

N°17 LE PUBLIPHOBIE 1/2/1993

"Où bien sûr, vous avez raison de vous défendre contre la publicité. Tous les gens conscients de la dignité humaine sont publiphobes. 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 - NAISSANCE DE R.A.P.-ÉCHOS

La constellation antipublicitaire vient de s'enrichir d'un nouveau titre : **R.A.P.-ÉCHOS**. Il s'agit du périodique édité par "**Résistance à l'Agression Publicitaire**", association née six mois plus tôt. Au sommaire du premier numéro (janvier 1993, quatre pages) : origine de l'association, premier éditorial, trois points de vue sur les raisons et les façons de résister, courrier des futurs lecteurs, premiers objectifs. Ce numéro peut être commandé par l'intermédiaire du **Publiphobe**, dans les conditions habituelles (voir ci-dessous catalogue et mode d'emploi). Pour s'abonner seulement (30 F) ou pour adhérer (50 F, abonnement compris) : chèque à l'ordre de "Résistance à l'Agression Publicitaire" (61, rue Victor Hugo, 93500 Pantin).

Pour éviter que **R.A.P.-ÉCHOS** ne se présente sous l'aspect odieusement austère du **Publiphobe**, il serait bon que des dessinateurs inspirés par le thème se manifestassent auprès de la nouvelle association !

II - BILAN DE LA RÉUNION PUBLIQUE

"Résistance à l'Agression Publicitaire" a tenu sa première réunion publique, le 30 janvier, à Paris. Une soixantaine de personnes étaient présentes, dont trois journalistes (**Le Monde**, **Terre du Ciel**, **France-Inter**). Le lendemain, à 8h et à 10h, France-Inter a diffusé un court reportage sur la réunion. Un bilan de celle-ci sera publié, en mars, dans le prochain numéro de **R.AP.-ÉCHOS**.

III - BILAN DE L'OPÉRATION "BOÎTES AUX LETTRES"

Le 30 janvier dernier, dans le cadre de la réunion de "**Résistance à l'Agression Publicitaire**", à Paris, a eu lieu la clôture de l'opération "Boîtes aux lettres", organisée par **Le Publiphobe** sur toute l'année 1992. Clôture hautement symbolique, vu le nombre de participants ayant apporté leur lot personnel d'ordures publicitaires : deux !

Bilan : en 1992, les boîtes aux lettres françaises ont reçu, en moyenne, 4 kg de publicité (minimum 3, maximum 5).

Si d'aucuns jugent cette statistique peu significative, il ne tient qu'à eux de conférer à l'opération de 1993 une valeur moins symbolique...

IV - ANNONCE D'UNE CONFÉRENCE-DÉBAT

Conférence-débat sur "Harcèlement et manipulation publicitaires", avec François Brune (auteur du **Bonheur conforme**, Gallimard, 1985) et Yvan Gradis. Le 28 février 1993, de 13h30 à 15h, dans le cadre du salon Vivre et Travailler Autrement, 30, quai d'Austerlitz, 75013 Paris (métro Gare d'Austerlitz). La conférence sera gratuite, mais l'accès au salon coûtera 25 F.

V - ANNONCE D'UN DÉBAT TÉLÉVISÉ

Débat (un quart d'heure, en différé) sur la publicité, entre Yvan Gradis et Jérôme Bonaldi (animateur de télévision chargé de promouvoir la publicité), le 5 mars 1993, à 11h30, sur France 3 (émission "Confidentiel femmes"). La date sera confirmée, fin février, sur le répondeur de l'association.

VI - OIES COURAGEUSES

Les 5 et 6 mars prochains, de minuit à 8h, aura lieu, au Palais des Congrès de Paris (Porte Maillot), la "Nuit des publivores", double séance annuelle de projection de spots publicitaires.

Le système publicitaire nous traite, du matin au soir, comme des oies. C'est une chose acquise. Mais qu'il se trouve des oies volontaires pour payer - fort cher (180 F)! - le droit de s'aboucher, toute une nuit durant, avec l'entonnoir, voilà qui force l'admiration !

Choisir la nuit, l'inappréciable nuit où l'on s'abandonne à l'onction réparatrice du rêve, pour se faire vider la cervelle en se faisant engraisser de cette pseudo-poésie de carte postale qui est le contraire du rêve, voilà un sacrifice qui ne peut laisser indifférent !

Aussi irons-nous, dès le 5 au soir, à partir de 22h30, soutenir ces admirables oies au seuil de la gavageuse.

VII - PROCÈS D'UNE MANIPULATION

Pour la première fois, un téléspectateur (Michel Patrouilleau) et une association ("TV : carton jaune", 83, avenue d'Italie, 75013 Paris) intentent un procès à deux journalistes (Régis Faucon et Patrick Poivre d'Arvor) et à une chaîne de télévision (TF1) pour manipulation de l'information : en l'occurrence, le montage, sous forme d'interview, d'une conférence de presse du chef de l'Etat cubain (journal télévisé de 20h, du 16.12.1991).

Ce procès aura lieu le 3 mars, à partir de 13h30, à la première chambre civile du Tribunal de Grande Instance de Paris (4, bd du Palais, métro Cité).

