

N° 116 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-10-2009

« Bon article se loue lui-même. » (Proverbe tchèque.) Dernier numéro paru : 1^{er}-8-2009 (20^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 ■ L'Allemagne s'attaque à la télémercatique (août 2009)

L'Allemagne a décidé d'attaquer au portefeuille les compagnies de télémercatique. Depuis le 4 août 2009, ces dernières risquent des amendes de 50 000 euros si elles importunent les gens au téléphone. Les compagnies qui masquent leur numéro lorsqu'elles passent de tels appels encourent en outre des amendes de 10 000 euros. Le ministère de la Justice a par ailleurs conseillé aux consommateurs incommodés de relever les noms des compagnies qui les importunent et d'en référer à l'Agence fédérale des télécommunications, qui se chargera des poursuites. (Source : Agence France-Presse, 5-8-2009.)

II ■ Réforme de la loi de 1979 sur la publicité extérieure : au Sénat, échec sur toute la ligne ! (Septembre 2009)

Communiqué de presse du Collectif des déboulonneurs (v. XIV) du 22 septembre 2009 :

« Alors que le Sénat vient d'examiner la réforme de la loi de 1979 encadrant la publicité extérieure, il est temps de tirer un premier bilan de ces travaux. Le constat est amer. Le rapport et les articles de loi portés par le sénateur Ambroise Dupont [*chargé par le Gouvernement des travaux préparatoires à cette réforme – NDLR*] étaient déjà extrêmement frileux. Les amendements votés en séance le 17 septembre 2009 ont fini de vider ce texte de toute substance. Pire, ils proposent même des concessions aux afficheurs. Contrairement à ses engagements, M^{me} Chantal Jouanno, secrétaire d'État à l'Écologie, a, au nom du Gouvernement, largement soutenu cette mascarade et a sagement évité d'aborder les problèmes cruciaux (formats, densités et police de l'affichage). À la lecture du compte-rendu de séance, on peut parfaitement mesurer le manque de volonté politique qui s'étale à longueur d'imprécisions, de contrevérités ou de mensonges purs et simples.

Nous voyons là tout le savoir-faire de Jean-Claude Decaux. Ce "grand afficheur qui se promenait dans les couloirs du Sénat" [*selon Marie-Christine Blandin, sénatrice – NDLR*] a parfaitement su convaincre les décideurs politiques de son intérêt économique personnel à continuer la pollution visuelle des paysages. Plusieurs sources au ministère de l'Écologie nous ont fait part d'"énormes pressions sur ce dossier, qui venait de très haut". Faut-il encore s'étonner après cela que certains maires cèdent amicalement devant les afficheurs, là où même l'État ne fait pas le poids ?

Le projet de loi doit encore passer devant l'Assemblée nationale, mais nous n'en espérons plus rien. La démission des politiques est avérée. Pour ne pas perdre la face, le Gouvernement communique à outrance [*sur sa politique environnementale – NDLR*] à l'aide de... pleines pages de publicité dans la presse. Alors qu'il se félicitait la semaine dernière d'un bilan positif du contrôle de l'argument écologique dans les publicités, on assiste ni plus ni moins à une magnifique opération de blanchiment écologique de la part du Gouvernement. La boucle est bouclée. »

III ■ Collectif des déboulonneurs : sur fond de débâcle politique, la désobéissance civile plus que jamais nécessaire !

Le Collectif des déboulonneurs (v. XIV), né à Paris et entré en action fin novembre 2005 (LP 91...), a de nouveau barbouillé, fin septembre. Revendication principale : 50 x 70 cm maximum pour toutes les affiches publicitaires. Moyen d'action : désobéissance civile non-violente en légitime réponse.

Septembre 2009. Le 23, à 18 heures, à Lille (rue Denis-Cordonnier, près de la place Guy-de-Dampierre), 2 panneaux de l'afficheur CBS ont été, l'un bâché (« Marre de la pub »), l'autre barbouillé (« Pub = Pollution visuelle », « Stop à l'invasion publicitaire ») par 15 militants, devant 5 sympathisants, des centaines d'automobilistes, deux policiers en motocycle et 2 journalistes (*Liberté Hebdo*, *20 Minutes*). Article dans *20 Minutes* du 24. Le 25, à 19 heures, à Paris (angle bd de Sébastopol/bd Saint-Denis), 3 panneaux de l'afficheur Avenir ont été barbouillés par 4 militants, devant 60 sympathisants, 2 journalistes (France 3) et 30 policiers. Interprétation de *La Barbouillaise* (sur l'air de *La Marseillaise*). Les 4 militants ont passé 2 heures au poste (18, rue du Croissant). Photos et comptes rendus détaillés : <http://www.deboulonneurs.org>.

