

N° 160 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-6-2017

« L'homme heureux n'a pas de chemise. » (Proverbe français.) Dernier numéro paru : 1^{er}-4-2017 (28^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 ■ Le Publiphobe téléchargeable gratuitement sur le site de RAP depuis mai 2017

Depuis mai 2017, RAP (v. XI) « concurrence » la Brigade antipub pour héberger la série complète du *Publiphobe*, dont on pourra désormais télécharger gratuitement tous les numéros sur son site. (Voir le nouveau lien à la fin du présent numéro.)

II ■ Collectif des déboulonneurs : Lille dévisse et met les vis dans une enveloppe

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

Mai 2017. Le 31, à 19 h, à Lille (Hellemmes, angle rue Salengro et rue Degrève), 2 panneaux de 12 m² vantant un programme immobilier abandonné depuis 3 ans ont été démontés (les 96 vis ont été mises dans une enveloppe laissée sur place), et 1 panneau de 10 m² a été barbouillé, le tout par 20 militants. Photos et comptes rendus : <http://www.deboulonneurs.org/>.

III ■ Lille : bataille entre RAP, Transpole (Keolis) et Clear Channel autour des écrans vidéo du métro (1^{er} semestre 2017)

RAP : association (v. XI). Transpole (Keolis) : société des transports en commun lillois. Clear Channel : afficheur.

Décembre 2016 : début de l'installation d'écrans publicitaires vidéo dans le métro de Lille.

4 janvier 2017 : des militants de RAP, dans un esprit de « légitime réponse » (LP53), recouvrent 15 écrans publicitaires d'affichettes « Stop pub vidéo » à l'aide de ruban adhésif. Réaction favorable des passants.

1^{er} février : nouveau recouvrement.

10 février : des militants occupent le couloir de liaison entre la gare de Lille-Flandres et le métro, où l'on trouve 7 écrans affichant la même publicité. Affublés, tels des hommes-sandwichs, de panneaux « Stop pub vidéo », ils font écran aux écrans.

16 février : Clear Channel écrit à RAP en recommandé : « [Votre] action [du 4 janvier] a empêché la visibilité du message publicitaire vidéo diffusé. [Vos] agissements constituent des actes inadmissibles de dégradation et de vandalisme, nous causant indiscutablement un préjudice. [Notre] société se trouve contrainte de [vous] mettre en demeure de cesser toute nouvelle action de ce type à l'avenir. »

24 mars : des militants jouent les « réclameurs » (mot-valise créé à partir de « réclame » et « clameur »), en se plaçant devant chaque écran pour scander les messages publicitaires tournant en boucle sur les dispositifs, dans le dessein d'explicitier le matraquage subi silencieusement par le cerveau des usagers. À cette occasion, lancement de la pétition adressée à la Métropole européenne de Lille (MEL), demandant la désinstallation des écrans : <http://lille.antipub.org/ecrans/>

28 mars : RAP répond à la lettre de Clear Channel du 16 février : « [Vos] écrans constituent une agression des usagers des transports. Nous assumons de nous mettre en travers par des méthodes non-violentes. Devant un tribunal, vous devrez expliquer que votre métier est de vendre ce qui ne vous appartient pas : nos regards. Nous continuerons de recouvrir [vos] écrans ainsi que ceux des concurrents jusqu'à leur retrait. Nous vous conseillons de vous reconverter dans une activité économique digne, comme par exemple la fourniture de supports écologiques et non intrusifs d'expression libre. »

5 avril : RAP demande à la MEL le contrat d'installation des écrans (Clear Channel/Keolis).

8 avril : nouvelle action de recouvrement des écrans, en « réponse » à la mise en demeure de Clear Channel, affichée à cette occasion sur ses propres supports. Transpole s'engage à proposer un rendez-vous à RAP.

15 avril : faute de nouvelles de Transpole, répétition de l'action.

6-12 mai : recouvrement quotidien des écrans, appel public à appeler la MEL pour appuyer la demande d'accès au contrat.

16 mai : obtention du contrat envoyé par la MEL.

