

N° 64 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-5-2002

Sporadique, détonnant, concis (13^e année). Dernier numéro paru : 1^{er}-3-2002.

Feuille 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 ■ Errata

La rédaction présente ses excuses aux lecteurs pour avoir, dans le dernier numéro, mal écrit le nom de R. Huyghe et le mot « idiosyncrasie ». Ces deux fautes, signalées par un lecteur, lui ont donc fait gagner douze numéros gratuits !

II ■ Barbouillages au grand jour d'affiches publicitaires : action n° 9

Le 9 mars 2002, devant le 70, Champs-Élysées, à Paris, s'est déroulée l'action « Au grand jour » n° 9, en présence d'une cinquantaine de sympathisants et de journalistes (AFP, TF1, M6...), auxquels se sont ajoutés entre cinquante et cent passants. Étaient aussi présents un élu du XI^e arrondissement de Paris (Jean-Christophe Mikhaïloff) et un membre du cabinet du maire-adjoint de Paris chargé de l'environnement (Thomas Lesay). À 16 h, six citoyens ont barbouillé – de leur propre initiative – cinq panneaux publicitaires déroulants, apposés sur une palissade de chantier, en travers d'un trottoir de la célèbre avenue. Munis de bombes de peinture, ils ont écrit : « Publi-conneries... Pub-tréfaction... Matraquage, ça suffit !... Libérons nos esprits... Libérons le paysage... Non à la pub... Publi-foutaises... Pollution visuelle... Légitime réponse. » Une « lettre ouverte à mes frères afficheurs » a été lue par l'instigateur de l'opération. Le barbouillage terminé, le président de Résistance à l'agression publicitaire (Thomas Guéret) a publiquement confirmé le soutien moral de son association, et l'organisateur a repris la parole pour lire à la foule des textes de la journaliste Leslie Bedos et du philosophe Michel Serres. L'occasion lui a aussi été donnée de prononcer une « lettre ouverte à mes frères policiers », une trentaine d'entre eux étant arrivés vers 16 h 20. Les forces de l'ordre ont sagement attendu la fin des diverses lectures, soit près d'un quart d'heure, avant d'interpeller le meneur juché sur un parapet. Une fois celui-là monté dans la fourgonnette, l'un des agents restés sur le trottoir a avoué à des sympathisants que ce n'était pas parce qu'il portait un uniforme qu'il ne trouvait pas qu'il y avait trop de panneaux dans le paysage. Au commissariat de la rue du Faubourg Saint-Honoré, l'activiste a été interrogé par un officier plus que compréhensif, avant d'être relâché une demi-heure plus tard. Les traces du barbouillage, aux dires d'un témoin, n'ont été effacées que vers 22 h. Des images de l'action ont été diffusées le soir même, au journal de 20 h de TF1, ainsi que le 17 mars, sur M6 (« Culture Pub »). Le 11 mars, vers 17 h 15, le barbouilleur interpellé a pu raconter son action sur Europe 1 (émission de Laurent Ruquier). Invité, le 12 mars, sur France 2 (émission du même Laurent Ruquier), en compagnie du président de R.A.P., il s'est vu, ainsi que celui-ci, poliment raccompagner à la sortie quelques secondes avant l'enregistrement de leur intervention, alors que l'un et l'autre avaient déjà été pourvus de fond de teint et d'un micro. Coup de théâtre pas encore éclairci.

Signalons en passant le succès journalistique persistant de l'opération « Au grand jour ». Derniers titres à l'avoir mentionnée, très souvent photo à l'appui : *Télérama*, *Libération*, *France Soir*, *Métro*, *Phosphore*, *Que Choisir*, *Le Nouvel Observateur*, *Le Monde*, *Le Soir* (Bruxelles)... Le 20 avril, France 3 (« Vérité oblige ») a donné la parole à l'instigateur de l'opération, filmé devant des panneaux publicitaires. (Prochain barbouillage « Au grand jour » : le 15 mai à 19 h, à Paris.)