IV ■ Procès du barbouilleur non-violent François Vaillant pour refus d'ADN : reporté au 7 décembre 2009 (Rouen)

François Vaillant, rédacteur en chef d'*Alternatives non-violentes* et barbouilleur antipublicitaire notoire, devait passer en correctionnelle, à Rouen, le 21 septembre, pour avoir refusé de donner son ADN à la police (LP 115). La juge, faute de disposer du temps nécessaire pour traiter une affaire aussi délicate, au vu de l'importance des conclusions déposées par l'avocat (François Roux) et de la qualité des témoins (Marie-Christine Blandin, sénateur, Jean-Marie Muller, philosophe, Matthieu Bonduelle, secrétaire général du Syndicat de la magistrature), a préféré reporter le procès au 7 décembre. La soirée de soutien prévue pour faire suite au procès a tout de même eu lieu le 21 septembre, en présence des trois témoins et de 140 participants. La presse avait largement relayé l'affaire : *Aujourd'hui en France* (21-9) *Le Canard enchaîné* (16-9), *Le Monde* (19-9), *Ouest-France* (22-9), *Paris Normandie* (19-9), *Politis* (17-9), *Témoignage chrétien* (3-9). [Contact : *Alternatives non-violentes*, Centre 308, 82, rue Jeanne-d'Arc, 76000 Rouen ; tél. 02 35 75 23 44.]

V ■ « Télévision, pas de publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans » (colloque à Paris, 23 octobre 2009)

Colloque (initialement prévu pour le 16 mai 2009 à Lyon) organisé dans le cadre de la campagne du Mouvement pour une alternative non-violente (LP 111). De 9 heures à 18 heures, au Sénat (Paris). Inscription gratuite préalable obligatoire : MAN, 114, rue de Vaugirard, 75006 Paris ; tél. 01 45 44 48 25 ; man@nonviolence.fr ; <http://www.nonpubenfants.org/>.

VI ■ Paysages de France libère Hauconcourt, Mondelange, Lattes et Saint-Jean-de-Védas

Hauconcourt et Mondelange (près de Metz) – En 2005, Paysages de France (PdF ; v. XIV) demande aux maires, ainsi qu'au préfet de la Moselle, d'obtenir la mise en conformité ou la suppression de trois enseignes gigantesques en infraction signalant des grands magasins et un prêt-à-manger. Le préfet promet de mettre en demeure les trois sociétés, mais ne fait rien. En 2008, PdF saisit le tribunal administratif. En avril 2009, la dernière des trois enseignes est malgré tout démontée. Le 17 septembre, le tribunal annule le refus du préfet d'ordonner la mise en conformité et condamne l'État à verser des dommages-intérêts à PdF.

Lattes et Saint-Jean-de-Védas (près de Montpellier) – En 2003, PdF demande à une chaîne de grands magasins de mettre en conformité ses enseignes dans ces deux communes. Faute de résultat, en 2007, le préfet de l'Hérault demande la mise en conformité de l'enseigne de Lattes. En avril 2008, le tribunal administratif rejette toutes les demandes de la chaîne. En mai 2008, la chaîne démonte l'enseigne de Lattes (plusieurs jours sont nécessaires pour démanteler la ferraille de 30 mètres de haut). En janvier 2009, PdF demande à la chaîne quand l'autre enseigne sera mise en conformité. Aucune réponse. En juillet, saisi par PdF, le maire de Saint-Jean-de-Védas met la chaîne en demeure de supprimer l'enseigne. Le 24 septembre, l'enseigne est démontée.

VII ■ Un fabricant d'enseignes tente d'intimider Paysages de France (Montauban, septembre 2009)

Le 13 septembre 2009, Tony Smith, représentant montalbanais de Paysages de France (PdF ; v. XIV), restaurateur de métier, trouve 24 mètres carrés de publicité déposés devant son restaurant (*Le Quetzal*) en son absence, trois jours plus tôt selon un voisin. Il s'agit de deux panneaux de 12 mètres carrés appartenant à un fabricant d'enseignes (Signal, Saint-Nauphary) contraint par la mairie et les services de l'État de les démonter en vertu du nouveau règlement local de publicité. Avec les panneaux, le restaurateur trouve également la facture laissée par le délinquant : 598 euros pour « frais de démontage » à la suite de « la commande de Paysages de France d'enlever les enseignes ». La mairie fait enlever les déchets publicitaires, la police établit un procès-verbal transmis ensuite au procureur, et PdF, devant cette tentative d'intimidation (précédée, d'ailleurs, trois jours plus tôt, d'un coup de téléphone agressif), porte plainte pour « menaces et voie de fait » contre le fabricant d'enseignes.