28 mai : publication du contrat sur le site de RAP.

(Campagne régulièrement relayée par la presse : *La Voix du Nord*, *20 Minutes*, GrandLilleTV...)

IV ■ Rencontres intergalactiques antipublicitaires et fête des 25 ans de RAP (Malakoff, 24-25 juin 2017)

Le 24 – 9 h 15 : petit déjeuner ; 10 h : assemblée générale de RAP (v. XI) ; 12 h 30 : déjeuner ; 14 h 15 : ateliers-conférences-débats (médiat, espace public, surveillance publicitaire en ligne, sexisme, spécisme, idéologie de la consommation, enfants, blanchiment...) ; 18 h 30 : apéritif, repas, projections de vidéos d'actions ; 20 h 30 : fête des 25 ans de RAP.

Le 25 – 9 h 15 : petit déjeuner ; 10 h : assemblée générale extraordinaire de RAP ; 12 h 30 : déjeuner ; 13 h 30 : échanges avec des antipublicitaires étrangers (sous réserve : Subvertisers International, Liège sans pub, Bruxelles sans pub, FLIP (Fribourg), GLIP (Genève), CLIP (Lausanne), Brandalism (Angleterre), Consume Hasta Morir (Espagne)... ; 14 h 45 : ateliers de préparation d'actions antipublicitaires et de réappropriation de l'espace public ; 18 h 30 : apéritif et bilan.

Ces deux journées, ouvertes au public, se dérouleront à la Bibliothèque associative de Malakoff (14, impasse Carnot, Malakoff, interphone BAM ; métro Étienne-Dolet). Renseignements : <http://rencontres.antipub.org/> ; contact : rencontres@antipub.org.

V ■ Saccages : ça cache et ça gâche (concours photo de Paysages de France)

Afin de montrer l'impact visuel de la publicité extérieure et de nous réapproprier les paysages, l'association Paysages de France (v. XI) vous invite à réaliser des photos de sites qui sont magnifiques mais... abîmés par une publicité. Vous avez jusqu'au 30 septembre 2017 pour lui envoyer vos plus belles photos, incluant un panneau publicitaire qui masque partiellement un beau

paysage, rural ou urbain, banal ou remarquable, à l'adresse : contact@paysagesdefrance.org. Les meilleures photos pourront faire l'objet d'une exposition, de tirages papier et d'une diffusion sur son site internet. (Source : *Paysages de France Infos*, juin 2017.)

VI ■ Propos épars

Abdenour **Bidar** (philosophe et haut fonctionnaire français du XXI^e siècle) : « L'enceinte scolaire est un espace de résistance, dont la neutralité doctrinale et idéologique se démarque dans l'océan d'une société du spectacle. [...] Nous vivons aujourd'hui dans un régime général de publicités idéologiques multiformes – commerciales, politiques, religieuses, etc. [...] Dans ce climat général de cacophonie et de sur-sollicitation, la laïcité de l'enceinte scolaire trouve une vocation renouvelée. C'est désormais avant tout à cause de ce contexte de civilisation qui livre tous les individus à l'hyper-agressivité d'une publicité idéologique multiple que la laïcité réclame de faire de l'école une enceinte préservée. [...] La laïcité à l'école est aujourd'hui un espace de silence dans un monde d'incessant vacarme idéologique. » (*Pour une pédagogie de la laïcité à l'école*, La Documentation française, 2012, p. 32 [publié par le ministère de l'Éducation nationale].)

William **Morris** (écrivain et artiste anglais du XIX^e siècle) : « Un très grand nombre de gens sont employés à produire de pures et simples nuisances comme le fil de fer barbelé, l'artillerie lourde, les enseignes et les panneaux publicitaires disposés le long des voies ferrées, qui défigurent les champs et les prés. » (*L'Âge de l'ersatz*, conférence donnée le 18 novembre 1894, au New Islington Hall, dans le quartier d'Ancoats à Manchester.)

