mondiale) signifie « subvertir la ville ». Les organisateurs du réseau en question ont choisi l'anglais comme langue de communication, entérinant par là même l'hégémonie du principal colonisateur des esprits à l'échelle mondiale. Avaient-ils le choix ? La solution idéale n'eût-elle pas été l'espéranto ?

Difficile d'évaluer l'ampleur et l'impact d'une « Journée mondiale contre la publicité ». *Le Publiphobe*, qui ne se nourrit pas d'on-dit (et évite d'en sustenter ses lecteurs), ni ne se berce d'illusions, a toutefois l'impression qu'un travail sérieux de coordination a été mené par un réseau de militants internationaux qui ont su partager leurs énergies, dans le cadre de l'alliance Subvertisers International (v. VIII), constituée en 2016, notamment à l'initiative de RAP (v. VIII). D'où, à l'occasion du 25 mars 2017, une kyrielle d'actions sur les cinq continents – pour s'en tenir à la France, quelques centaines de militants ont procédé, dans une quinzaine de villes, à la neutralisation, toutes méthodes confondues, d'un demi-millier de dispositifs publicitaires.

Les 15 pays où ont eu lieu des actions de libération symbolique de l'espace public : Allemagne, Argentine, Australie, Belgique, Espagne, États-Unis, France, Iran, Maroc, Mexique, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Suède, Suisse...

Les 33 villes impliquées : Berlin, Bordeaux, Brisbane, Bristol, Bruxelles, Buenos Aires, Casablanca, Gand, Genève, Grenoble, Lausanne, Lille, Lisbonne, Lismore, Londres, Lyon, Madrid, Malakoff, Melbourne, Mexico, Nantes, New York, Paris, Poitiers, Rennes, Rouen, Saint-Étienne, Saint-Quentin-en-Yvelines, Stockholm, Téhéran, Toulouse, Troyes, Varsovie...

Les 19 modes d'action : accumulation de prospectus, artivisme, barbouillage (dégradant), barbouillage au blanc d'Espagne (non dégradant), bombardement de fruits pourris, collage d'autocollants, déambulation clownesque, débat, déclamation de slogans devant les panneaux mêmes, détournement de panneaux par substitution d'affiche, extinction d'enseignes lumineuses, nettoyage d'espace urbain par arrachage d'affiches sauvages, nettoyage ironique d'une camionnette de l'afficheur JCDecaux, pose de papier peint en trompe-l'œil, pose de papillons repositionnables, projection vidéo, recouvrement, représentation théâtrale, tapissage d'un quai de métro... Renseignements : RAP et Subvertisers International (v. VIII).

## II ■ Collectif des déboulonneurs : Marion Giraud condamnée à 300 euros avec sursis (Lille, 23 février 2017)

Lille, 21 février 2017 : audience au tribunal correctionnel. Marion Giraud (MG) a comparu pour avoir, le 25 avril 2016, barbouillé un panneau publicitaire puis refusé de donner son acide désoxyribonucléique (ADN) à la police (LP155, 158). Étaient présents au tribunal une trentaine de sympathisants et la presse (France Bleu, France3, GrandLilleTV, *La Voix du Nord*...).

Malgré les quatre premières heures d'audience consacrées à des affaires violentes en comparution immédiate, le juge (Jean-Michel Faure [JMF]) aborde le procès de MG avec calme et aménité. Partie civile, Keolis, société de transports en commun, réclame à la prévenue 340 euros pour frais de nettoyage du panneau publicitaire, mais la facture soumise au tribunal n'a aucun rapport avec l'action pour laquelle la militante est poursuivie (lieu et adresse ne correspondent pas à ceux de l'action visée) !

Extraits du dialogue entre le juge (JMF) et la prévenue (MG). MG : « Les lanceurs d'alerte n'ont rien à faire dans le fichier des empreintes génétiques. J'ai fait une action de désobéissance civile. J'ai inscrit un message sur un panneau publicitaire pour alerter sur les dangers de la publicité pour la société. C'était une action symbolique. » – JMF : « Si vous êtes condamnée, vous risquez une peine de prison, une peine d'amende et une mention sur votre casier judiciaire. Vous en êtes consciente ? » – MG : « J'en suis très consciente. » – JMF : « Quelle que soit la décision prise par ce tribunal, vous allez renouveler ce type d'action ? » – MG : « Tant que la publicité ne sera pas remise à sa place et restera un danger pour la société, je continuerai. »