III ■ Action du Collectif Anti-pub, place de la République (Paris)

Ce collectif, proche des Verts, officie depuis le début de l'année, surtout dans le X^e arrondissement de Paris. Dans l'après-midi du 17 mars 2002, place de la République, en présence du candidat vert à l'élection présidentielle (Noël Mamère), une vingtaine de ses membres auraient recouvert quatre panneaux d'affichage de 4 m sur 3 de peintures géantes et de slogans dénonçant le monopole des images publicitaires dans la ville et leur message de surconsommation. (Contact : Philippe, 01 48 01 00 86.)

IV ■ Action du collectif « Mercredi : c'est publiphobie... et les autres jours aussi ! »

Ce collectif a procédé, le 17 avril 2002 au soir, à la détérioration massive d'affiches présentes dans plusieurs stations de métro parisiennes : arrachage, barbouillage, collage d'autocollants..., et aussi distribution de tracts aux usagers. (Contact : lefrap.free.fr.)

V ■ Assaut contre la façade de l'agence Publicis

L'une des plus anciennes et importantes agences publicitaires au monde, Publicis, dont le siège se trouve en haut à gauche des Champs-Élysées, à quelques dizaines de mètres de la place de l'Étoile (Paris), a subi un assaut symbolique, le 17 avril 2002, à 22 h 20. L'attaque, qui n'a duré que quelques secondes, a été menée par une poignée de personnes, surgies de nulle part, lesquelles ont projeté, par seaux entiers, de la peinture blanche contre la façade de l'agence, visant surtout quatre panneaux de l'afficheur Avenir apposés à cet endroit. Après quoi les assaillants se sont sauvés en traversant l'avenue ventre à terre. Deux ou trois policiers sont arrivés, quelques minutes plus tard, alertés par le gardien de nuit, en compagnie duquel ils n'ont pu, perplexes, que contempler les dégâts, relativement spectaculaires, et les seaux vides abandonnés par les activistes. Le lendemain, tout avait été nettoyé.

VI ■ Manifestation à Clermont-Ferrand le 1^{er} juin 2002

À 14 h 30, se déroulera, à l'appel de Paysages de France et avec le soutien de plusieurs associations, une manifestation contre la « pubtréfaction » du paysage et pour le respect des lois de protection de l'environnement. Rendez-vous devant l'enseigne illégale du centre commercial de la Pardieu, à Clermont-Ferrand (renseignements : 04 76 03 23 75).

VII ■ Faudra-t-il barbouiller la rue Gay-Lussac ?

Les cinq panneaux publicitaires déroulants qui se trouvent rue Gay-Lussac (Paris), près du jardin du Luxembourg, sont apposés sur le mur d'enceinte du couvent de l'Adoration Réparatrice. En été 2001, madame Andrea Baraldi, habitante du quartier, a frappé à la porte de cette communauté pour s'enquérir de la présence desdits panneaux qui défigurent son environnement. Une religieuse lui a répondu que ce qui était à l'extérieur n'avait à ses yeux aucune importance. Madame Baraldi est repartie, toute surprise d'avoir obtenu une réponse aussi généreuse...

Elle n'est pas la seule à déplorer la présence de ces disgracieux dispositifs, comme le prouve cette savoureuse lettre adressée, le 17 décembre 2001, par un service de la mairie de Paris au maire du V^e arrondissement :

« Monsieur le Maire, vous avez bien voulu me soumettre la lettre-pétition des copropriétaires et habitants de l'immeuble sis 46, rue Gay-Lussac qui se plaignent de la présence d'une palissade comportant 5 panneaux publicitaires le long du mur bordant le jardin du couvent de l'Adoration Réparatrice situé au numéro 39 de cette voie. J'ai l'honneur de porter à votre connaissance les éléments suivants. À cet endroit, il se trouve des panneaux publicitaires depuis de nombreuses années. Au

cours de cette année, la société d'affichage Avenir a procédé à un nouvel aménagement : elle a remplacé les 8 panneaux de 12 m² éclairés par projection par 5 panneaux de surface plus réduite et éclairés par transparence. Elle a en outre remplacé l'ancienne clôture de couleur noire par une nouvelle de couleur gris clair. L'esthétique de ce montage a donc été sensiblement améliorée et le nombre des panneaux publicitaires notablement réduit. Les sociétés d'affichage publicitaire sont en effet de plus en plus sensibles à la préservation de l'environnement et remplacent plusieurs panneaux ne contenant qu'une affiche par un seul dispositif à affiches déroulantes. En outre, l'esthétique de ces nouveaux panneaux publicitaires a été soignée et leurs coloris sont nettement plus sobres que les précédents. Tels sont les éléments que je suis en mesure de vous apporter sur cette affaire. Veuillez agréer... » La signature était celle du directeur des finances et des affaires économiques (Emmanuel Charron).