VIII - AFFAIRE GILLES ET MANU (SUITE)

50 Deux jeunes gens de l'Ile-de-France (Gilles Lebeuze, 23 ans, Emmanuelle Brabant, 20 ans) avaient été poursuivis en justice par une société spécialisée dans le mobilier urbain, pour avoir bombé, sur la glace d'un panneau publicitaire, un slogan dénonçant le caractère sexiste de l'affiche apposée derrière (tous les détails dans **Le Publiphobe** n° 16).
Le procès, commencé au tribunal correctionnel de Paris, le 30 novembre dernier, avait été reporté. La requête en appel déposée par les deux jeunes ayant été rejetée, le procès a donc eu lieu aujourd'hui. L'affaire a été plaidée sur le
55 fond. Après l'exposé, par l'avocate, du mobile idéaliste du bombage, le tribunal a déclaré ses auteurs coupables, mais a ajourné le prononcé de la peine au 5 juillet prochain, date à laquelle il les dispensera vraisemblablement d'exécuter leur peine, s'ils justifient du paiement de 3500 F à la partie civile, au titre de dommages et intérêts.
Le Publiphobe et l' **A.V.F.T.** (Association européenne contre les violences faites aux femmes au travail), en signe, non d'approbation, mais de solidarité, apportent un soutien moral et financier à Gilles et Manu. Sur les 9000 F
60 auxquels devraient s'élever les frais de cette affaire, environ 4000 ont déjà été réunis. Les personnes désireuses de témoigner leur solidarité peuvent le faire par un chèque à l'ordre du "Publiphobe", en mentionnant à part : "Affaire Gilles et Manu". En cas de dons excédentaires, chaque donateur se verra (sauf mention expresse de sa part) rembourser une part proportionnelle à son don.
Par ailleurs, l'association "**Résistance à l'Agression Publicitaire**" se déclare "entièrement solidaire de ces
65 deux jeunes gens".

IX - UN MENSONGE DE FRANCE TÉLÉCOM

Dans son numéro de décembre 1992 - janvier 1993, **La Lettre de France Télécom** (jointe aux factures des abonnés) annonce, parmi d'autres services : "Nouveauté : La Liste Safran". Cette liste permet de se mettre,
70 gratuitement, à l'abri de tout démarchage publicitaire par télex ou télécopie.
Nouveauté ?
Ce service est connu depuis plus d'un an (voir **Le Publiphobe** n° 10, 1.12.1991). Alors, si nouveauté il y a, ce n'est pas dans l'existence de la liste Safran, mais dans le fait que France Télécom nous en informe publiquement.
Question : de quels autres services sommes-nous tenus dans l'ignorance par cette administration parfois plus soucieuse de servir la publicité que le public ?

75 X - LIVRE EN PRÉPARATION

Maurice Pergnier, professeur de linguistique à l'université de Paris XII, va bientôt faire paraître un essai sur les méfaits de la publicité. Les lecteurs appréciant **Le Publiphobe** pour sa vigueur et son absence d'équivoque ne pourront qu'être comblés par ce nouveau livre. Contact : Roger Maria, agent littéraire, directeur des éditions du Pavillon, 5, rue Rollin, 75005 Paris.

80 XI - "INFORMATION DU CONSOMMATEUR CULTUREL"

L'association (loi 1901) **I.C.C.**, de création récente, a pour objet d' "informer le consommateur culturel et de le sensibiliser à l'économie culturelle". Selon elle, "il est temps de s'intéresser aux droits des consommateurs dans le secteur des loisirs, où les conquêtes du consumérisme traditionnel (par exemple, mention des ingrédients, du prix, date de fraîcheur, etc.) ne sont pas appliquées, ni adaptées".

85 Parmi ses thèmes : l'écoute d'un disque avant achat, la présonorisation ("play-back" en anglais) dissimulée aux téléspectateurs (parfois même aux spectateurs !), le financement publicitaire ("sponsoring" en anglais) de manifestations culturelles ou sportives par des marques de cigarettes, la manipulation des médias, etc.

En luttant, de façon sérieuse, organisée - et efficace ! -, contre certains procédés trop vite jugés anodins ou fatals, **I.C.C.** marque son refus du confusionnisme général savamment entretenu par la société de consommation.
90 Adhésion : 50 F. Adresse : 18, rue des Huissiers, 92200 Neuilly ; T. (1) 46.24.92.15.

XII - ASSOCIATION DE TÉLÉSPECTATEURS

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).

XIII - CATALOGUE

95 - **R.A.P.-ÉCHOS** n° 1 (4 pages).
- Dossier publié par "**Résistance à l'Agression Publicitaire**" : "La publicité en cause, appel à la résistance" (10 pages).
- Interview d'Yvan Gradis dans **Brisons nos chaînes** n° 9 (édité par le **R.A.T.**, "**Réseau pour l'Abolition de la Télévision**") (5 pages).
100 - Autocollant antipublicitaire illustré pour boîte aux lettres (10 X 4,5 cm ; prix : 1 F pièce, 0,70 F à partir de 20, 0,50 F à partir de 50, 0,40 F à partir de 100 ; frais de port : 3,20 F). Adresser timbres (jusqu'à 15 F) ou chèque (à l'ordre de "BAT") à : La Coop, Cité Salvador Allende, Bât.6, Apart..323, 93200 Saint-Denis.

XIV - MODE D'EMPLOI

105 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 c (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.