

N° 81 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-8-2004

Sporadique (15^e année). Dernier numéro paru : 1^{er}-6-2004.

Feuille 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).

I ■ Action-cinéma à Rouen le 24 juillet 2004

Le 24 juillet 2004, sept militants du « Réseau-groupe Anti-Pub » sont passés à l'action dans le cinéma UGC de Rouen Saint-Sever. Ils avaient choisi de perturber l'espace publicitaire précédant la diffusion du long métrage. Le moment venu, une banderole a été déroulée devant l'écran (« Halte à l'agression publicitaire ! Libérons l'espace public ! Résistance ! »), et les messages publicitaires ont été couverts par des sifflets... Les perturbateurs ont reçu le soutien des spectateurs, auxquels rendez-vous a été donné à la fin de la séance. C'est sous les applaudissements du public que les militants ont rejoint leurs places à la fin de l'agression publicitaire sans avoir eu à déplorer l'intervention des agents de sécurité du cinéma. Après le long métrage, un tract a été distribué à la sortie de la salle. Un débat s'est ensuite engagé autour d'un verre avec une petite dizaine de spectateurs, sur la place qu'occupe aujourd'hui la publicité dans notre vie, sur l'antipublicité, mais également sur le film qui venait d'être diffusé. L'action doit être renouvelée très prochainement. (Source : reseau@no-log.org.)

II ■ Mort pour la publicité (hommage à Samuel Owino-Odhiambo)

Le 5 juillet 2004, vers deux heures moins le quart, dorment dans leurs lits respectifs : Pierre-Jean Delahousse, président de Paysages de France (association agréée), lequel passe une bonne partie de son temps à solliciter des autorités la dépose des dispositifs publicitaires en infraction ; Dominique de Villepin, ministre de l'Intérieur, qui persiste à ignorer les courriers du précédent ; Bernard Prévost, préfet de la Vienne, qui néglige obstinément de faire appliquer le Code de l'environnement dans son département ; Gérard Herbert, maire de Chauvigny, petite ville touristique de la Vienne, peu soucieux du respect de la loi et du cadre de vie de ses administrés ; l'afficheur qui a vendu à cette commune huit panneaux publicitaires de douze mètres carrés en infraction (car situés hors agglomération) dont Paysages de France demande la dépose – procès-verbal à l'appui – depuis plus de deux ans. Se trouve aussi dans les bras de Morphée monsieur Tout-le-monde, qui a refusé, la veille, sur le marché de Chauvigny, de signer une pétition contre la dégradation des paysages par la publicité, se disant qu'« il y a des choses plus importantes ».

À cette même heure avancée de la nuit, à un kilomètre au nord de Chauvigny, sur la route départementale 749, Samuel Owino-Odhiambo, médecin de 53 ans, perd le contrôle de sa voiture et quitte la chaussée dans un virage. Le sable qui borde la route à cet endroit devrait lui permettre de finir sa course sans encombre. Mais, du sable, émerge le pied métallique d'un panneau publicitaire de douze mètres carrés en infraction... et la voiture, pourtant robuste, se transforme, sous la violence du choc, en un tas de ferraille. Le conducteur est mort. La presse (*Centre-Presse* et *la Nouvelle-République du Centre-Ouest*) publiera le lendemain des photos de la carcasse. Sur la magouille politique qui a permis que ledit panneau restât en place, s'adresser aux gendarmes locaux, lesquels, de source sûre, seraient sincèrement outrés par cette affaire.

III ■ Des enfants périgourdins proposent une loi contre la publicité à l'école

Le 5 juin 2004, lors du 11^e Parlement des enfants, seize élèves de l'école de Saint-Michel-de-Double (Dordogne) ont fait une proposition de loi « visant à protéger les enfants de la publicité dans les écoles ». Le 24 mai, ils s'étaient déjà illustrés en froissant puis déversant, au pied d'un marronnier de Saint-Astier, 30 kg de prospectus collectés dans leurs boîtes aux lettres.

Exposé des motifs : « Mesdames, Messieurs, aujourd'hui la publicité est partout : télévision, radio, journaux, magazines, affiches devant les écoles, internet, cinéma. Nous avons constaté qu'il y avait beaucoup de publicité pour les enfants, notamment en période de Noël. En France, au moins 3 millions d'enfants sont la cible de la publicité. Or nous en craignons les conséquences sur la santé : obésité, alcoolisme, tabagisme, ainsi que sur l'environnement : destruction du paysage, augmentation des déchets. Aussi, la publicité est créatrice d'inégalités entre les enfants. C'est pourquoi nous présentons cette proposition de loi, afin de tenter de protéger les enfants de la publicité dans les écoles. »

