

N° 152 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-10-2015

« La souris est petite, mais elle a son compte de dents. » (Proverbe créole.) Dernier numéro paru : 1^{er}-8-2015 (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 ■ Victoire d'un syndicaliste contre deux écrans numériques dans une cantine (Paris, juin 2015)

Novembre 2014 – Dans la salle de la cantine fréquentée par Ronan Le Boubennec (RL), délégué du personnel (CFDT), deux nouveaux écrans lumineux (diagonale 124 cm) diffusent occasionnellement les œuvres photographiques d'une association de salariés. Le reste du temps, ils agressent les employés avec leurs motifs publicitaires répétitifs criards. RL interroge la direction.

Décembre – La direction ayant rompu le dialogue en ne respectant pas le délai de réponse de six jours imposé par le code du travail, RL est poussé à utiliser une autre forme de communication, moins discrète : l'extinction répétée des écrans.

Février 2015 – RL, suspecté à la suite de délation (« on vous a vu ! »), reçoit des lettres recommandées de la direction et subit des tentatives d'intimidation de la part du personnel chargé de la maintenance des écrans (tapes sur l'épaule, insultes). Prêt à assumer ses actes, il s'étonne auprès de la direction du procédé des recommandés, et lui demande si les employés, déjà harcelés par la publicité sur leur trajet domicile-travail, n'ont pas droit à la tranquillité durant leur pause déjeuner. **Mai** – Un courriel de la direction informe que les écrans vont être enlevés. Un collègue de RL le félicite : « Tu as gagné ! » **Juin** – Dépose des écrans.

II ■ Actions du Collectif des déboulonneurs : l'îlot lillois

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

Août 2015. Le 17, à 16 h, à **Lille** (pl. Rihour, r. des Fossés, r. des Molfonds, r. de Béthune, r. de Vuez, bd de la Liberté), 30 panneaux et aubettes d'arrêts de bus ont été barbouillés et/ou recouverts d'affichettes par quelques militants devant 30 amis.

Septembre 2015. Le 5, à **Lille** (à l'occasion de la Braderie), 5 panneaux ont été neutralisés.

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

III ■ Procès du Collectif des déboulonneurs : l'appel de JCDecaux a eu lieu (Paris, 4 septembre 2015)

Vincent Boroli (absent), Raphaël Callandreau, Yvan Gradis, Raphaël Jolly, Arthur Lutz (absent) et P. Loeb, qui avaient été relaxés en 2013 pour leur barbouillage de 2009 (LP139), ont comparu, le 4 septembre 2015, devant la cour d'appel de Paris (pôle 4, chambre 11), l'afficheur JCDecaux (JCD), qui avait été, lors de leur relaxe, débouté de sa demande de 895 euros *in solidum* de dommages-intérêts, ayant interjeté appel ; à sa demande initiale, il en avait ajouté entre-temps une autre : 1 500 euros à chacun des prévenus pour ses frais de justice. Le parquet n'ayant pas fait appel de la relaxe, c'était donc un procès purement civil.

La juge (Claudine Forkel) est assistée de deux conseillères à la cour. L'une de celles-ci rappelle l'objectif et la méthode du collectif (réduction du format de l'affichage à 50 x 70 cm maximum ; désobéissance civile), évoque les faits, leur requalification en contravention en première instance, la relaxe pour état de nécessité et le déboutement de la partie civile.

Avocate des prévenus (Apolline Cagnat) : « Les panneaux n'étant pas du mobilier urbain (comportant à la fois de la publicité et de l'information générale), leur barbouillage, dégradation légère, constitue une contravention et non un délit, ce que le jugement en première instance a confirmé, jugement dont le parquet n'a pas fait appel ; le délai de prescription de l'action civile de JCD (un an, dans le cas d'une contravention) est largement dépassé, rendant ses demandes irrecevables. »

Avocat de JCD (Xavier Flécheux) : « Les faits sont constitutifs d'un délit, et la cour a le droit et l'obligation de requalification. Les juges du second degré, nullement liés par une décision de relaxe rendue en première instance, peuvent substituer leur appréciation souveraine des faits à celle des premiers juges. Il n'y a donc pas prescription de l'action civile. »

Avocat général (Éric Boussugue) : « Il s'agit bien d'une contravention, pas d'un délit. »

Les prévenus étant invités à s'exprimer, seuls deux d'entre eux prennent la parole.

