

N°16 LE PUBLIPHOBIE 1/12/1992

"Où bien sûr, vous avez raison de vous défendre contre la publicité. Tous les gens conscients de la dignité humaine sont publiophobes. Bonne chance dans votre combat!" (Commandant Cousteau).

Réseau associatif créé le 1er janvier 1990 et déclaré le 1er juillet 1991 (J.O. du 24.7.1991) pour : "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 " (extrait des statuts).

I - REUNION PUBLIQUE EN VUE

La première réunion publique de l'association "Résistance à l'agression publicitaire" (distincte du *Publiphobe*) aura lieu le samedi 30 janvier 1993, de 10h à 18h, au 177, rue de Charonne, 75011 Paris, métro Alexandre Dumas. (Pour des renseignements, écrire à l'association : 61, rue Victor Hugo, 93500 Pantin ; tél. 1.46.03.59.92).

La réunion sera ouverte à tous, dans la limite des places disponibles (200 environ). L'association exposera ses objectifs à court, moyen et long termes. Elle recueillera aussi les suggestions et remarques formulées par les sympathisants. De nouvelles actions pourront être mises sur pied. Des contacts pourront être pris en vue d'une extension en province, voire à l'étranger.

La presse sera invitée, plus particulièrement dans la seconde moitié de l'après-midi, une fois que le travail du matin aura porté ses premiers fruits.

Il est important que cette réunion se déroule sous le signe de l'**action** : le nécessaire bouillonnement des idées, des états d'âme, devra progressivement faire place aux décisions, à l'organisation. La colère et la fougue oratoire, certes agréables, ne prendront tout leur sens que par leurs retombées constructives. Chacun prouvera sa détermination par son calme et sa patience.

II - VICTOIRE DE CESSON-SEVIGNE

25 janvier 1989. Le Conseil municipal de Cesson-Sévigné (Ille-et-Vilaine), sous la présidence de son maire (M. Roger Belliard), délibère sur l' "envahissement de la publicité en agglomération". Il constate : "Cet envahissement de la publicité enlaidit l'environnement de notre cité."

27 juillet 1990. Le maire prend un arrêté "très strict" pour réduire le nombre des panneaux, sur le territoire de sa commune.

3 décembre 1990. L'Union des chambres syndicales de la publicité extérieure adresse une requête au Tribunal Administratif de Rennes (4ème chambre) pour faire annuler l'arrêté.

26 février 1992. Le maire, interviewé par Radio-Télé-Luxembourg, dénonce, à propos de l'envahissement des panneaux, "une véritable pollution, une agression caractérisée à l'environnement".

10 novembre 1992. Jugement prononcé par le Tribunal : le maire n'a porté atteinte ni à la liberté de l'affichage, ni à la liberté du commerce et de l'industrie ; son arrêté n'est pas entaché d'excès de pouvoir. Par conséquent, la requête est rejetée, et l'Union de la publicité extérieure paiera 3000 F à la commune de Cesson-Sévigné.

16 novembre 1992. Commentaire du maire (lettre au *Publiphobe*) : "Il s'agit d'une "cuisante" défaite pour les afficheurs extérieurs et d'une victoire contre le "bruit visuel" sur Cesson-Sévigné. Ce sont en effet près de 200 dispositifs publicitaires qui sont actuellement en cours de démontage."

III - OPERATION BOITES AUX LETTRES

Il y a exactement un an (voir *Le Publiphobe* n°10), était annoncé le lancement, pour l'année 1992, d'une opération nationale de récupération de la paperasse publicitaire dans les boîtes aux lettres. Cette opération prendra fin le 31 décembre prochain. L'exploitation symbolique et solennelle de cette masse d'ordures accumulées aura lieu le 30 janvier 1993, lors de la réunion publique de "Résistance à l'agression publicitaire" (voir ci-dessus). Les participants à l'opération sont donc priés d'y apporter leur lot personnel d'ordures, pesé à l'avance.

Par ailleurs, l'opération est reconduite pour l'année 1993, ce qui permettra, début 1994, d'affiner les statistiques. Attention ! Ne pas mélanger les déchets des deux années !

IV - CATALOGUE

- Tract de présentation de "Résistance à l'agression publicitaire" (une page).
- Dossier publié par "Résistance à l'agression publicitaire" : "La publicité en cause, appel à la résistance" (10 pages).

V - ASSOCIATION DE TELESPECTATEURS

ANADET (Contact : Jean-Paul Lerat, Place Saint-Nicolas, 03140 Chantelle, T. 70.56.68.40 ; Robert Heymann, Coubernard, 36300 Saint-Aigny, T. 54.37.22.42).

VI - MODE D'EMPLOI

Pour commander les numéros - anciens ou à paraître - du *Publiphobe* (deux pages par numéro) ou tout document mentionné au catalogue, prière d'envoyer **une enveloppe suffisamment affranchie** à vos nom et adresse, ainsi que **50 cts (en timbres) par page**. Dons acceptés (CCP 346257 X Paris. Chèques à l'ordre de "Le Publiphobe").

