

# N°47 LE PUBLIPHOBIE 1<sup>er</sup>-8-1999

Sporadique, mordant, austère (10<sup>e</sup> année). Dernier numéro paru : 1<sup>er</sup>-6-1999.

Feuille concentrée, créée le 1<sup>er</sup> janvier 1990. Diluer (dans une bassine) avant absorption. Association déclarée le 1<sup>er</sup> 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 ■ Procès boîte aux lettres : quand la caisse sera vide... (voir verso)

Vous tenez entre les mains le 47<sup>e</sup> numéro d'une feuille paraissant depuis 1990. Cette feuille comporte toujours deux pages. Exceptionnellement, le verso du présent numéro est constitué par un tract concernant une affaire que les lecteurs peuvent suivre depuis 1997. Ce tract a été conçu de sorte à être compris par quiconque prendrait le train en marche aujourd'hui.

## II ■ Cistude et calicot

Il s'est passé quelque chose, fin juin 1999, sur la place principale du Blanc (Indre) : une rencontre foudroyante entre Robert Heymann, géomètre retraité (et secrétaire général du Publiphobe), et un calicot illégal apposé sur la façade de l'hôtel de ville, lors d'un congrès sur la cistude. (Voir section V ci-dessous.)

## III ■ Mairie de Paris : première réunion du groupe de travail sur la publicité

En prévision de la première réunion du groupe de travail chargé de modifier le règlement local de la publicité à Paris, le rédacteur du *Publiphobe*, désigné par le préfet de Paris pour représenter dans ce groupe l'association Paysages de France (voir *Le Publiphobe* n° 46/IV), a reçu, en juin dernier, le dossier des modifications envisagées par la mairie. Extraits :

- Abords du parc André Citroën : « Éviter des dispositifs publicitaires qui déparent trop l'environnement. »

- Rue Leblanc : « Diminuer la densité des panneaux afin de garantir une meilleure présentation de l'environnement dans ces espaces dont l'aspect est dénaturé par cette densité. »

- Butte-aux-Cailles : « Caractère pittoresque de vieux village. Améliorer la protection. Les normes en vigueur, trop libérales, ne paraissent pas adaptées à la spécificité du quartier. »

- Abords de la Bibliothèque nationale de France : « Interdire la publicité, les spécificités architecturales du site devant être préservées de toute atteinte. »

- Bercy : « Interdire la publicité sur le musée des Arts forains. Ces édifices en meulière d'un indéniable caractère pittoresque présentent un intérêt architectural qu'il convient de préserver de toute atteinte publicitaire. La signalisation des activités, nécessairement de qualité, devra rester adaptée à ce témoignage du vieux Bercy. »

- Avenue Daumesnil : « Préserver le viaduc, d'un aspect qualitatif indéniable, des panneaux publicitaires. Garantir l'harmonie des lieux. Protéger l'environnement de toute atteinte liée aux panneaux. »

- Boulevard de Picpus et avenue de Saint-Mandé : « Intérêt architectural certain, immeubles d'une bonne présentation. Interdire les panneaux publicitaires scellés au sol. »

- Boulevards de Montmorency et de Beauséjour : « Préserver l'environnement de toute atteinte liée aux panneaux. »

La mairie, tout en reconnaissant officiellement la nocivité de l'affichage pour l'environnement, préconise donc un apartheid paysager entre zones pittoresques et zones quelconques. Reste un cas particulier...

- Stade du Parc des Princes : « Ses activités multiples doivent être signalées de la voie publique. Par ailleurs, ces manifestations reçoivent les concours indispensables de sponsors commerciaux qui doivent pouvoir communiquer largement, à l'intérieur ou à l'extérieur du stade. La publicité est donc un élément déterminant de l'animation. Son concessionnaire souhaite installer sur la façade des bâches publicitaires de grandes dimensions visibles du boulevard périphérique, ce qu'empêchent les contraintes réglementaires actuelles. Il est donc proposé de ne limiter les dispositifs muraux que par les limites du mur qui les supporte. »

La mairie juge « indispensable » le concours des sponsors, sans expliquer pourquoi ; sans doute défend-elle les intérêts du « concessionnaire », au détriment des riverains, et des automobilistes, qui seront forcément déconcentrés, avec les risques prévisibles en matière de sécurité. Par ailleurs, en présentant la publicité comme un « élément déterminant de l'animation », la mairie contredit ses affirmations précédentes : « animation » vient du latin « anima » qui signifie « âme ». Or, n'a-t-il pas été suggéré que, là où s'installe la publicité, c'est un peu d'âme qui s'en va ?

Le 7 juillet 1999, a eu lieu, à l'Hôtel de Ville, la première réunion du groupe de travail, présidée par le maire-adjoint chargé de la publicité : étaient présents cinq maires d'arrondissement, plusieurs hauts fonctionnaires, l'ensemble des afficheurs et quelques représentants d'association, en tout vingt-cinq personnes. Phrase relevée dans l'introduction du président de séance : « Le maire de Paris et moi-même ne sommes ni publiphobes ni laxistes. » Le maire du XV<sup>e</sup> arrondissement a parlé de « pollution », de « logorrhée publicitaire inacceptable ». Un haut fonctionnaire a proposé que le problème de la publicité soit abordé de façon globale, au-delà des quelques secteurs très ponctuels inscrits à l'ordre du jour. Aucune réponse claire ne lui a été apportée sur-le-champ. Le représentant de Paysages de France a aussitôt exprimé son soutien à ladite proposition.

## IV ■ « Paysages de France »

Association agréée, spécialisée notamment dans la lutte contre l'affichage publicitaire. M.N.E.I., 5, place Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; tph. 04 76 03 23 75, tcp. 04 76 88 83 64.

## V ■ Catalogue (voir aussi rubrique suivante)

- *Le Publiphobe* n° 1 à 46 (2 pages par numéro ; série complète : 35 F, port et enveloppe compris).

- « Cistude et calicot » (4 pages).

## VI ■ Commandes des articles du catalogue

Envoyez une enveloppe timbrée (prévoyez la taille et 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).

## VII ■ 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° 47 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.