

N° 122 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-6-2010

« Il faut donner du temps au temps. » (Proverbe italien.) Dernier numéro paru : 1^{er}-5-2010 (21^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 ■ Écrasement d'un avion à banderole publicitaire : un député européen blessé (Angleterre, 6 mai 2010)

Le 6 mai 2010, dans un aéroport du Northamptonshire (au nord de Londres), un monoplan s'est écrasé au décollage. L'avion, dans lequel avait pris place un député européen (Nigel Farage), candidat aux élections législatives, devait survoler plusieurs comtés en tirant une banderole : « Votez pour votre pays – Votez UKIP ». L'homme politique « était ensanglanté en sortant de l'appareil », a expliqué un porte-parole, et « a été transporté à l'hôpital de Banbury ».

II ■ Fantôme antipublicitaire (fable d'Éric Pierre, février 2010)

Un publiphobe, à un colloque de publicitaires, profita de la traditionnelle séance de questions pour interroger l'orateur, publicitaire de son état. « Monsieur, si j'ai bien compris, vous souhaitez encore augmenter la pression de la publicité sur le public. — Oui. — Vous rendez-vous compte que cela représente un harcèlement insupportable pour les gens ? — Ah ! monsieur, ce que vous appelez harcèlement, nous l'appelons liberté d'expression. » Sur ces mots, l'ensemble des participants se mit à huer notre publiphobe qui fuit sans demander son reste. Il était facilement sujet à la colère et, de retour dans la rue, il rumina son humiliation avec rage, tant et si bien qu'il fut foudroyé par un arrêt cardiaque.

Qu'est-ce qui fit qu'il se réincarna sous forme éthérée, fantomatique ? Nul ne peut le dire mais il se mit dès lors à hanter le publicitaire. Chaque fois que celui-ci se trouvait en présence d'une publicité – logo, slogan, affiche, spot de télévision ou radiophonique, placard dans un journal ou un magazine –, l'esprit venait commenter à l'oreille du publicitaire : « Oh, le bel aspirateur ! Il t'en faudrait un !... Hé ! t'as vu la fille ? Elle est canon, hein ? Si tu achetais ce fromage, tu pourrais sûrement l'attirer dans ton lit... Hé ! regarde, il porte des chaussures Tartempion ! Il a trop la classe, hein ?... T'entends ça ? Promo de 30 % sur la glace banane-poivre-concombre, tu ne peux pas louper une telle occasion d'économiser de l'argent ! »

La logorrhée du fantôme devint très vite intenable ; le publicitaire tenta d'abord de se défaire du spectre. N'y parvenant pas, il commença à éviter les publicités. Télévision, radio, journaux, il abandonna tout. Il se mit à moins marcher dans les rues, fuyant tout ce qui pouvait servir de support à la publicité. Tant et si bien qu'il se replia sur lui-même et que sa famille le crut fou. Ils le firent interner dans un asile.

Se faisant à cette nouvelle situation, il pensa même trouver là le havre de paix qui le débarrasserait de son gêneur collant. Lorsque l'esprit se mit à commenter les publicités qui étaient visibles de la fenêtre de sa cellule, le publicitaire craqua. S'agenouillant, pleurant, il supplia : « Ah ! cessez de me harceler ! » Ce à quoi le spectre répondit : « Moi, vous harceler ? Pas du tout, j'exerce simplement ma liberté d'expression. »

III ■ Collectif des déboulonneurs : Paris somnole... pour combien de temps ?

Le Collectif des déboulonneurs (v. XV), né à Paris en 2005 (LP 91...), a de nouveau agi en mai. Extension au niveau national en cours. Revendication principale : 50 x 70 cm maximum pour toutes les affiches publicitaires. Moyens d'action : non-violence, désobéissance civile, légitime réponse.

Mai 2010. Le 20, à 18 h, à **Lyon** (rue du Docteur-Bouchut, la Part-Dieu, porte sud), 1 panneau de l'affich. JCDecaux a été bâché par 10 militants, devant 2 journal. Djembé. Art. avec photo dans lyoncapitale.fr du 21. Le 22, à 14 h, à **Tours** (av. de Grammont), 10 panneaux de l'affich. JCDecaux (notamment) ont été barbouillés par 4 militants, devant 10 amis, des polic. (qui ont relevé des identités) et 1 journal. Art. avec photo dans lanouvellerepublique.fr du 23. Photos et comptes rendus détaillés : <http://www.deboulonneurs.org/>. (Paris n'agit plus depuis mars 2010, pour cause de procès puis de moratoire [LP 121].)