Audition des trois témoins. Mehdi Khamassi (chercheur en neurosciences et sciences cognitives au Centre national de la recherche scientifique) évoque certaines conséquences de la publicité (obésité, toxicomanie, baisse de l'attention chez l'enfant et l'adulte, surcharge cognitive due à la quantité d'informations...), certaines méthodes (chien de Pavlov, image subliminale...). Réaction du juge : « Merci, monsieur, d'avoir fait part de ces travaux qui mènent à un constat bien sûr inquiétant. »

Christophe Laurens (architecte, enseignant) décrit la salle d'audience dont l'agencement et la décoration favorisent la concentration et permettent de dire la justice. La beauté, qui commence avec le brin d'herbe et le paysage, permet d'accéder à la satisfaction et au sentiment de se sentir inclus dans une communauté humaine qui nous dépasse ; alors que l'espace public, aujourd'hui aménagé pour créer des citoyens insatisfaits, donc bons consommateurs, est enfermé dans une membrane d'artificialisation qui nous isole et dont les panneaux publicitaires sont une espèce de pointe. L'architecte appelle à l'altruisme, indispensable pour lutter contre le réchauffement climatique, désormais le plus grand problème qui se pose à l'humanité.

André Gattolin (sénateur des Hauts-de-Seine, vice-président de la commission des finances du Sénat) : « Je voudrais dire d'abord que je suis ici, en tant que parlementaire, dans un esprit de devoir, mais aussi dans un esprit de plaisir, heureux de témoigner dans ce procès. » Le sénateur évoque la difficulté et la complexité qu'il y a à légiférer, un travail qui prend des heures, des jours, des mois, des années, alors qu'en face la publicité explose littéralement, en recourant sans cesse à de nouvelles techniques, par exemple les écrans numériques... La loi est en perpétuel décalage avec l'opinion publique et la situation de la société. L'élus dénonce la pression des intérêts économiques ou privés sur l'espace public. Il regrette les atteintes à la beauté, premier patrimoine de la France, destination touristique par excellence. Réaction du juge : « Merci, monsieur le sénateur, d'avoir dit que vous étiez heureux d'être présent. C'est la première fois que quelqu'un à votre place me le dit. »

La procureure (Emmanuelle Laudic-Baron) se dit passionnée par ces témoignages ; elle regrette l'absence de témoins qui auraient pu rappeler que la publicité est parfois considérée comme un art, et même exposée dans de grands musées tels que le musée des Arts décoratifs à Paris, qui fait honneur à des artistes comme Cappiello, Chéret... Elle requiert la relaxe pour le refus d'ADN, à cause d'une difficulté procédurale, et une amende de 100 euros pour le « tag » (*sic*) ayant entraîné un dommage léger.

L'avocate de la défense (Muriel Ruef) évoque l'écrasement du citoyen par la publicité, l'acte assumé par la prévenue dans un esprit de désobéissance civile, l'absence de véritable dégradation du panneau publicitaire, la relaxe dont ont bénéficié des « déboulonneurs » parisiens en 2013 sur la base de l'état de nécessité (LP139), l'inutilité du panneau qui ne peut donc être considéré comme du mobilier urbain, enfin la non-nécessité de l'ADN dans l'enquête. L'avocate plaide par conséquent la relaxe.

**Lille, 23 février 2017 : jugement.** Marion Giraud est relaxée pour l'ADN, mais condamnée à 300 euros avec sursis pour le barbouillage du panneau publicitaire. La constitution de partie civile a logiquement été jugée irrecevable.

### **III ■ Inconséquence d'une décision judiciaire (sur le jugement de Marion Giraud, à Lille, le 23 février 2017)**

Le sens ou l'enjeu d'un procès correctionnel ne résident pas dans les seuls faits jugés ni dans les seuls articles de loi enfreints : ils découlent aussi du déroulement de l'audience, dans sa théâtralité même. Ce jour-là (21 février 2017), au tribunal de Lille, on était servi ! Admirable face-à-face entre Marion Giraud et Jean-Michel Faure, dignes l'un de l'autre, la première, touchante Antigone ou Jeanne d'Arc en robe jaune citron, et posée, sereine, ferme ; le second, juge aimable et calme en robe noire. Tout, dans l'attitude bienveillante du président, a prouvé qu'il prenait avec toute la considération qui s'imposait cette histoire de barbouillage symbolique d'un panneau publicitaire. Pas une fois, malgré les quatre heures d'audience éprouvantes consacrées aux affaires précédentes empreintes de violence, il n'a coupé la parole à ses interlocuteurs : prévenue, témoins, avocate. Allant jusqu'à remercier l'un des témoins pour son « constat bien sûr inquiétant », à s'émouvoir qu'un autre ait dit son plaisir et son bonheur à témoigner – une première, selon lui –, enfin à sourire en déclarant à la prévenue, à une ou deux reprises, qu'il ne souhaitait pas la revoir dans un tel contexte – ce qui n'a pas empêché celle-là de proclamer avec placidité qu'elle récidiverait tant qu'elle n'aurait pas obtenu gain de cause face aux dangers de la publicité. Bref, un grand moment de non-violence !

