

# N° 146 LE PUBLIPHOBIE 1<sup>er</sup>-8-2014

« *Il ne faut pas changer de cheval au milieu de la rivière.* » (Proverbe états-unien.) Dernier numéro paru : 1<sup>er</sup>-6-2014 (25<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 ■ Inauguration de la bâche non publicitaire du Panthéon à Paris : une fête plus qu'une manifestation (faux divers)

Ce 3 juin 2014 au matin, sous un soleil aussi caressant que généreux, avait lieu l'inauguration de la bâche destinée à protéger le dôme du Panthéon, en chantier pour deux ans. Pour saluer l'initiative exceptionnelle du Centre des monuments nationaux d'installer, grâce à un mécène anonyme, une bâche artistique et non publicitaire (composée d'une mosaïque de portraits photographiques en noir et blanc d'inconnus, mise en place par l'artiste-activiste de rue JR), deux cents membres du mouvement antipublicitaire, toutes organisations confondues (Collectif des déboulonneurs, Paysages de France, Reposeurs, Résistance à l'agression publicitaire [RAP], sans oublier Le Publiphobe), avaient afflué pour former une manifestation, une fois n'est pas coutume, de joie au lieu de protestation. À quoi l'on peut ajouter une centaine d'adhérents de diverses associations versées dans la défense du patrimoine. Bref, un honorable rassemblement, suffisant pour remplir l'esplanade devant le monument.

Rassemblement théâtral aussi, quelque soixante-dix militants, suivant le mot d'ordre diffusé depuis des semaines par les organisateurs, s'étant déguisés de concert, masques en carton-pâte à l'appui, pour représenter les gloires inhumées dans la crypte du temple de la République. Et voici nos « grands hommes », fraîchement sortis de leurs sarcophages, se prosternant à l'envi ou levant les mains vers le dôme en rendant grâce du traitement de faveur dont bénéficie leur mausolée, chacun y allant d'une maxime de circonstance : « Bienheureux les aveugles, ils échappent à la publicité ! » (Braille) ; « La liberté commence où la publicité finit » (Hugo) ; « La publicité mine l'homme que la dictature n'a plus besoin d'abattre » (Jean Moulin) ; « L'esclavage met les fers aux pieds, la publicité les met au cerveau » (Schœlcher) ; « Écrasez l'infâme... publicité » (Voltaire), etc.

Mais le clou du spectacle fut la saynète insolite et pittoresque concoctée pour l'occasion et jouée par deux membres de RAP : Charles Garnier, l'architecte publiphobe de l'Opéra de Paris (auteur du fameux article de 1871 « Les affiches agaçantes » [LP128]), venu faire une scène de jalousie à son confrère du XVIII<sup>e</sup> siècle Jacques-Germain Soufflot, bien mieux loti que lui ; en effet, l'Opéra-Garnier n'a pas eu la chance, ces dernières années, d'échapper comme le Panthéon aux cataractes de la réclame le long de ses parois...

Au premier rang des spectateurs, la ministre de la Culture elle-même (Aurélie Filippetti), venue participer à la conférence de presse, et le président du Centre des monuments nationaux (Philippe Béval), lequel avait reçu des milliers de cartes postales reconnaissantes de la part des Parisiens soulagés de n'être pas soumis, pour une fois, à une agression publicitaire pérenne et gigantesque. Quant aux badauds et aux touristes, ils ont vite fait de comprendre l'enjeu de l'événement, aidés par les nombreux écrivains « bravo ! » ou « merci ! » brandis par les manifestants non déguisés.

Puisse le tonnerre d'applaudissements de la fin être parvenu aux oreilles du gouvernement et du parlement ! Un beau moment de liesse consensuelle et de communion dans le respect du paysage et de la vie intérieure, les deux victimes indissociables de l'affichage outrancier. Anecdote : aux dires d'un représentant de Paysages de France qui l'a raconté par la suite, un afficheur qui se trouvait là par hasard – ou pas – aurait déploré que l'on privât les grands morts du Panthéon des couleurs si joyeuses et progressistes [*sic*] de la publicité... Incorrigibles pollueurs de l'espace et de l'esprit !