IV ■ Procès en appel du barbouilleur non-violent François Vaillant pour refus d'ADN (Rouen, 11 août 2010)

François Vaillant, rédacteur en chef d'*Alternatives non-violentes* et membre du Collectif des déboulonneurs (v. XV), est passé en correctionnelle, à Rouen, le 7 décembre 2009, pour avoir refusé (pour des raisons de principe) de donner un échantillon de son acide désoxyribonucléique (ADN) à la police, à la suite d'une condamnation en 2007 pour un barbouillage antipublicitaire de 2006. Après avoir été condamné le jour même à 300 euros, il a décidé de faire appel (LP 118). Il passera donc devant la cour d'appel de Rouen, le 11 août 2010, à 14 h 15. Yvan Gradis (rédacteur du *Publiphobe*) sera témoin. Le prévenu risque, de nouveau, jusqu'à 15 000 euros d'amende et un an de prison. Le procès sera probablement suivi d'une conférence-débat-barbecue. (Contact : MAN Haute-Normandie, Centre 308, 82, rue Jeanne-d'Arc, 76000 Rouen ; tél. 02 35 75 23 44.)

V ■ Napperons retournés par un patron de café (Montpellier, 26 avril 2010)

Une publiphobe attablée à la terrasse de l'*Opéra Café* de Montpellier (place de la Comédie), le 26 avril 2010, a eu la surprise de constater que le serveur retournait systématiquement les napperons publicitaires de manière à masquer la face « bavarde ». Lui ayant demandé des explications, elle s'est entendu répondre que, malgré le contrat passé entre l'annonceur et l'établissement, le patron avait donné l'ordre qu'il en fût ainsi, pour des raisons d'esthétique. Loués soient les cafetiers esthètes et publiphobes !

VI ■ Réforme de la loi de 1979 sur la publicité : à l'Assemblée nationale, fin du détricotage en règle ! (6 mai 2010)

Après l'échec de septembre 2009 au Sénat (LP 116), voici des extraits du communiqué de presse publié le 6 mai 2010 par le Collectif des déboulonneurs, *Paysages de France et Résistance à l'agression publicitaire* (v. XV) :

« Seule réelle avancée de la [Loi portant engagement national pour l'environnement], la suppression des préenseignes qui mitent les campagnes était, jusqu'à aujourd'hui, régulièrement mise en avant par le gouvernement pour arguer des "évolutions très positives" en matière de publicité extérieure. Cette mesure était malheureusement très largement occultée par les nombreuses dérogations qui parsemaient le texte. Le passage en séance à l'Assemblée nationale ce matin vient de mettre une touche finale à

l'hypocrisie politique. En effet, un net recul vient d'être enregistré, permettant finalement à ces préenseignes de perdurer sous une forme très marginalement corrigée. Et ce, avec la bénédiction du gouvernement.

Seul point positif, les députés sont revenus sur la possibilité offerte aux maires de déroger à la réglementation nationale en l'absence de règlement local de publicité. Les déclarations [du ministre de l'Écologie] clamant une "réduction de la publicité" n'y changeront rien. Grâce [à la nouvelle loi], nous pourrions bientôt avoir de grandes bâches sur tout le territoire (y compris celles qui ne seraient pas apposées sur un bâtiment), des publicités sur les baies et façades vitrées ainsi qu'autour des gares et aéroports en rase campagne, sans parler des dispositifs qui existent déjà. La patte des [groupes de pression] qui tirent les ficelles de cette mascarade est de plus en plus visible et personne n'est dupe. Le gouvernement précise que les décrets d'application de cette loi permettront de durcir et mieux encadrer l'activité des professionnels. Gageons que la main qui a habilement guidé l'écriture de ce scénario catastrophe saura à nouveau intervenir dans les couloirs du ministère pour parfaire son œuvre. »

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 : « *news* [prononcer « niouse »] ». Le non-téléspectateur, lui, s'obstine à dire : « informations » ou « nouvelles ».

