

N° 158 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-2-2017

« Dans les petits sacs sont les fines épices. » (Proverbe français.) Dernier numéro paru : 1^{er}-12-2016 (28^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 ■ Actions du Collectif des déboulonneurs : Lille, dernier bastion de la résistance antipublicitaire ?

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

Décembre 2016. Le 11, à 19 heures, à Lille (place Rihour), 1 obstacle urbain publicitaire a été barbouillé par 2 militants, devant 15 amis, 1 journaliste, 12 policiers qui ont embarqué violemment (bras tordu) et insulté les barbouilleurs non-violents, lesquels sont ressortis du poste à 22 heures. Articles avec photo ou brèves dans *La Voix du Nord* du 12, *Direct Matin* et *20 Minutes* du 13. Photos et comptes rendus : <http://www.déboulonneurs.org/>.

II ■ Procès du Collectif des déboulonneurs : tous avec Marion Giraud ! (Lille, 21 février 2017)

Antigone et Jeanne d'Arc peuvent aller se rhabiller : voici venue Marion Giraud. En matière de résistance à l'arbitraire, à l'envahisseur, et de défense de... ce qui doit être défendu, cette héroïne-ci n'a rien à envier à ces héroïnes-là. Mais Marion, pour ceux qui ont combattu à ses côtés depuis une dizaine d'années au sein du Collectif des déboulonneurs, est surtout une militante hors pair, par ses qualités humaines : intelligence, calme, obstination, discrétion, humilité, rigueur, humour, générosité... Cette jeune écologiste catholique s'est tôt fait remarquer (des photos en témoignent) avec ses bambins portés en écharpe sur le ventre pour aller barbouiller les panneaux publicitaires au grand jour. Bref, un croisement de perle et de locomotive.

Extrait d'un article de *Philosophie magazine* (n° 104, novembre 2016) [« La démocratie, ça devrait être quoi ? »] : « Marion fait partie des Déboulonneurs. Selon cette mère de famille, “pour changer le monde, l'action contre la publicité est un préalable. On peut faire tout ce que l'on veut contre la pollution. Mais si les gens sont persuadés qu'il faut avoir un gros 4 x 4 pour être un homme accompli, on n'y arrivera jamais. Et tant qu'il y aura des publicités montrant des femmes dominées, on ne pourra gagner la bataille du féminisme”. Marion juge “très jouissif de faire quelque chose d'illégal à visage découvert et de l'assumer calmement devant les policiers”. Surtout, c'est pour elle une école de courage : “Cela m'a servi. Lors d'une manifestation anti-Roms, j'ai brandi une affiche souhaitant la bienvenue aux Roms. Apprendre à dire non à la publicité m'a appris à dire non à des choses plus graves.” »

Le 21 février 2017, à 14 heures, au palais de justice de Lille, Marion comparaitra pour la première fois de sa vie, et seule, devant un tribunal, pour barbouillage, mais aussi pour avoir refusé de donner son acide désoxyribonucléique (ADN) à la police, ce qui lui valut une nuit de garde à vue en avril 2016 (LP155) [v. XI]. Elle aura pour avocate M^c Muriel Ruef, et pour témoins : André Gattolin, sénateur, Mehdi Khamassi, chercheur en robotique et neurosciences, Christophe Laurens, architecte décroissant.

Son jugement sera un marqueur de civilisation, ou, plus simplement, une girouette qui indiquera le sens du vent. Nul doute que Marion saura, par son attitude à la barre, inspirer le tribunal dans le bon sens, celui d'une cause qu'elle sert si assidument !

Soutien moral : lui écrire (déboulonneurs.lille@no-log.org) ou la rejoindre, une heure avant l'audience, donc à 13 heures, devant le tribunal, avenue du Peuple-Belge (Lille). Soutien financier (frais d'avocat) : chèque à l'ordre de RAP (v. x), avec la mention « pour les Déboulonneurs ».

III ■ Vers la 3^e Journée mondiale contre la publicité (25 mars 2017)

Après des débuts timides en 2015, nettement moins en 2016, l'édition 2017 devrait connaître un saut qualitatif, la mobilisation ayant lieu bien en amont et impliquant de nombreux réseaux militants dans le monde. Toute une gamme d'actions non-violentes se prépare. Place à l'initiative individuelle ou collective, diurne ou nocturne, légale ou pas ! Contact : mondialisons@antipub.org.

