

N° 148 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-1-2015

« Maille à maille se fait le haubergeon. » (Proverbe français.) Dernier numéro paru : 1^{er}-10-2014 (26^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 ■ Vingt-cinquième anniversaire du *Publiphobe*

Né le 1^{er} janvier 1990, *Le Publiphobe* a un quart de siècle. Suspectant les anniversaires d'autopromotion, *Le Publiphobe* ne s'étendra pas sur le sien propre. En revanche, il tient à rassurer ses lecteurs sur l'avenir : quand, à la fin du monde, plus rien ne subsistera à la surface de la terre, ne seront visibles de l'espace que la muraille de Chine et les exemplaires épars du *Publiphobe*.

II ■ Avais-je besoin d'un brûle-cerveau ?

(*Il y a quinze ans jour pour jour [LP50], les brûle-cerveaux et leurs utilisateurs faisaient leur entrée dans Le Publiphobe pour être moqués. Le moqueur d'alors venant de changer de camp, il se doit d'en rendre compte.*)

Le 21 novembre 2014, je me suis acheté pour la première fois un brûle-cerveau (BC), appelé vulgairement téléphone mobile. Une date, le jour où un tel objet entre dans votre vie ! En avais-je besoin ? Il me semble que oui. Comment en être sûr ? Tout est là. Vivais-je moins bien auparavant ? Comment ai-je fait pour m'en passer jusqu'à ce jour, à l'instar des contemporains de Napoléon III et même de Louis XI ? Je m'en passais grâce aux cabines de téléphone, ces dernières enclaves de service public, ces havres de discrétion, ces refuges d'anonymat, et – ce qui n'est pas le cas des brûle-cerveaux, réalité avalisée par l'Organisation mondiale de la santé – ces zones d'immunité sanitaire. Mais voilà que ces cabines si saines et si commodes, répandues, tout au moins en France, depuis 1970, ont commencé de disparaître en 2013 – pas même cinquante ans d'existence donc –, une disparition me plongeant dans une souffrance que certes ignorait l'homme de Neandertal : ne plus pouvoir entendre à distance, à volonté, la voix des membres de ma tribu. Ce n'est pas, malgré tout, sans mille hésitations que j'ai décidé, à reculons, après une quinzaine d'années de résistance – le matraquage publicitaire sur ce produit remonte à la fin du XX^e siècle, qui a répandu l'appareil parmi la population –, de me pourvoir. Quinze années de méfiance, de moquerie à l'égard de mes congénères qui, eux, sont « tombés » les uns après les autres, ou se sont précipités allègrement – mode, snobisme, néophilie et conformisme obligent –, dans la nouvelle pratique. S'agissant donc d'un besoin éprouvé – littéralement mis à l'épreuve par ce recul de quinze ans avant l'achat –, mon sentiment est celui d'une victoire, non d'un échec. YG.

III ■ Grenoble : exit JCDecaux, le Monsieur Sale de l'environnement (1^{er} janvier 2015)

(1) *Nous sommes en 2015 après Jésus-Christ. Toute la planète est occupée par JCDecaux... Toute ? Non ! Car une ville peuplée d'irréductibles écologistes boute aujourd'hui même l'invasisseur hors de ses trottoirs.*

(2) Les premiers panneaux de JCDecaux, numéro un mondial de l'obstacle urbain (LP74), étaient arrivés à Grenoble dans les années 1970. Paysages de France ni le mouvement antipublicitaire n'existent alors, et l'écologie politique en est à ses balbutiements... Quarante ans plus tard, avant les élections municipales de mars 2014, Paysages de France et Résistance à l'agression publicitaire (v.x) obtiennent le soutien d'Éric Piolle, candidat du Rassemblement citoyen de la gauche et des écologistes, lequel participe, en février, au énième recouvrement de panneaux publicitaires organisé par Paysages de France dans la capitale des Alpes. Parmi les mesures phare préconisées par l'association : la suppression de la publicité sur le domaine public et son remplacement par des arbres. Cette mesure figure parmi les engagements électoraux du candidat.

(3) Le 30 mars 2014, Éric Piolle est élu maire. Le contrat de JCDecaux avec la Ville arrivant à échéance le 31 décembre, la mairie annonce, le 23 novembre, qu'il ne sera pas reconduit. Sous le titre « De la publicité à l'expression publique : Grenoble, première grande ville européenne à libérer l'espace public », elle justifie la disparition, à partir de janvier 2015, de 326 panneaux, soit, au total, de 2 051 m² de publicité dans l'espace public, et leur remplacement progressif par une cinquantaine d'arbres :

(4) Corollaire de la liberté d'expression, la liberté de réception doit permettre à chacun de choisir de recevoir ou non une information. L'affichage publicitaire, hérité des années 1970, utilise les grands formats. Le nouvel affichage (citoyen, associatif, municipal et culturel) correspondra à des affiches plus petites, à destination non plus des automobilistes mais des piétons. Le « manque » annuel sera compensé par la sobriété protocolaire, les économies déjà réalisées sur le budget des réceptions et de la communication, ainsi que sur le train de vie des élus (plusieurs voitures de fonction ont été remplacées par des vélos). JCDecaux conserve 1 000 aubettes ; toutefois, le contrat, qui prend fin en 2019, pourrait à son tour ne pas être renouvelé...