Proposition de loi : « Article 1^{er} – Les activités pédagogiques effectuées dans la classe ou hors de la classe (visites) ne doivent pas présenter le nom de l'entreprise. Article 2 – Les panneaux publicitaires ne doivent pas se trouver à moins de 300 m des écoles. Article 3 – Il est interdit de mettre des affiches publicitaires, ou portant le nom d'une marque, dans la classe. Article 4 – La distribution d'échantillons ou de tracts publicitaires est interdite à la sortie des écoles. »

IV ■ Autocollant « boîte aux lettres » du ministère de l'Écologie

Le 16 juin 2004, le ministre de l'Écologie a annoncé la création d'un autocollant antipublicitaire pour boîte aux lettres. Ont été imprimées un million d'étiquettes vert et blanc (8,5 x 5 cm) portant l'inscription : « L'abus de prospectus est dangereux pour ma planète... Merci d'épargner ma boîte aux lettres ! Non aux imprimés publicitaires et aux gratuits sans adresse. Oui au journal de ma collectivité. » Ces étiquettes gratuites sont disponibles dans les mairies de certaines communes (dont Paris). Cette louable initiative n'étant assortie d'aucune mesure coercitive obligeant les distributeurs de prospectus à en tenir compte, on est en droit de douter de son efficacité. Le ministre aurait toutefois précisé qu'en cas de non-respect des autocollants, une loi pourrait être votée en 2005... L'opération semble avoir rencontré un succès qui dément les allégations comme quoi les Français apprécieraient de recevoir de la publicité dans leur boîte : Le Publiphobe ayant passé commande au ministère d'un millier d'exemplaires, il lui a été répondu (fin juillet) qu'elle ne pourrait être honorée « avant plusieurs semaines, le temps du tirage ».

V ■ Errata

La rédaction présente ses excuses aux lecteurs pour avoir oublié, d'une part, la virgule après « sévère », juste sous le titre du numéro 79 ; d'autre part, l's du pluriel d'« espace », à la deuxième ligne du premier paragraphe de la 3^e section du numéro 80. Ces deux fautes, signalées respectivement par François Brune et Gérard Durand, ont valu à ces derniers un prolongement gratuit (cinq numéros) de leur abonnement au *Publiphobe*.

VI ■ Paysages de France libère Saint-Vérand (Isère)... et gagne 2 000 euros !

En 1999, un panneau publicitaire d'une dizaine de mètres carrés (vantant un supermarché) « orne » une clôture de jardin, à Saint-Vérand. C'est interdit. Paysages de France, association agréée, demande au maire, puis au préfet de l'Isère, de le faire enlever. Aucun des deux n'obtempère, se mettant ainsi dans l'illégalité. En 2000, Paysages de France saisit le tribunal administratif. Comme par miracle, le panneau saute peu de temps après. Mais, pour le maire et le préfet, c'est trop tard : ils auraient dû, selon la loi, répondre immédiatement à la demande de l'association. Le 6 juin 2004, le tribunal condamne l'État à payer 2 000 euros (plus 750 euros de frais d'avocat) à Paysages de France. Deux mille euros pour un seul panneau !

VII ■ Barbouillage dans le métro de Paris (13 juin 2004)

Le 13 juin 2004, une vingtaine d'antipublicitaires s'étaient donné rendez-vous à 19 heures sur un quai de la station Château-Landon. Du fait de la présence d'étudiants en audiovisuel, le groupe s'est scindé en deux : ceux qui acceptaient de se laisser filmer et ceux qui n'acceptaient pas. Les deux groupes ont sillonné le réseau du métro en inscrivant sur les affiches des slogans tels que : « Stop à la pollution visuelle et mentale... Réveillons-nous ! On n'est pas condamnés à être des cons-sots-mateurs... Hypocrisie, mensonge, hédonisme, mercantilisme, propagande. La pub est l'huile du système... Consommez au pas publicitaire... Brûle, c'est débile, comment faire du fric... Ne pensez pas... Attention, la pub rend con !... Mais qui sont ces pubeux qui tapent sur nos têtes ?... Vive les normes, à bas la liberté, vive la pub ! La passivité des femmes encouragée... » L'un des groupes a eu maille à partir avec les forces de l'ordre. (Un autre barbouillage collectif aurait eu lieu le 28 juillet 2004.)