## II ■ Première rentrée sans marques au collège Alfred-de-Vigny (Courbevoie, Hauts-de-Seine)

La rentrée scolaire de septembre 2014 verra-t-elle un premier recul, symbolique, de la publicité, armée d'occupation de l'esprit et de l'univers quotidien de nos jeunes élèves (pour ne parler que d'eux) ? Au collège Alfred-de-Vigny (Courbevoie), les familles ont pu lire, pour la première fois, sur la liste des fournitures scolaires diffusée fin juin aux futurs élèves de sixième, cette mention discrète mais ô combien symbolique : « Merci de privilégier le rapport qualité-prix de vos achats et de limiter les objets fantaisie ou de marques susceptibles de faire des envieux. » Mention décidée le 6 mai 2014 par le conseil d'administration du collège, à la suite d'une motion de la Fédération des conseils de parents d'élèves (FCPE), votée à l'initiative d'un père d'élève – Jean-Pascal Péan, membre de Résistance à l'agression publicitaire (RAP [v. VIII]). Eh oui, un père (ou une mère) d'élève suffit parfois à fendiller les barrières mentales du conformisme et de l'habitude.

Si seulement l'initiative de ce collège pouvait faire tache d'huile et déboucher un jour sur l'interdiction pure et simple des marques en milieu scolaire ! L'enseignement public est un des derniers bastions de la neutralité, commerciale notamment.

## III ■ Quatre militants condamnés à 100 euros d'amende avec sursis (Montpellier, 19 juin 2014)

Quatre antipublicitaires ont été condamnés par le tribunal de grande instance à 100 euros d'amende avec sursis pour avoir, le 13 janvier 2013, retiré deux affiches publicitaires d'une aubette de l'arrêt de tramway Aiguelongue, affiches appartenant à l'afficheur états-unien Clear Channel (au demeurant délinquant paysager au même titre que ses concurrents). Par cet acte, ils entendaient protester contre la pratique liberticide que constitue l'affichage publicitaire. (Source : *Midi libre*, 20-6-2014.)

## IV ■ Paysages de France libère Bois-Colombes (Hauts-de-Seine), Reims et la Saône-et-Loire

Bois-Colombes – En 2011, Paysages de France (v. VIII) demande au préfet la suppression de quelques enseignes et d'un grand nombre de panneaux publicitaires en infraction appartenant aux afficheurs Exterion et JCDecaux. Le préfet ne répond pas. L'association saisit le tribunal administratif de Cergy. En juin 2014, le tribunal condamne l'État à verser 12 000 euros à l'association.

Reims – En août 2010, Paysages de France saisit le préfet au sujet d'une enseigne signalant un magasin suédois : cette enseigne dépasse de plus de 300 % la hauteur maximale autorisée. Le préfet ne répond pas. Le 12 janvier 2012, l'association saisit le tribunal administratif de Châlons-en-Champagne. Par ailleurs, elle apprend que ledit préfet s'est dans le même temps rapproché

du contrevenant pour trouver avec lui une solution lui permettant de maintenir en place son enseigne illégale ; une autorisation, elle aussi illégale, va même être délivrée. Le 22 mai 2014, l'État est condamné par le tribunal, mais sans indemnité. L'association sollicite de nouveau le préfet, lequel répond qu'il prévoit de mettre en œuvre les dispositions de la loi. Le 31 juillet, de son côté, le magasin prend les devants et démonte son enseigne. Pour le principe, Paysages de France interjette appel du jugement devant la cour d'appel de Nancy, afin que l'État soit condamné à lui payer une indemnité.

Saône-et-Loire – Au premier semestre 2013, des adhérents signalent à Paysages de France que des panneaux publicitaires de l'afficheur Exterior (entre autres) défigurent Digoïn, Iguérande, Gueugnon et Paray-le-Monial. L'association découvre que ces panneaux sont en infraction. Elle demande au préfet de prendre des arrêtés de mise en demeure à l'encontre des contrevenants. De nombreux panneaux sont démontés à Digoïn et Paray-le-Monial. Le 21 mai 2014, Paysages de France relance le préfet au sujet d'Iguérande et Gueugnon. Le lendemain, trois arrêtés de mise en demeure sont pris à l'encontre des contrevenants.

#### **V ■ Collectif des déboulonneurs : Lille, oasis militante...**

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

**Juin 2014.** Le 7, à 11 h, à **Lille** (rues de Cambrai, Solferino, Léon-Gambetta, et boulevard de la Liberté), 70 affiches contestataires ont été apposées sur des panneaux publicitaires, des aubettes, des obstacles urbains, par une quinzaine de militants. Photos et compte rendu : <http://www.deboulonneurs.org/>.