VIII ■ Luce, jeune fille modèle

Le 26 avril 2002 au matin, Luce Théry, jeune Parisienne, sort de chez elle. En passant devant sa boîte aux lettres, elle y a pris le gros paquet de prospectus accumulé depuis quelques jours pour s'en débarrasser. Sachant que la Poste est la première responsable de l'encombrement des boîtes aux lettres par la publicité, elle se rend auprès d'une boîte aux lettres jaune de la rue Olivier Métra pour les y déverser. Alors qu'elle est en pleine action, une vieille femme intriguée l'aborde en lui demandant ce qu'elle fait. Luce répond d'abord que c'est du courrier, puis engage la discussion avec la dame en lui exposant les raisons de son acte. La vieille s'avère tout à fait d'accord : « Alors, là, oui, vous avez raison, on en a assez de ces prospectus ! » Une deuxième femme âgée s'approche par curiosité mais reste un peu en arrière, se contentant de pousser des « quand même ! quand même ! » Un homme d'une cinquantaine d'années, d'une stature imposante, arrive pour poster une lettre. Luce s'écarte légèrement pour lui faciliter l'accès à la boîte, tout en poursuivant son déversement. L'homme lui agrippe le poignet pour l'empêcher de continuer, la traitant de « petite conne ». La jeune fille lui répond en lui demandant ce que ça peut lui faire, en quoi ça le dérange. L'autre persiste dans son animosité, allant même jusqu'à repêcher des prospectus dans la fente de la boîte et se placer devant celle-ci pour la protéger avec son corps. Prenant un air très menaçant et autoritaire, il continue de morigéner Luce en l'insultant, comme s'il allait la gifler en tant qu'il était son père. La jeune fille s'éloigne finalement de la boîte, non sans avoir traité l'individu de « tête de con ».

IX ■ Procès boîte aux lettres : l'audience de l'appel a eu lieu

Il s'agit du procès intenté, depuis 1997, par Y.G. à un distributeur de prospectus en boîtes aux lettres, entré dans son immeuble à l'aide d'un passe-partout de la Poste (*Le Publiphobe* n° 59). Après le jugement de juin 2001, lors duquel le distributeur avait été déclaré coupable de violation de domicile, et la partie civile condamnée aux dépens de l'action civile (sa plainte étant finalement déclarée irrecevable, puisque émanant d'un locataire et non d'un propriétaire), le plaignant avait décidé de faire appel, puis s'était désisté. Après quoi il avait appris qu'une nouvelle audience aurait lieu le 20 mars 2002, le parquet faisant appel.

L'audience s'est donc déroulée. Faute d'avocat, le plaignant, sur le conseil d'un sympathisant, docteur en droit, venu spontanément l'assister, a en fin de compte annoncé au tribunal qu'il ne se désistait pas de son appel. Le président en a pris acte. Ont donc été successivement invités à s'exprimer le prévenu, qui n'a pas contesté sa condamnation, le plaignant, qui a contesté l'irrecevabilité de sa plainte, puis l'avocat général, lequel a donné raison au plaignant, se fondant sur le code pénal pour affirmer que celui-ci avait bel et bien été victime de la violation de domicile, même s'il n'était que locataire. Le président et ses assesseurs montrant des signes évidents d'intérêt pour ce cas de figure manifestement inédit, le jugement a été mis en délibéré : la cour rendra son arrêt le 7 mai 2002, à 14 h (chambre n° 8, cour d'appel, 5, rue Carnot, Versailles).