VIII ■ Neuvième interpellation d'un barbouilleur multirécidiviste

(1) Le 6 juillet 2004, à 15 h 30, Y. G. retrouve, avenue de Versailles, à Paris, une journaliste (de *Paris-Match*) et un photographe. Il s'agit de photographier ce barbouilleur notoire en action. À 15 h 45, muni de bombes de peinture, il s'exécute sur deux affiches parmi les douze alignées par l'afficheur Dauphin à proximité du métro Mirabeau. (Lieu familier, puisqu'il y a connu sa toute première interpellation, en tant que barbouilleur, en avril 2001 [v. n° 58].) Sur la première affiche (publicité pour une bière), il inscrit, en grosses lettres de couleur : « Légitime réponse » ; sur l'autre (publicité pour une voiture) : « Pollution visuelle ». (*À l'heure où nous bouclons, soit vingt-cinq jours plus tard, la première inscription est toujours en place.*)

(2) À peine a-t-il fini de tracer la dernière lettre, à 15 h 55, qu'une voiture de police passe à l'improviste. Trois agents en descendent pour demander à l'activiste des comptes... et une pièce d'identité. Un piéton d'un certain âge, rosette à la boutonnière et de la fureur plein les yeux, apostrophe le barbouilleur : « À votre âge ! — Vous avez la Légion d'honneur ? lui demande celui-là. — Oui. — Qu'avez-vous fait pour l'avoir ? » Le légionnaire ne répond pas. « Un jour, c'est peut-être moi qui l'aurai pour ça ! » lui lance l'interpellé, l'index tendu vers les lettres peintes encore toutes fraîches. Le médaillé hausse les épaules avant de tourner les talons. Quant au photographe, accusé par les policiers de les avoir pris en douce, il se voit réclamer la pellicule. Son refus d'obtempérer entraîne l'appel d'un officier de police judiciaire, lequel se fera longuement attendre. À son arrivée, le barbouilleur lui remet des articles qui ont paru dans la presse sur son activité favorite et lui donne les raisons de l'action du jour. La pellicule n'en est pas moins confisquée (en échange d'une promesse de restitution), et le barbouilleur embarqué.

(3) Rue de la Faisanderie (vers 16 h 45), la vue du commissariat le ramène trois ans en arrière. À 17 heures, on le fait entrer dans un bureau. L'un des deux officiers présents, qui a eu vent des faits, ne cache pas son étonnement : « Je m'attendais plutôt à voir un jeune de quinze ans ! » L'interrogatoire, qui ne durera qu'une vingtaine de minutes, se déroulera sous le signe de la détente, voire de la cordialité, d'autant que de nouveaux exemplaires desdits articles sont donnés à l'officier qui découvre donc qu'il a affaire à un multirécidiviste déterminé. Après avoir résumé les faits sur son écran d'ordinateur, le policier saisit encore cette phrase : « Je prends acte que sont confisquées les trois bombes qui ont permis ce méfait. » « Vous vous êtes trompé, lui dit le barbouilleur, ce n'est pas « méfait », mais « bienfait ». Rectification accordée avec le sourire... et des guillemets. Sur le procès-verbal remis par l'officier, est cochée la case « A » : « Vous allez faire l'objet d'une procédure devant le tribunal de police. »

IX ■ Agenda

8 septembre 2004, région parisienne : réunion publique mensuelle de R.A.P., de 20 h à 23 h (se renseigner pour le lieu).
16 octobre, Seine-Saint-Denis : colloque sur la Rentrée sans marques (contact : Casseurs de pub).

X ■ Carnet d'adresses

- *Brisons nos chaînes !* (revue du Réseau pour l'abolition de la télévision) : 145, r. Amelot, 75011 Paris.
- *Casseurs de pub* (la revue de l'environnement mental) : 11, pl. Croix-Pâquet ; tph. 04 72 00 09 82 ; tcp. 04 78 28 57 78 ; internet : antipub.net.
- La Meute (réseau contre la publicité sexiste) : 163, r. de Charenton, 75012 Paris ; internet : lameute.org.free.fr.
- Paysages de France (association agréée, spécialisée notamment dans la lutte contre l'affichage publicitaire) : M.N.E.I., 5, pl. Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; tph.-tcp. 08 71 74 06 11 ; internet : paysagesdefrance.free.fr.
- Résistance à l'agression publicitaire (R.A.P.) [association concurrente du Publiphobe] : 53, r. Jean-Moulin, 94300 Vincennes ; tph. 01 43 28 39 21 ; tcp. 01 58 64 02 93 ; internet : antipub.net.

XI ■ Catalogue

- Prochain numéro seulement : 15 centimes + une enveloppe timbrée à votre adresse.
- Série complète des 80 numéros parus (8,50 euros, port et enveloppe compris).

XII ■ Abonnement et commandes

- Abonnement : 6 euros les dix numéros (soit un peu plus d'un an). [*Abonnement spécial malvoyants : 10 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).

N'oubliez pas de photocopier ce n° 81 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.
(Le Publiphobe est actuellement visible sur le site internet : indesens.org.)