#### **VI ■ Propos épars**

A. M. **Cassandre** (afficheur) : « Le but d'une affiche est de créer [...] des associations d'idées qui *ne sauraient être oubliées*. Il lui faudra donc provoquer chez le spectateur bien plus qu'une sensation visuelle fugitive, une émotion, consciente ou inconsciente, en tout cas obsédante. [...] Impossible d'arrêter les gens dans la rue pour leur expliquer les avantages de tel produit. Il faut les prendre à *leur insu*, par *surprise*. Ainsi l'affiche ne sera donc pas forcément plaisante ni sympathique, pourvu qu'elle soit *émouvante*. On ne lui demande pas de se faire aimer ni comprendre, seulement de se faire *subir*. Elle est à la peinture ce que le viol est à l'amour. » (Années 1930 ; in Henri Mouron, *Cassandre*, Skira, Paris/Genève, 1985.)

Catherine **Claude** (écrivain) : « La publicité. Elle vaut pour l'asphyxie de l'intelligence ce que vaut le gaz des voitures pour les poumons. » (*Voyage et aventures en écologie*, Éditions sociales, Paris, 1978.)

Bruno **Frappat** (journaliste) : « La communication des temps à venir sera au commerce des esprits ce que la goinfreterie est à la gastronomie. L'humain, oie du futur, sera gavé par les yeux. » (*Le Monde*, supplément Radio-Télévision, 20-2-1994.)

Jean-Marie **Lustiger** (cardinal, archevêque de Paris) : « Quant au christianisme, il est soumis à un véritable pillage. Certains utilisent son symbolisme et les ressources du sacré le plus précieux. Ils se servent de ce qui touche à l'intime des consciences, à l'engagement d'une vie, pour des fins commerciales. On ne compte plus les détournements d'images, de vocabulaire, de textes, au détriment du respect qui est dû aux croyances d'autrui et au secret de chacun. [...] Les pillards, d'ailleurs, ne sont pas fous ! Ils savent bien qu'il y a des trésors à exploiter ; ils constatent que le public le sait et n'y est pas indifférent. C'est parce que le christianisme est vivant qu'on veut l'exploiter. C'est parce que le Christ a dit de tendre l'autre joue que certains n'hésitent pas à frapper la première... Quel courage ! Une agence de publicité, pour accréditer le nom d'une marque, n'hésite pas à manier suavement tout ce qui peut choquer ou blesser les Noirs et les Blancs, les juifs et les musulmans, les curés et les bébés... Quel génie publicitaire ! [...] Cet irrespect d'autrui est une atteinte plus grave qu'il n'y paraît au pacte social de toute démocratie. De telles pratiques pourraient être passibles des tribunaux. Elles ont surtout comme résultat de blesser sans raison des hommes et des femmes qui ont droit au respect de leurs concitoyens. » (*Le Figaro*, 31-10-1991.)

Raymond **Savignac** (afficheur) : « L'affiche est un viol visuel. » (Page 96.) « C'est vrai que l'affiche procède à la façon des prostituées ; elle fait le mur... Elle crée l'illusion, sinon du bonheur, du moins du confort et de la béatitude. [...] Son allure tapageuse et provocante, son maquillage violent sont tellement outranciers qu'ils dépassent de très loin les limites du mauvais goût et lui donnent parfois du style. » (Page 184.) « L'homme de la rue marche avec des œillères ou plus exactement l'œil tourné vers l'intérieur, la pensée tournée vers ses tourments et ses passions. Seul le scandale le détourne de lui-même, lui confère un certain altruisme. Les scandales de la rue vont de l'accident au viol, en passant par l'incendie, le crime, et... l'affiche. » (*Affichiste*, Robert Laffont, Paris, 1975.)

#### **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 crash de l'avion a fait plus de cent victimes.* » Le non-téléspectateur, lui, s'obstine à dire : « *L'écrasement de l'avion a fait plus de cent victimes.* »

#### **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 : 24, rue Louis-Blanc, 75010 Paris ; [contact@deboulonneurs.org](mailto:contact@deboulonneurs.org) ; [www.deboulonneurs.org](http://www.deboulonneurs.org).
- La Meute des chiennes de garde contre la public. sexiste : Maison des assoc., boîte n° 11, 5, r. Perrée, 75003 Paris ; internet : [www.lameute.fr](http://www.lameute.fr).
- Paysages de France : 5, pl. Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; tél.-télé. 04 76 03 23 75 ; internet : <http://paysagesdefrance.org/>.
- Les Reposeurs : écrire au « Dernier Panneau », 17, rue Saint-Bernard, 75011 Paris ; [contact-reposeurs@riseup.net](mailto:contact-reposeurs@riseup.net) ; 06 66 78 05 87.
- 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).

#### **IX ■ Catalogue**

- Prochain numéro seulement : 15 centimes (en timbres) + une enveloppe timbrée à votre adresse.
- Série complète des 145 numéros parus (20 euros, port et enveloppe compris).

#### **X ■ 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 146 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>.)