X ■ Propos épars

Lee DE FOREST (ingénieur états-unien, inventeur de la triode, 1873-1961) : « Être connu sous le nom de « père de la radiodiffusion » était hier un honneur dont j'étais fier. Aujourd'hui, je suis dégoûté et honteux de ce titre... Quand nous voyons la vulgarité, la stupidité de la pacotille dont les firmes publicitaires et les stations d'émission emplissent l'éther, je crois bien que l'on peut me ranger parmi les ennemis publics de l'Amérique. Les visiteurs étrangers doivent penser que nous sommes tout à fait fous, quand ils entendent, le soir, les miaulements de nos stations et leurs flagrantes offenses au bon goût. Ils doivent s'étonner de voir les gens acheter des récepteurs et, les ayant achetés, s'en servir. Quand j'ai expérimenté pour la première fois la radiodiffusion, j'ai vu là un grand instrument d'éducation, de culture et de distraction pour nous tous. C'était pour moi l'invention la plus utile depuis la découverte de l'imprimerie. Elle devait aider aux progrès de la civilisation. Or, voyez maintenant ! La Radio a été abaissée à l'usage commercial le plus bas, et les familles qui l'écoutent régulièrement sont menacées de la pire infection de vulgarité et d'abêtissement. [...] La publicité directe est déplacée à la radio, de toute manière, bien que l'on puisse admettre qu'un bon programme puisse être donné avec la mention de celui qui l'offre. Le public américain a acheté plus de 20 000 000 de récepteurs. Il a le droit d'entendre autre chose que l'éloge de biscuits pour les chiens, de paiements à terme pour automobiles et d'accessoires de toilette répugnants. Je le répète, on m'a appelé « le père de la radiodiffusion » ; il fut un temps où j'étais fier de cet honneur ; mais aujourd'hui mon enfant me dégoûte et me fait honte. J'aiderai de toutes mes forces n'importe quel groupe de personnes qui, pensant comme moi, voudront débarrasser l'éther de la publicité commerciale directe, que je considère comme *un fléau national*... » (Déclaration à l'agence d'information Ganuet News-Paper, reproduite dans *Le Petit Radio* du 2 avril 1932 ; pour le texte complet, voir ci-dessous catalogue.)

XI ■ Débat en vue (festival Charivari)

Dans le cadre du festival Charivari (festival.charivari.free.fr), un débat aura lieu sur les thèmes « Comment agir concrètement contre la publicité » et « Le sexisme dans la publicité ». Avec des représentants du Publiphobe, de R.A.P., de la Meute, etc. Le 11 mai 2002, à 18 h, à l'université de Saint-Denis (Seine-Saint-Denis), métro Saint-Denis-Université.

XII ■ « Résistance à l'agression publicitaire (R.A.P.) »

Association concurrente du Publiphobe. 53, rue Jean-Moulin, 94300 Vincennes ; tph. 01 43 28 39 21 ; tcp. 01 58 64 02 93. Adhésion : 15,24 euros (abonnement seul au journal : 3,81 euros).

XIII ■ « Paysages de France »

Association agréée, spécialisée notamment dans la lutte contre l'affichage publicitaire. M.N.E.I., 5, place Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; tph.-tcp. 04 76 03 23 75. Adhésion : 10 euros (abonnement seul au journal : 4 euros).

XIV ■ Catalogue

- Prochain numéro : 15 c + une enveloppe timbrée avec votre adresse.
- 2 prochains numéros : 30 c + deux enveloppes timbrées avec votre adresse.
- 3 prochains numéros : 45 c + trois enveloppes timbrées avec votre adresse, etc.
- Série complète des 63 numéros parus (7,17 euros, port et enveloppe compris).
- Article du *Petit Radio* avec la déclaration complète de Lee De Forest (une page).

Pour passer vos commandes, envoyez, sauf indication contraire, une enveloppe timbrée (prévoyez la taille et le poids !) avec votre adresse et la somme indiquée. Si aucun prix n'est indiqué, comptez 8 c par page. Timbres, chèques et virements acceptés (« Le Publiphobe », CCP 346257 X Paris).

N'oubliez pas de photocopier ce n° 64 et de le diffuser.

Yvan Gradis

56 bis, rue Escudier, 92100 Boulogne-Billancourt, France. Tph. 01 46 03 59 92, tcp. 01 47 12 17 71.