VII ■ Langue de téléspectateur

Point n'est besoin d'avoir la télévision (ou plutôt d'être eu par elle) pour observer les dégâts de cette machine à propager les virus : tout le monde a, dans son entourage, au moins un téléspectateur, qu'il suffit d'écouter. Par exemple, le téléspectateur finit par dire : « Le ministre est en capacité de résoudre le problème. » Le non-téléspectateur, lui, s'obstine à dire : « Le ministre est capable de résoudre le problème. »

VIII ■ Phrases

- (1) La publicité provoque l'envie, rogne, ment.
- (2) La bâche publicitaire est doublement cataracte : chute d'images dans le paysage, voile opacifiant sur l'œil.
- (3) La publicité obstrue la communication, entretient le soupçon généralisé, pulvérise l'importance de tout message. Les tables de la Loi, envoyées aujourd'hui par Dieu à Moïse, tomberaient entre les mains d'un prophète suspicieux.
- (4) Les gommes à mâcher écrasées sur le sol du métro recèlent plus de poésie et moins de leçons de morale que les affiches exposées sur les murs.

IX ■ Faux divers

- France Avec

Un an après l'entrée de la publicité commerciale à Radio-France (*LP155*), et à l'occasion des 30 ans de France Info, les dirigeants de la maison de la Radio (Paris) viennent d'annoncer la fusion, début 2018, des deux principales stations d'information générale, France Inter et France Info, en une seule entité : France Avec. La multiplication des rubriques parrainées (« la météo, avec... », « le sport, avec... », « le trafic, avec... », « la bourse, avec... », etc.) ayant été entérinée par les auditeurs (62 % favorables, 29 % indifférents, 9 % hostiles), il s'agit, pour Radio-France, d'attirer davantage de parrains afin de pérenniser les effectifs des rédactions et d'améliorer le confort d'écoute.

- Commando apollinaire

Afin de financer l'entretien de l'appartement-musée de Guillaume Apollinaire, à Paris (202, bd Saint-Germain), la fondation consacrée à la mémoire du poète mort en 1918 avait fait insérer, en accord avec le syndic de l'immeuble, le logo d'un parrain – une marque de stylos – dans la plaque commémorative apposée depuis des décennies sur la façade. L'initiative a déplu à l'Association internationale des amis de Guillaume Apollinaire (basée en Belgique), laquelle a déclaré dans un communiqué de presse : « Poésie et publicité sont incompatibles, et, puisqu'il s'agit de plumes, nos Peaux-Rouges, verts de rage, iront occasionner des bleus à la face du capitalisme. » À la suite de quoi une poignée de membres ont organisé un raid vengeur pour aller, de nuit, arracher le logo. La vidéosurveillance a toutefois permis d'identifier les coupables.

X ■ Agenda

- 16-6-2017, Lille : « Les Cerveaux délavés », soirée de soutien à RAP (v. XI) [atelier pochoir, chansons...], à 20 h, au 4, r. de Colmar.
17, Troyes : formation « reconnaître un panneau illégal » ; 10 h-18 h, au café *Expression libre*, 33, av. Marie-de-Champagne.
22, Lille : barbouillage du Collectif des déboulonneurs (v. XI), à 19 h, pl. des Buisses. (Contact : deboulonneurs_lille@no-log.org).
6-7, Paris : réunion publique de RAP (v. XI), à 19 h 30, au siège.

XI ■ 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.
- Collectif des déboulonneurs : contact@deboulonneurs.org ; www.deboulonneurs.org.
- Les Chiennes de garde (contre les violences sexistes symboliques : publicités, insultes, phrases...) : 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.
- Subvertisers International : info@subvertisers-international.net ; <http://subvertisers-international.net>.

XII ■ Catalogue

- Prochain numéro seulement : 15 centimes (en timbres) + une enveloppe timbrée à votre adresse.
- Série complète des 159 numéros parus (22 euros, port et enveloppe compris).
- *Le Publiphobe 25 ans* (série reliée des 154 premiers numéros) : 11 euros + 5,6 euros de port.

XIII ■ 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 160 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 gratuitement sur le site : <http://antipub.org/ressources/a-lire/le-publiphobe/>.)