Et pourtant ! Le surlendemain (23 février 2017), ce juge, si amène et si sincère à l'audience – faut-il écrire *apparemment* sincère ? –, a condamné la barbouilleuse à 300 euros avec sursis. Une inconséquence qui laisse perplexe et ouvre la porte à toutes les hypothèses, dont celle-ci : le juge, publiphobe, se sera trouvé en porte-à-faux, écartelé entre son adhésion secrète à la cause de la militante, et son rôle social et professionnel d'applicateur de la loi. Quant à son désir exprimé de ne plus avoir affaire à la prévenue, il devait être réel, tant il est plus commode et reposant, pour un juge, d'avoir derrière soi la morale convenue pour affronter d'odieux malfaiteurs que sa conscience morale pour juger une désobéissante œuvrant au service de l'intérêt général.

### **IV ■ Paysages de France libre Varennes-Vauzelles (Nièvre)**

En 2013, l'association Paysages de France (v. VIII) demande au maire de Varennes-Vauzelles de faire démonter 47 panneaux publicitaires qui sont en infraction depuis plus de dix ans. Devant l'inaction du maire, l'association saisit le préfet de la Nièvre, tenu par la loi de suppléer à la carence du maire. En 2016, le préfet n'ayant pas répondu, elle dépose une requête devant le tribunal administratif de Dijon. Le 14 février 2017, le tribunal prescrit au préfet de faire démonter ou mettre en conformité les dispositifs et condamne l'État à verser à l'association des dommages et intérêts ainsi que les frais de justice.

### **V ■ Substitution d'affiches publicitaires pour la Saint-Valentin (Montpellier, 10-11 février 2017)**

À l'approche du 14 février, date de la Saint-Valentin, « fête des amoureux » désormais dévoyée par la société de consommation (friande de « fêtes » en tout genre), quelques membres du Collectif des désobéissants, à visage découvert et au grand jour, ont substitué, grâce à des clés bricolées, des dessins d'artistes ou d'enfants, des poèmes et des citations aux affiches de 250 panneaux publicitaires. Le paysage urbain s'en est trouvé plus respirable (Source : *La Marseillaise*, 15-2-2017.)

### **VI ■ Bruxelles : action contre les écrans publicitaires vidéo pourvus de caméras cachées (4 mars 2017)**

Quelques membres du collectif bruxellois « Espaces publics sans publicité », réunis près de deux heures sur la place Louise, ont fait signer une pétition contre les écrans publicitaires installés récemment avec la complicité de la Ville. Huit de ces dispositifs ont été recouverts de contre-affichettes « stop pub vidéo » ; les caméras dissimulées dans les montants des écrans (LP157) ont été dénoncées à l'aide de bandeaux « caméra » et « surveillance publicitaire ». Par ailleurs, les aubettes environnantes ont été rebaptisées « abri antipub ». Enfin, quelques tramways couverts de publicité ont été « redécorés » au passage. La chaîne de télévision locale BX1 a fait écho à cette action. (Contact : [info@sans-pub.org](mailto:info@sans-pub.org).)

### **VII ■ Agenda**

24/25-6-2017, Malakoff : Rencontres intergalactiques de l'antipublicité et assemblée générale de RAP (v. VIII) ; 9 h 30-18 h, au 14, imp. Carnot.

### **VIII ■ 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).
- Subvertisers International : [info@subvertisers-international.net](mailto:info@subvertisers-international.net) ; <http://subvertisers-international.net>.

### **IX ■ Catalogue**

- Prochain numéro seulement : 15 centimes (en timbres) + une enveloppe timbrée à votre adresse.
- Série complète des 158 numéros parus (22 euros, port et enveloppe compris).
- *Le Publiphobe 25 ans* (série reliée des 154 premiers numéros) : 11 euros + 5,60 euros de port.

### **X ■ 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 159 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>.)