

N° 43 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-12-1998

Sporadique, classique et pince-sans-rire (9^e année). Dernier numéro : 1^{er}-11-1998.

Feuille concentrée, créée le 1^{er} janvier 1990. Diluer (dans une bassine) avant absorption. Association déclarée 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).

I - Vous tenez entre les mains...

... le 43^e numéro du *Publiphobe*, dont le verso est, exceptionnellement, occupé par un tract à reproduire à l'infini.

II - Procès boîte aux lettres : rien de nouveau

Sur cette affaire qui oppose, depuis plus d'un an, Y.G. à un distributeur de prospectus en boîtes aux lettres, voir les numéros précédents (surtout 37 et 42), pour la chronologie et les modalités de contribution financière et de témoignage. Avis aux 127 donateurs : le 9 novembre, l'avocate a adressé à son client une note d'honoraires s'élevant à 3 919,50 F et correspondant aux prestations fournies depuis février.

III - Oasis...

Surprise ! Le magazine de ma ville (*Boulogne-Billancourt Information*, décembre 1998) est, ce mois-ci, encarté dans un opuscule qui tiendrait dans la main. Publicité ? Non. « Nouvelle inédite ». La couverture, austère à souhait, indique juste le titre et l'auteur. Je me réjouis, quoiqu'un peu méfiant. L'insolite est suspect, depuis que la publicité s'en est arrogé le monopole. Je dégrafe l'opuscule et le retourne, certain de découvrir au dos l'apothéose d'une banque, d'un parfum, d'un supermarché. Mais non, rien qu'une photo de l'auteur, sans chichi, et sa biographie en quelques mots. C'est trop beau. J'ouvre. Souvent, la publicité se tapit en page de garde et en troisième de couverture... Toujours rien. Je fais défiler entre mes doigts les vingt et quelque pages. Du texte, rien que du texte, noir sur fond blanc. Pas une once de couleur : je ne tiens pas entre mes mains un catalogue, mais bel et bien de la littérature. À l'état pur. Un cadeau de la mairie, ça ne se refuse pas ! Je me lance. Je n'ai pas fini la première page qu'une marque me saute à la face : l'auteur semble ne pas connaître le mot « cafetière »... La publicité se cachait dans la nouvelle ! L'oasis n'était qu'un mirage. Colère. J'arrête ma lecture, mais, par curiosité, je tourne la page. Comme par aimantation, mon regard tombe aussitôt sur une autre marque. De voiture. Avec rage, je passe à la page suivante, où je m'aperçois que l'auteur ignore un autre mot, certes devenu rare : « mouchoir (en papier) ». Traître ou mauvais écrivain, qui piège son public ! Avant de rejeter l'opuscule, je le feuillette encore quelques secondes, machinalement, par emballement. Le temps de recevoir au passage quelques giclées : voitures, cigarettes, etc. La nouvelle se trouvera d'autres lecteurs ! Quand la littérature fait vendre... la publicité.

IV - Que trouvé-je dans ma boîte aux lettres ? (Grande enquête nationale)

	JAMAIS	QUELQUEFOIS	SOUVENT
1 Courrier			
2 Cailloux			
3 Épluchures			
4 Prospectus			
5 Chaussettes			

Découpez ou photocopiez cette section, puis envoyez vos réponses (une croix par ligne) au *Publiphobe*. Si vous avez répondu « SOUVENT » aux questions 1 et 4, avancez jusqu'à la case « Catalogue » (section VI ci-dessous).

V - Propos éparés

Théodore Monod (naturaliste voyageur) : « Il existe des aventures de toutes sortes. Il y a l'aventure spirituelle dont personne ne parle, peut-être la plus importante de toutes. Actuellement, l'aventurier est quelqu'un qui fait quelque chose que le précédent n'a pas fait. Dans l'Himalaya, le prochain ira à cloche-pied ! Parce qu'on ne l'a pas fait ! Une fois arrivé en haut, il mangera une boîte de sardines, en prenant bien soin de montrer la marque de la boîte ; il agitera un petit drapeau et il redescendra. Si seulement il ramassait un échantillon de roches là-haut, un lichen, ça pourrait faire progresser la science ! Mais non ! Le prochain à cloche-pied, le suivant ira sur l'Éverest à reculons ! Ce sera une grande première mondiale comme ils disent ! Les médias y feront écho : ils sont friands de choses de ce genre. Ils appellent ça un scoop ! C'est triste parce que cela prouve que les gens ne font pas de distinction entre ce qui est important et ce qui ne l'est pas. » (*Politis*, 19 mars 1998.)

VI - Catalogue

- Le *Publiphobe* n° 1 à 42 (2 pages par numéro ; série complète : 35 F, port et enveloppe compris)
- Fiche pratique : « Comment défendre sa boîte aux lettres ? » (1 page)

VII - Commandes des articles du catalogue

Envoyez une enveloppe timbrée (prévoyez le poids !) avec votre adresse et la somme indiquée. Si aucun prix n'est indiqué, comptez 50 c par page. Timbres, chèques et virements acceptés (« Le Publiphobe », CCP 346257 X Paris).

VIII - Pour recevoir...