N'oubliez pas de photocopier ce texte et de le diffuser.

VII - UN BOMBAGE ANTI-PUBLICITAIRE EN PROCES

L'insurrection

Bien avant l'aube du 13 septembre 1992, deux jeunes cyclistes d'Ile-de-France (Emmanuelle Brabant, 20 ans, et Gilles Lebeuze, 23 ans) passent devant un panneau publicitaire parisien. L'affiche, protégée par une glace, exhibe, au profit d'une chaîne de supermarchés, la photo d'une femme en tenue légère. Un slogan la domine, où il est question de Dieu, de femme, de création, de magnificence et de modique somme (260F).

Les deux noctambules, jugeant cette affiche insultante pour les femmes, ainsi réduites à l'état de marchandise, et dangereuse par son incitation indirecte à la violence sexuelle, bombent à même le panneau un contre-slogan : **"Consommateur apathique, violeur en pratique"**. En guise de signature, le symbole biologique féminin. Le panneau sera nettoyé, dans les deux jours, par son propriétaire, une société spécialisée dans le mobilier urbain.

60 La répression

A peine les deux cyclistes se remettent-ils en selle que quatre policiers en civil leur tombent dessus. Brutalités d'usage, arrestation, interrogatoire, garde à vue. Routine. Enfin, vers onze heures du matin, convocation à comparaître, le 30 novembre, devant le tribunal correctionnel. Motif : destruction ou détérioration volontaire d'un objet mobilier appartenant à autrui.

65 La mobilisation

A l'approche du procès, un tract est diffusé. Son titre : **"Affichée, promotionnée (sic), consommée, violée,..."**. En voici le texte (marques et slogans ont été censurés) :

"Les publicitaires sont prêts à tout, n'ont aucune limite quand ils "créent" afin de susciter en nous de nouveaux besoins matériels dans la perspective de nouveaux marchés. Ils n'hésitent pas à utiliser toutes les tares de notre société et à les perpétuer : racisme, sexisme, ethnocentrisme... Les êtres humains deviennent marchandise au service d'une idéologie bien précise, fondée notamment sur une distinction de genre (affirmation d'un "féminin" et d'un "masculin"). Ainsi, une certaine image de la femme nourrit la publicité (l'homme aussi est affiché, mais dans une moindre mesure, et son image est "active"). Que ce soit pour promouvoir un hamburger, des outils, du shampoing, du jus de fruit ou d'autres produits et services, la femme est utilisée ou même assimilée à la marchandise.

Objet sexuel, mère de famille, jeune cadre dynamique, la femme est réduite à un argument de vente. Vendue, consommée, il semble "normal" , après, de l'agresser, de la violer, puisqu'elle n'est plus considérée comme un être humain. Cantonnée dans un rôle social déterminé (vivant en couple, reproductrice, mère de famille...), la femme est niée dans ses aspirations multiples. La publicité conforte ainsi les hommes dans leurs attitudes machistes, et, plutôt que de se remettre en question, ils préfèrent se complaire dans un rôle dominateur, de chef de famille, de battant...

S'opposer à ces publicités n'est pas sans risque ! Ainsi deux personnes passent en procès (...)"

Après mention des lieu, date et objet du procès, un mot d'ordre : **"Face aux pubs sexistes, réagis !"**

Le procès

Palais de Justice de Paris, 1ère chambre correctionnelle, après-midi du 30 novembre 1992. Public propre à l'affaire : une vingtaine de personnes.

En une minute, le président du tribunal relate les faits : le graffiti anti-sexiste lourd de sens est présenté comme un vulgaire et absurde "tag" (sic) apposé sur une affiche "sexy".

L'avocate de la défense intervient pour déclarer le tribunal correctionnel incompétent : les faits, concernant du matériel mobilier privé, constituent, non pas un délit, mais une contravention relevant du tribunal de police. Elle déclare également la poursuite "mal qualifiée": la glace protégeant l'affiche n'a été ni détériorée, ni détruite, et n'a dû faire l'objet que d'un simple nettoyage.

Après délibération, le tribunal, sur la base du procès-verbal de police mentionnant une détérioration irréversible au moyen d'une encre indélébile, se déclare compétent et reporte le procès de trois mois.

L'appel

Les deux jeunes ont décidé de faire appel. Deux associations, en signe, non d'approbation, mais de solidarité, leur apportent un soutien moral et financier : l'**A.V.F.T.** (Association européenne contre les violences faites aux femmes au travail) et **Le Publiphobe**. Les personnes désireuses de témoigner leur solidarité en contribuant aux frais de procès peuvent le faire en adressant un chèque à l'ordre du "Publiphobe" (56 bis, rue Escudier, 92100 Boulogne, tél. 1.46.03.59.92) et en mentionnant à part : "Affaire Gilles et Manu". Les frais, tout compris, devraient s'élever à au moins 5500 F. En cas de dons excédentaires, chaque donateur se verra (sauf mention expresse de sa part) rembourser une part proportionnelle à son don. On peut aussi écrire à Gilles et Manu par l'intermédiaire du **Publiphobe**.