(5) La révolution grenobloise a fait la une de toute la presse, car c'est, pour une grande ville, une première, sinon mondiale (São Paulo avait tenté, en vain, la même expérience entre 2007 et 2011 [LP128, 131]), du moins européenne. Elle a suscité des réactions. Dès le 23 novembre, celle du publicitaire Jacques Séguéla : « Non à la pollution visuelle mais non encore plus à l'excès d'autoritarisme administratif et à la ségrégation des espaces publics ! C'est la publicité qui apporte à la ville l'info, la couleur, l'humour, la joie de vivre, le partage, le talent et qui favorise le vivre ensemble. Méfions-nous des castrateurs d'imaginaire ! C'est le début de toute dictature. » (Source : placegrenet.fr.) Le 27, celle des Verts, par la voix d'Emmanuelle Cosse, secrétaire nationale : « Une désintoxication nécessaire. La publicité, c'est un peu l'escroquerie du siècle. » (Source : *Lettre d'information.*) Quant à Paysages de France, reçue par le maire le 3 décembre, elle a abordé la question de l'avenir des panneaux installés sur le domaine privé, demandant la révision du règlement local de publicité. Le maire a confirmé le lancement prochain de cette révision. L'association déplore toutefois que, sur le terrain, rien ne doit changer vraiment avant plusieurs années puisque, une fois un nouveau règlement adopté, les afficheurs bénéficieront d'un délai de deux ans pour se mettre en conformité.

(6) À des citoyens qui l'avaient félicité, le maire a répondu en décembre : « Vos encouragements sont indispensables à la réussite de notre projet municipal. Je suis convaincu que notre initiative ne restera pas marginale. Ce seront des citoyens comme

vous qui, en se mobilisant, permettront d'amplifier cette action. » Pour information, coordonnées du maire : Éric Piolle, hôtel de ville, 11, bd Jean-Pain, CS 91066, 38021 Grenoble Cedex 1 ; eric.piolle@grenoble.fr ; téléc. 04 76 76 39 40.

(7) Le vent se lève. Puissent les antipublicitaires aider le maire de Grenoble à ancrer son utopie et à éviter l'échec de São Paulo ! Que son exemple, inspirant d'autres villes, fasse tache d'huile et boule de neige afin de provoquer un effet domino ! Déjà, l'affaire grenobloise a donné lieu à un sondage auprès des Bordelais, dont 85 % se sont dits jaloux... (source : sudouest.fr, 27-12-2014). À Lille, deux adjoints au maire souhaitent que leur ville imite Grenoble (source : lemonde.fr, 2-12-2014).

IV ■ Menaces de mort contre Paysages de France (26 décembre 2014)

Message téléphonique anonyme, au ton violent, haineux, reçu par l'association Paysages de France sur son répondeur :

« Oui, bonjour. Je pense que j'ai affaire aux bouffeurs de luzerne de Grenoble, de Paysages de France. Je viens de passer un des plus mauvais Noël de ma vie à cause d'enclulés de votre espèce qui m'obligent à fermer ma société d'affichage à cause de vos petites idées. Donc c'est un très mauvais Noël que je viens de passer, je pense que vous en avez passé un très bon, mais par contre je vous conseille très vivement, à partir de demain, de regarder autour de vous. Parce que je pense que vous ne verrez peut-être pas la nouvelle année arriver. Je vais vous défoncer la tête, que ce soit n'importe où, n'importe quand. Je vais vous démonter. Donc méfiez-vous, vous avez raison de couper votre téléphone, mais je n'arrêterai pas de vous harceler, et je vais vous pourrir la vie comme vous avez pourri la mienne. Mais surtout, regardez bien autour de vous. Salut, enclulés ! »

V ■ Actions du Collectif des déboulonneurs : barbouillage devant le palais de justice de Lille !

Le Collectif des déboulonneurs (v. x) a de nouveau agi fin 2014. Revendication principale : 50 x 70 cm maximum pour toutes les affiches publicitaires. Moyens d'action : non-violence, désobéissance civile, légitime réponse.