Yvan Gradis : « Quel est l'intérêt du client de maître [Flécheux] à agir ? Quel est notre intérêt à faire ce que nous avons fait et à dire ce que nous avons dit ? Son intérêt à lui : favoriser l'empire ou l'emprise sur les esprits. Notre intérêt à nous : défendre l'aspect de notre pays, depuis longtemps massacré par la publicité. Nous sommes remerciés déjà par la société civile : les intellectuels, la police, j'ose dire la justice, l'opinion publique (sondages à l'appui), et aussi l'architecte de l'Opéra de Paris, Charles Garnier, qui, en 1871, avait écrit un article magnifique, dans *La Gazette des Beaux-Arts*, "Les affiches agaçantes". »

Raphaël Jolly : « Notre dégradation était une réponse. La publicité nous parle, même quand on ne veut pas recevoir ses messages, donc l'intention était d'adresser une réponse intelligible, à la différence d'un simple tag. »

Avocat de JCD : « Je défends les intérêts d'une personne morale, mais aussi ceux des salariés qui vont réparer ce qui est détruit à longueur de journée. Certaines affiches, sur les panneaux dégradés, ayant un intérêt général, c'était bien du mobilier urbain, dont la dégradation est un délit, aggravé par le fait que la dégradation a été commise avec préméditation et en réunion. Quant à l'état de nécessité, quelle est la légitimité d'un débat public qui procéderait d'une délinquance répétée, assumée, revendiquée ? Pour le débat public, il faut choisir : la politique, les associations environnementales, les colloques, les groupes parlementaires. »

Avocate des prévenus : « Le collectif s'en prend à la fois au contenu et au format de la publicité. Ce débat entraîne de bons résultats (par exemple, Grenoble [LP148]). JCD fait pression sur le gouvernement tout en violant la réglementation quotidiennement ; d'ailleurs, il faut envisager la faute de la victime : JCD est à l'origine de son propre préjudice. L'afficheur souhaite faire un exemple et dissuader tous les autres, puisque partout en France des "déboulonneurs" vont barbouiller les panneaux. Quant à l'état de nécessité, la liberté d'expression prime les dégradations légères. La contrainte morale publicitaire à l'encontre du citoyen est caractérisée. De même que le danger imminent (alcoolisme, obésité, tabagisme vitesse routière...). »

Avant de quitter la salle, les prévenus ont droit, de la part des juges, à un grand sourire... Décision le 2 octobre 2015.

IV ■ Comment JCDecaux voit les Déboulonneurs (août 2015)

Extraits des conclusions adressées par M^e Xavier Flécheux, avocat de l'afficheur JCDecaux, à la cour d'appel de Paris avant le procès de six « déboulonneurs » parisiens le 4 septembre 2015 (v. III) :

« Un groupuscule, une véritable bande organisée. [...] Ils se répartissent à l'avance leurs cibles, sachant qu'ils devront agir dans la précipitation, avant d'être rapidement interpellés. Des militants expérimentés et aguerris, au discours bien rodé tant devant les services de police que devant les tribunaux correctionnels qu'ils ont coutume de fréquenter, et dont l'attitude apparaît à bien des égards provocante. À tout le moins, ont-ils l'arrogance de ceux qui minoritaires prétendent détenir une vérité collective que la majorité n'entend pas et qu'ils ont bien l'intention pour cette raison de lui imposer par quelques procédés que ce soient, notamment illégaux. La fin justifie ainsi tous les moyens employés, fussent-ils illicites, ainsi que tous les abus de la liberté, notamment la liberté d'expression, dont ils ne manquent en effet pas de se prévaloir, et demain pourquoi pas, s'ils estimaient ne pas être suffisamment compris par le corps social, l'usage de la violence pour encore mieux se faire entendre. Ce constat a manifestement échappé au tribunal [en première instance], qui est en effet venu absoudre leur désobéissance civile, qui serait même, selon les prévenus, cautionnée par une autorité publique tout à la fois bienveillante à leur égard, mais également contradictoire dans son défaut de prise en compte de leur action [NDLR : *allusion au soutien apporté par Christiane Taubira, garde des Sceaux, au collectif*?]. Ils sont multirécidivistes, et le revendiquent. Ils en sont fiers au point que certains d'entre eux admettent bien volontiers que l'on devrait à ce titre, non pas les sanctionner, mais bien au contraire les décorer. Ils refusent les modes alternatifs aux poursuites qui ont pu leur être en opportunité proposés par le ministère public, exigeant en revanche de comparaître devant un tribunal en audience publique pour profiter ainsi de la plus large tribune possible. Ils expliquent au demeurant sans détour qu'ils recommenceront les mêmes actions militantes tant qu'ils n'auront pas été entendus par les pouvoirs publics avec lesquels ils entretiennent un rapport ambigu, puisqu'ils le critiquent tout en se prévalant de sa caution morale. [...] Ce collectif ne revendique pas le statut d'une sorte de police administrative parallèle qui se chargerait de contrôler la licéité du message publicitaire (exemples cités par le tribunal : obésité, alcool, vitesse au volant, tabac). Or, c'est précisément le rôle que le tribunal a entendu lui faire jouer pour assoir son raisonnement sur l'état de nécessité, et caractériser ainsi le prétendu "danger imminent" que présenterait le système publicitaire, et, à travers lui, la promotion d'une société consumériste [sic]. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle les militants de ce collectif ciblent prioritairement la concluante [JCDecaux] qu'ils qualifient, par inversion des rôles, de "délinquante" au motif que la grande taille de ses panneaux serait, à leurs yeux, illégale. »