IV ■ Les associations ont repris la Bastille ! (Paris, 10 décembre 2016)

Depuis début novembre 2016, le piédestal en chantier de la colonne de Juillet a disparu sous une palissade circulaire recouverte par JCDecaux d'une série de bâches publicitaires dont la teneur et l'aspect déparent ce site historique et insultent aux 700 révolutionnaires enterrés en dessous. Sur son site internet, l'afficheur vante son espace publicitaire en ces termes : « Monument historique, dédié à la mémoire de la révolution de 1830, symbole d'union nationale et d'émotion collective. »

Plusieurs associations (Agir pour l'environnement, Les Amis de la Terre, le Collectif des déboulonneurs, Paysages de France, Résistance à l'agression publicitaire, la Société pour la protection des paysages et de l'esthétique de la France) ont écrit à la ministre de la Culture, demandant un plafonnement de cet affichage à 12 m², pour mettre fin au gigantisme publicitaire. Et le 10 décembre, plusieurs de leurs membres sont allés au milieu de la place, accompagnés de journalistes, pour dénoncer le scandale en apposant deux banderoles sur la palissade : « Stop pub monumentale » et « Débâchons la Bastille ».

V ■ Télévision publique : suppression de la publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans (loi du 20 décembre 2016)

(Information réservée à ceux qui croient dans la possibilité d'améliorer la télévision.)

À partir du 1^{er} janvier 2018, la publicité commerciale sera supprimée dans les programmes de la télévision publique destinés aux enfants de moins de 12 ans, durant les 15 minutes qui les précèdent et qui les suivent. Une loi, proposée en 2010 et 2013 au Sénat, respectivement par les sénateurs écologistes Jacques Muller et André Gattolin, puis adoptée le 14 janvier 2016 par l'Assemblée nationale grâce à la députée écologiste Michèle Bonneton, a été définitivement votée le 7 décembre 2016 au Sénat. Promulguée le 20 décembre par le président de la République, elle est parue au *Journal officiel* le 21 décembre 2016.

Outre les élus verts (la quasi-totalité des socialistes et les communistes se sont abstenus), cette victoire, qui couronne une campagne de sensibilisation de 7 ans, est celle, au premier chef, du Mouvement pour une alternative non-violente, puis de RAP (v. x), enfin d'autres associations, parmi lesquelles la Fédération des conseils de parents d'élèves des écoles publiques (FCPE). Le

message avait été par ailleurs très bien relayé par la presse. Pour le sénateur André Gattolin, l'adoption du texte constitue « *un petit pas pour le législateur mais une avancée de géant pour la protection et le devenir de nos enfants* ».

VI ■ « Grand appel à idées » de la RATP : prudence, censure, confiscation (novembre 2016-janvier 2017)

En novembre 2016, la Régie autonome des transports parisiens (RATP) lance un « grand appel à idées pour améliorer les services de demain » : grâce à un site internet ouvert pour l'occasion (<https://idees.ratp.fr>), 2 211 idées lui sont adressées par les usagers, lesquels sont en même temps invités à voter pour les plus pertinentes.

Le 30 novembre, dernier jour de la consultation, RAP (v. x) relève – en faisant une capture d'écran en guise de preuve – les deux premières idées très largement plébiscitées par les usagers : « enlever les écrans vidéo publicitaires » (7 522 suffrages) et « un métro garanti sans pub » (1 164 suffrages). Pas surprenant, quand on sait que la population est majoritairement publiphobe.

Le 2 décembre, alors qu'un jury constitué par la RATP s'apprête à étudier les idées recueillies et les suffrages obtenus afin d'en présélectionner une quinzaine, RAP constate la disparition de ces deux idées du site internet.