Octobre 2014. Le 18, à **Rouen** (route de Neufchâtel), des panneaux des afficheurs JCDecaux et Exterion ont été barbouillés par 4 militants, devant 8 amis.

Novembre 2014. Le 1^{er}, à 19 h, à **Lille** (15, r. G.-Danton, 30, r. de Cambrai, 2, bd V.-Hugo), 5 panneaux des afficheurs JCDecaux, Clear Channel, Exterion ont été barbouillés par 5 militants, devant 35 amis (dont 5 musiciens de la Sambaktivist). Le 25, à 19 h, à **Lille** encore (devant le palais de justice, av. du Peuple-Belge), 1 aubette a été barbouillée par 3 militants, devant 12 amis (dont Julien Dubois, adjoint au maire), 1 journaliste, 8 policiers. Les 3 militants ont passé 3 heures au poste. Brèves dans *La Croix du Nord* et *La Voix du Nord* du 28, article avec photo dans lemonde.fr du 2-12. Le 15, à 17 h, à **Paris** (pl. du Bataillon-du-Pacifique), 1 kiosque a été barbouillé par 1 militante, devant 50 amis, une fanfare, quelques journalistes et 50 policiers.

Décembre 2014. Le 20, à 11 h, à **Lille** (place Richebé), 100 obstacles urbains ont été enveloppés puis barbouillés. Le 20, à 15 h, à **Rouen** (r. Jeanne-d'Arc), des panneaux auraient été barbouillés.

Photos et comptes rendus : <http://www.deboulonneurs.org/>.

VI ■ Procès du Collectif des déboulonneurs : un procès plutôt qu'une amende !

Lille, 25 novembre 2014 : convocation chez le **délégué du procureur**. Alessandro Di Giuseppe et Mallory Fossard, pour leur barbouillage de mai (LP145), se sont vu signifier leur condamnation à deux amendes de 100 euros (pour dégradation) et 200 euros (pour refus de prélèvement d'ADN). Ils ont déclaré qu'ils ne paieraient pas, leur dossier sera donc transmis au procureur.

VII ■ « L'Histoire leur donnera raison » : après le livre et la pièce, un film puis un disque !

De la rue au procès, du procès au livre, du livre à la scène, de la scène au disque... Si vous n'avez eu l'occasion ni d'assister au procès des Déboulonneurs en 2012, ni de lire le livre, ni d'assister à la représentation théâtrale de mi-novembre 2014 à Paris, le film vous « installera » au premier rang de la salle d'audience. Un grand moment de débat, authentique, historique, sur la nuisance publicitaire et la désobéissance civile. Durée : 143 minutes (une bande-annonce de 7 minutes devrait bientôt être visible sur la Toile). Pour commander le disque, se reporter au catalogue (v. xi).

VIII ■ Journée sans publicité (initiative de Vermibus, 27 novembre 2014)

Vermibus, artiste de rue anonyme et itinérant, originaire de Majorque et vivant à Berlin, enlève les affiches publicitaires des panneaux lumineux au moyen d'une clé, les emporte dans son atelier, dissout au solvant l'image des mannequins, puis replace les affiches. Sa campagne *Dissolving Europe* (« Dissoudre l'Europe ») s'est déroulée, durant 18 jours, dans 6 capitales. Une autre activité consiste à retirer les affiches des panneaux sans les remplacer, laissant l'espace lumineux blanc. Dans les deux cas, il s'agit de mettre en évidence le gaspillage ainsi que l'omniprésence de l'imagerie publicitaire et des antivaleurs qu'elle colporte.

Dans la lignée de la Journée sans achats (*Buy Nothing Day*, initiative mondiale en cours depuis les années 1990 et prenant place le dernier vendredi de novembre), Vermibus a lancé la Journée sans publicité (*No-Ad Day*) le jeudi 27 novembre 2014. Objectif : supprimer un maximum d'affiches des panneaux lumineux, partout dans le monde. En France, une action a eu lieu le jour dit à Toulouse et dans le métro parisien. Contact : noadday2014@gmail.com, mail@vermibus.com, <http://www.vermibus.com>.

IX ■ Agenda

17-1-2015, Paris : actions du Collectif des déboulonneurs et des Reposeurs (v. x).

X ■ Carnet d'adresses

- Collectif des déboulonneurs : 07 58 16 29 49 ; contact@deboulonneurs.org ; www.deboulonneurs.org.

- 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 ; 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.

XI ■ Catalogue

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

- Série complète des 147 numéros parus (20 euros, port et enveloppe compris).

- Disque du film du procès « L'Histoire leur donnera raison » (143 min) : chèque (22 €, port inclus) à l'ordre d'Yvan Gradis.

XII ■ 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 148 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>.)