- ... le prochain numéro : **1 F + 1** enveloppe timbrée (tarif rapide) portant votre adresse ;
- ... les **2** prochains numéros : **2 F + 2** enveloppes timbrées (tarif rapide) portant votre adresse ;
- ... les **3** prochains numéros : **3 F + 3** enveloppes timbrées (tarif rapide) portant votre adresse, etc.

Très important : les dons non accompagnés d'enveloppes timbrées portant votre adresse ne donnent **pas** droit à la feuille (si vous vivez hors de France et des D.O.M.-T.O.M., vous êtes exempté de timbres).

N'oubliez pas de photocopier ce n° 43 et de le diffuser.

Yvan Gradis

56 bis, rue Escudier, 92100 Boulogne-Billancourt, France. Tph. 01 46 03 59 92, tcp. 01 47 12 17 71.

Manifestation nationale à Paris le samedi 20 mars 1999

APPEL À SOUTIEN

Madame, Monsieur,

Dans une « Leçon de philosophie » sur le paysage, l'académicien Michel Serres évoque **l'affichage publicitaire** : « horreurs », « abomination », « coups de poing atroces », « marée hurlante des affiches les plus horribles (...), d'une laideur et d'une agressivité terrifiantes » et qui « vous inonde jusqu'à l'étouffement » (*Le Monde de l'Éducation*, septembre 1997).

Comment en sommes-nous arrivés là ? Réponse de Michel Serres : « Il aura fallu que le public se soumette et ne fomente jamais de réunion ni ne forme de foule en proie à une ire prophétique pour détruire et brûler ces panneaux honteux et leurs auteurs au milieu. »

C'est un **appel à la mobilisation** ! Et un avertissement aux coupables que nous serions si nous restions passifs et donc complices devant cette **négation brutale du paysage**.

Nous avons tout essayé ou presque pour y remédier : trois manifestations, couvertes par les médias (1995, 1996), déjeuner avec le ministre de l'Environnement (1995), entrevue avec le directeur de cabinet du ministre de l'Équipement (1997), constitution d'un comité départemental contre l'affichage illégal en préfecture de l'Isère, pétition (dont les **10 000 premières signatures** ont été montrées au journal télévisé de France 2), demandes répétées de rencontrer Dominique Voynet, ministre de l'Environnement, etc.

Nous avons remporté des **victoires symboliques exemplaires** face à des personnalités : recours contre un Premier ministre de droite, maire de Bordeaux, menace de recours contre un ancien ministre de gauche, maire de Rignac ; dans les deux cas, ils ont été contraints d'appliquer la loi.

Mais le **scandale** demeure. Nous détenons d'ailleurs la preuve de la responsabilité directe de représentants de l'État dans ce **vandalisme à grande échelle** : des préfets se sont abstenus d'exercer les pouvoirs que leur confère la loi et dont ils sont tenus de faire usage, à la demande des associations agréées.

L'appel de Michel Serres ne doit pas rester lettre morte ! Les pouvoirs publics attendent sans doute qu'une pression de l'opinion les oblige à prendre des mesures : application immédiate de la loi sur tout le territoire, puis refonte totale de cette même loi qui, manifestement, a été faite par et pour les afficheurs, au **mépris de l'environnement**.

Depuis des années, fin mars, a lieu, sous l'égide du ministère de l'Environnement, le « Nettoyage de printemps ». **Le 20 mars 1999, à 15 h**, nous mettrons donc sur pied, à **Paris**, l'opération « **Nettoyage du paysage** ». Nous avons choisi le Centre Beaubourg, dont le chantier aligne au cœur de la capitale pas moins de 25 panneaux de 12 m² symbolisant le **carcan qui étouffe nos paysages**.

Comptant sur un engagement écrit de votre part, voire sur une participation financière (coupon ci-joint), nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, à l'expression de nos plus cordiales salutations.

Pierre-Jean Delahousse
Président de
Paysages de France

Thomas Guéret
Président de
Résistance à l'agression publicitaire

Pascal Tonnerre
Président de
l'U.F.C.-Que choisir (Quimper)

Rendez-vous : 15 h, angle des rues Beaubourg et Rambuteau, Paris (métro Rambuteau)

Coupon à découper (ou photocopier) et envoyer à l'une des deux associations suivantes :

Paysages de France
MNEI, 5, place Bir-Hakeim
38000 Grenoble (tph. et tcp. 04 76 88 83 64)

Résistance à l'agression publicitaire
61, rue Victor Hugo
93500 Pantin (tph. 01 43 28 39 21, tcp. 01 47 12 17 71)



« Nettoyage du paysage » (manifestation du 20 mars 1999 à Paris)

Cette opération doit illustrer la volonté du plus grand nombre possible de personnes et d'organisations. Merci de remplir ce coupon en cochant une ou plusieurs cases et de le renvoyer.

- Je soutiens moralement l'opération « Nettoyage du paysage »
 à titre personnel
 au titre de représentant de :
- Je soutiens financièrement l'opération « Nettoyage du paysage » en versant la somme de : F
 Je souhaite recevoir un reçu ouvrant droit à une réduction d'impôts.
- Je ne souhaite pas que mon nom apparaisse sur la liste officielle des soutiens.

Nom : Prénom : Date : Signature :

Adresse :