Le 9 janvier 2017, la régie dévoile les 15 idées retenues lors de sa présélection – les 2 gagnantes n'y figurent donc pas ! –, en précisant certains de ses critères : « Pour garder l'«esprit» de la consultation, nous n'avons pas retenu les idées irréalisables compte tenu d'impératifs de sécurité ou de financement. Par exemple, il était impossible de retenir les idées concernant la suppression totale de la publicité, car la publicité contribue à financer le fonctionnement de notre réseau. Pourtant, la RATP, en tant qu'entreprise publique, est très soucieuse de garantir à ses voyageurs un équilibre raisonnable entre exposition publicitaire et animations culturelles. C'est en ce sens que nous avons développé une politique culturelle inédite et très volontariste sur l'ensemble des réseaux. Concours de poésie, expositions photo, concerts de musique ou mise en valeur du patrimoine... sont là tout au long de l'année pour animer votre quotidien ! » « Équilibre raisonnable » ? Voire...

Le 30 janvier prend fin le vote final : peu importe ici le choix des 5 idées définitivement retenues. Que vaut une consultation publique censurée ? Quelle utilité ?

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 (ou écrire) : « poster un commentaire sur un blog ». Le non-téléspectateur, lui, s'obstine à dire (ou écrire) : « publier un commentaire sur un blogue ».

VIII ■ Propos épars

Romain Gary (écrivain français du XX^e siècle) : « J'appelle “société de provocation” toute société d'abondance et en expansion économique qui se livre à l'exhibitionnisme constant de ses richesses et pousse à la consommation et à la possession par la publicité, les vitrines de luxe, les étalages alléchants, tout en laissant en marge une fraction importante de la population qu'elle provoque à l'assouvissement de ses besoins réels ou artificiellement créés, en même temps qu'elle lui refuse les moyens de satisfaire cet appétit. Comment peut-on s'étonner, lorsqu'un jeune Noir du ghetto, cerné de Cadillac et de magasins de luxe, bombardé à la radio et à la télévision par une publicité frénétique qui le conditionne à sentir qu'il ne peut pas se passer de ce qu'elle lui propose, depuis le dernier modèle annuel “obligatoire” sorti par la General Motors ou Westinghouse, les vêtements, les appareils de bonheur visuels et auditifs, ainsi que les cent mille autres réincarnations saisonnières de gadgets dont vous ne pouvez vous passer à moins d'être un plouc, comment s'étonner, dites-le-moi, si ce jeune finit par se ruer à la première occasion sur les étalages béants derrière les vitrines brisées ? Sur un plan plus général, la débauche de prospérité de l'Amérique blanche finit par agir sur les masses sous-développées mais informées du tiers-monde comme cette vitrine d'un magasin de luxe de la Cinquième Avenue sur un jeune chômeur de Harlem.

J'appelle donc “société de provocation” une société qui laisse une marge entre les richesses dont elle dispose et qu'elle exalte par le *strip-tease* publicitaire, par l'exhibitionnisme du train de vie, par la sommation à acheter et la psychose de la possession, et les moyens qu'elle donne aux masses intérieures ou extérieures de satisfaire non seulement les besoins artificiellement créés, mais encore et surtout les besoins les plus élémentaires. » (*Chien blanc*, Gallimard, 1970.)

IX ■ Agenda

10-2-2017, Lille : action (RAP, Déboulonneurs [v. x]) contre les écrans publicitaires ; 18 h, *Café citoyen*, pl. du Vieux-Marché-aux Chevaux.
21, Lille : procès d'une « déboulonneuse » (v. II), 14 h, tribunal de grande instance ; rassemblement de soutien à 13 h devant le tribunal.
18-3, Paris : assemblée générale de Paysages de France (v. x), à 9 h 30, salle paroissiale Saint-Gabriel, 81, rue de la Plaine.
25, monde : Journée mondiale contre la publicité (renseignements : RAP [v. x]).

X ■ 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.
- Collectif des déboulonneurs : contact@deboulonneurs.org ; www.deboulonneurs.org.
- Les Chiennes de garde (contre les violences sexistes symboliques : publicités, insultes, phrases...) : chiennesdegarde.com.
- Paysages de France : 5, pl. Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; tél.-télé. 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 ; internet : www.antipub.org.

XI ■ Catalogue

- Prochain numéro seulement : 15 centimes (en timbres) + une enveloppe timbrée à votre adresse.
- Série complète des 157 numéros parus (22 euros, port et enveloppe compris).
- *Le Publiphobe 25 ans* (série reliée des 154 premiers numéros) : 11 euros + 5,6 euros de port.
- « Trois déboulonneurs lillois en garde à vue (printemps 2016) » [10 pages].

XII ■ 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 158 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>.)