À noter le sentiment de persécution de JCDecaux. À trois reprises, on trouve la même affirmation : « la concluante [JCDecaux] qu'ils affectionnent tout particulièrement », « ils ciblent prioritairement la concluante », « la concluante, qui est leur cible privilégiée ». Contrevérité : les Déboulonneurs s'en prennent tout autant à Clear Channel et Exterior qu'à JCDecaux.

V ■ Tanguy Aubé dispensé de peine en appel (Toulouse, 25 août 2015)

Condamné, en 2014, à 120 heures de travaux d'intérêt général et à 1 446 euros de dommages-intérêts pour avoir dégradé quatre obstacles urbains publicitaires en 2013 (LP144, 151), il avait interjeté appel de sa condamnation, Le 25 août 2015, la cour d'appel a rendu son arrêt, requalifiant les faits en dégradations légères, et, du fait de la prescription de l'action publique, annulant la peine et déclarant irrecevable la demande de l'afficheur JCDecaux. (Contact : 06 14 94 29 78 ; tanguyaube@hotmail.com.)

VI ■ Bâchage de panneaux publicitaires au Mans (18 septembre 2015)

Des antipublicitaires du Mans (LP134, 137) ont procédé à un nouveau bâchage. Huit panneaux ont été recouverts d'un drap blanc arborant juste le mot « rien » dans huit langues différentes. L'afficheur n'a arraché les draps que le lendemain matin.

VII ■ Deuxième action du FLIP (Front de libération de l'invasion publicitaire) [Fribourg, Suisse, 25 septembre 2015]

Ce collectif helvétique (LP151), créé début 2015, a mené sa deuxième action le 25 septembre. Le FLIP dénonce l'omniprésence des slogans commerciaux, exige que les panneaux soient mis à la disposition de projets culturels ou artistiques. Ce jour-là, grâce à une trentaine de personnes dont plusieurs artistes locaux, trente panneaux d'affichage ont été détournés du matraquage au profit de la vraie « créativité ». Objectif : faire de Fribourg une ville pionnière où l'on épargne aux yeux l'insoutenable vulgarité de tout message publicitaire. (Contact : Mirko Locatelli : 021 905 41 11, Joël Maillard : 076 420 59 03, www.f-l-i-p.org.)

VIII ■ Agenda

6-10-2015, Paris : action des Reposeurs (v. IX) dans le métro ; rendez-vous à 19 h 59 devant l'église Saint-Ambroise (métro Saint-Ambroise).

29-10/1^{er}-11, Lille : festival Le Cerveau disponible, cinéma L'Univers, 16, r. Danton. (Contact : www.cerveau-disponible.fr.)

29-10, Lille : pièce de théâtre *L'Histoire leur donnera raison* (LP148) ; 20 h, MRES, 23, rue Gosselet. (Contact : www.cerveau-disponible.fr.)

30-10, Lille : conférence-débat avec YG, cinéma L'Univers, 16, r. Danton. (Contact : www.cerveau-disponible.fr.)

31-10, Lille : barbouillage du Collectif des déboulonneurs ; 18 h 30, rendez-vous au 16, r. Danton. (Contact : www.cerveau-disponible.fr.)

3-11, Angers : débat et projections avec YG, à 19 h, au café *Le Challenge*, 12, pl. Mendès-France. (Contact : lecercle49.wordpress.com.)

21-11, Paris : bâchage de panneaux publicitaires avec Paysages de France (v. IX). (Contact : 06 88 44 26 91.)

28-11, Paris : barbouillage du Collectif des déboulonneurs (v. IX) ; 15 h. (Contact : *Le Publiphobe*.)

IX ■ Carnet d'adresses

- Collectif des déboulonneurs : 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.

X ■ Catalogue

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

- Série complète des 151 numéros parus (22 euros, port et enveloppe compris).

- « Le dernier publiophile », article (en forme de nouvelle) d'Yvan Gradis dans *L'Âge de faire* n° 100, septembre 2015 (1 page).

XI ■ Abonnement et commandes

- Abonnement : 8 euros les dix numéros (soit un peu plus d'un an). [*Abonnement spécial malvoyants : 12 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 152 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>.)