VIII ■ Paysages de France libère Saint-Maximin (Oise)

Depuis vingt ans, l'entrée de l'hypermarché principal de la zone commerciale était surmontée par quatre lettres rouges gigantesques... et illégales par leur dimension. En été 2009, Paysages de France (v. XV) a saisi le préfet, qui a pris un arrêté obligeant l'hypermarché à se mettre en conformité. Mi-avril 2010, une grue a eu raison de l'enseigne. « Cette histoire est aussi ridicule qu'incroyable », a déploré le directeur de l'hypermarché (source : *Le Parisien*, 22-4-2010), lequel a, d'ailleurs, disposé à l'entrée de son établissement une affichette invitant les clients à donner leur avis sur ce démontage. Autrement dit, un commerçant délinquant recherche le soutien de ses clients...

IX ■ Cartes postales militantes pour dénoncer les dérives de l'affichage publicitaire (Paysages de France)

La section montalbanaise de Paysages de France (v. XV) vient d'éditer des cartes postales militantes pour dénoncer les ravages de l'affichage publicitaire sur le paysage urbain. Notamment l'une, tragiquement savoureuse, sur les abords de la cathédrale de Montauban, prise du même point de vue en 1970 et en 2010... Édifiant ! Renseignements : aleluis@club-internet.fr.

X ■ Le CRAPN recouvre 25 obstacles urbains à Nantes (7 mai 2010)

Le 7 mai 2010, à 19 h, à Nantes (cours des 50-Otages, de la préfecture à la place Graslin), 15 militants du nouveau Collectif pour la réduction de l'affichage publicitaire à Nantes (CRAPN [LP 119]) ont, devant 5 amis, 1 agent des Renseignements généraux et 4 journalistes (*Citizen Nantes*, *Ouest-France*, *France Bleu*...), recouvert 1 panneau et 25 obstacles urbains et aubettes, appartenant aux afficheurs JCDecaux et Clear Channel, de bâches plastique ou de papier blanc. L'action avait été annoncée par *Presse Océan*, et les radios Hit West et France Bleu.

XI ■ Troisième bâchage à Gramat (Lot, 16 mai 2010)

Un nouveau bâchage de panneaux illégaux a été mené le 16 mai par des habitants du parc naturel régional des Causses du Quercy, armés d'échelles, avec le soutien de Paysages de France (v. XV) et du Groupement associatif de défense de l'environnement du Lot (GADEL). Photos : <http://picasaweb.google.fr/bluboux/Deboulonneurs>.

XII ■ Action à Brive (22 mai 2010)

Quarante-sept panneaux publicitaires auraient été touchés par 3 activistes, durant 5 heures, à Brive dans la nuit du 22 au 23 mai 2010. Des obstacles urbains auraient été éteints après avoir été vidés de leur affiche et/ou barbouillés ; des affiches auraient été détournées. (Quelques photos sur le site : <http://bap.propagande.org> [chercher « Brive »].)

XIII ■ CULINA recouvre des panneaux à Nancy (22 mai 2010)

L'association CULINA (Culture libertaire nancéienne), pour sa première action, a mis au point une recette pour transformer de nombreux panneaux publicitaires en espaces de libre expression et de réflexion ! Tout en déambulant dans les rues, elle a recouvert ces panneaux en y collant ses propres affiches (collage, dessin, peinture) avec du ruban adhésif. Elle a aussi apposé des bulles sur les affiches publicitaires pour faire parler les femmes-objets (contact@culina.herbesfolles.org ; <http://www.culina.herbesfolles.org>).

XIV ■ Agenda

10 juin 2010, Liège (Belgique) : intervention d'Yvan Gradis (17 h) dans le colloque « Quel présent pour la critique sociale ? » (université).

22 juin, Paris : convention sur la publicité à Paris (rue et métro), mairie du 2^e, 8, r. de la Banque (métro Bourse). Contact : RAP (v. XV).

25-26 juin : actions du Collectif des déboulonneurs à Lille, Lyon, Paris, Rouen...

11 août, Rouen : procès du barbouilleur non-violent François Vaillant (v. IV) à 14 h 15, au palais de justice. (Contact : 02 35 75 23 44.)

XV ■ 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.

XVI ■ Catalogue

- Prochain numéro seulement : 15 centimes (en timbres) + une enveloppe timbrée à votre adresse.

- Série complète des 121 numéros parus (20 euros, port et enveloppe compris).

XVII ■ 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 122 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>.)