VIII ■ 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 : « Renoncer au vin est un challenge. » Le non-téléspectateur, lui, s'obstine à dire : « Renoncer au vin est un défi. »

IX ■ Nuit chaude antipublicitaire à Rouen (21-22 septembre 2009)

Adrien et Elsa, jeunes Franciliens de passage à Rouen, ont, une partie de la nuit, en compagnie de quelques amis, bataillé contre le matraquage publicitaire en centre-ville, au nom de la « liberté des yeux ». Ils s'en sont pris à une cinquantaine d'aubettes et d'obstacles urbains, en en extirpant les affiches et en les recouvrant de leurs propres trouvailles destinées à éveiller les consciences des passants. Objectif : « Se réapproprier le paysage et donner notre réponse à cette propagande commerciale qui nous assaille à tous les coins de rue. » Les activistes ont ensuite expliqué à une journaliste que, n'étant pas des vandales, ils ne cassent pas ; ils ne font que démonter les panneaux avec des clés. Pour lutter contre la pollution et le gaspillage, ils déposent les affiches arrachées dans les conteneurs à recyclage et éteignent les publicités lumineuses. (Source : *Paris Normandie*, 23-9-2009.)

X ■ SLIP (Semaine de lutte contre l'invasion publicitaire) [Landerneau, 28 octobre-4 novembre 2009]

Sur le thème « La société de consommation peut aller se rhabiller ! », temps d'échanges, de débats et d'actions autour de la place envahissante prise dans nos vies, et dans nos villes, par la publicité. Grand jeu de piste publicitaire, élections de supermarché (venez élire les produits les plus bidon que propose la société de consommation), spectacle gratuit : « Ce qu'on me vend », messe à la très sainte consommation, débat public (en présence d'élus), exposition, projections, distribution d'autocollants antipublicitaires, et quelques surprises. (Contact : « Mais qu'est-ce que tu fabriques ? », 14, rue Amiral-Guépratte, 29800 Landerneau ; <http://fabricasso.free.fr/index.php> ; fabricasso@free.fr ; tél. 02 98 21 51 62 [demander Adrien].)

XI ■ Jordan Seiler et le PublicAdCampaign : antipublicité à New York

L'organisation PublicAdCampaign – qui existe apparemment depuis une demi-dizaine d'années – est animée par Jordan Seiler, artiste new-yorkais. Il s'agit de dénoncer l'envahissement de l'espace public et des transports en commun par la publicité et la mainmise d'intérêts privés sur les esprits. Les méthodes utilisées ressemblent à plusieurs de celles connues en France : barbouillage, recouvrement des affiches publicitaires par des œuvres d'art personnelles, recensement des panneaux illégaux... Comme chez nous, Jordan et ses amis sont en butte, au mieux, à l'inertie des pouvoirs publics, au pire, à la répression (conduite au poste, garde à vue, etc.). Un militant antipublicitaire français a rencontré Jordan Seiler dans l'été 2009, la liaison avec l'outre-Atlantique est donc établie. (Contact : <http://www.publicadcampaign.com>, jordan@publicadcampaign.com.)

XII ■ Cacheurs de pub : onzième action à Bruxelles (26 septembre 2009)

Ce collectif antipublicitaire belge de désobéissance civile non-violente (LP 109) a mené sa 11^e action mensuelle le 26 septembre 2009, à 11 h 30, près de la place de la Monnaie. Prochaine action : 31 octobre, à 11 h. (Contact : <http://www.cacheursdepub.be>.)

XIII ■ Agenda

16 octobre 2009, Rouen : action du Collectif des déboulonneurs (V. III).

23 octobre, Paris : colloque « Télévision, pas de publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans » (V. V). (Contact : 01 45 44 48 25.)

23 octobre, Paris : heure de silence (action non-violente), place de la Sorbonne, 12 h 40-13 h 40 (dans le cadre du colloque ci-dessus).

28 octobre-4 novembre, Landerneau : SLIP (Semaine de lutte contre l'invasion publicitaire) [V. X].

31 octobre, Bruxelles : action des Cacheurs de pub, à 11 heures (V. XII).

7 décembre, Rouen : procès du barbouilleur François Vaillant pour refus d'ADN ; palais de justice, 4^e chambre, 13 h 15 (V. IV).

XIV ■ 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.

XV ■ Catalogue

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

- Série complète des 115 numéros parus (20 euros, port et enveloppe compris).

XVI ■ 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 116 peut être photocopié et diffusé.

Yvan Gradis

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