

N° 97 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-10-2006

« Ne jugez pas un cheval d'après la selle. » (Proverbe chinois.) Dernier numéro paru : 1^{er}-8-2006 (17^e année).

Feuille sporadique 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). (« LP » : renvoi à un ancien numéro ; « V. sect. » : renvoi à une section du présent numéro.)

I ■ Colère d'un publicitaire après le jugement de deux barbouilleurs

La peine symbolique (200 euros avec sursis) infligée à deux barbouilleurs de Montpellier, le 4 juillet 2006 (LP n° 96), a suscité la colère d'un publicitaire (Christophe Lambert), dont les propos ont été reproduits dans *Le Midi Libre* du lendemain :

« C'est scandaleux. Ce n'est pas une sanction, c'est un encouragement à recommencer. Dans un état de droit, on ne peut pas saccager des espaces commerciaux et publics ! [Ces actions] sont initiées (*sic*) par des groupes absolument pas représentatifs de ce que les gens pensent dans leur grande majorité de la publicité en France. Mais ce sont des groupuscules qui bénéficient malheureusement d'une sympathie coupable, de la part de la justice, comme de la part d'un certain nombre de médias. Leurs actions, leurs mots traduisent une forme d'altercapitalisme avec, derrière tout ça, un fond de publiphobie des élites. Ça permet un effet de caisse de résonance mais ça reste, je le répète, décalé par rapport aux sentiments qu'éprouvent les Français pour la publicité. En France, on aime la bonne publicité. Pas celle, vulgaire, qui avilit. La bonne publicité apporte un peu d'humour, de légèreté ou de poésie à ce qui serait seulement marchand sans elle. Parfois on constate des excès. Et il est vrai que la publicité prend beaucoup de place, dans les médias notamment. Mais voilà, la publicité est devenue un mode de financement très répandu. Qui permet d'autoriser la gratuité de la télévision par exemple. Il ne faut jamais l'oublier : la gratuité, ça coûte très cher. »

II ■ Adrexo à Levallois-Perret : quand le loup s'agenouille devant l'agneau

Adrexo distribue les prospectus dans les boîtes aux lettres. (C'est un de ses employés qui, en 2004, s'était fait arrêter par la police avec l'aide d'un résident, puis menotter, au Kremlin-Bicêtre [LP n° 84] : l'individu avait utilisé illégalement un passe-partout pour s'introduire dans l'immeuble.) Adrexo se targue d'être devenue, cette année, « nouvel opérateur postal ». Un certain nombre de Français étant hostiles à la distribution des prospectus dans les boîtes aux lettres, vécue comme une agression, Adrexo a distribué dans les boîtes aux lettres de Levallois-Perret (notamment) un prospectus qui se présente comme une « information » officielle émanant d'une autorité. L'image, celle d'une jeune femme avenante revêtue d'un uniforme qui la ferait presque passer pour une factrice, sert d'illustration à une lettre datée du 26 mai 2006 et signée du directeur général : « Madame, Monsieur, Savez-vous que le marché postal en France s'ouvre à la concurrence et fait place à de nouveaux acteurs ? Nous tenons à vous informer personnellement qu'Adrexo devient le 1^{er} opérateur postal privé français. Chaque jour, des messagers aux couleurs d'Adrexo vont venir livrer une partie du courrier publicitaire des habitants de votre ville. Leur disponibilité et leur professionnalisme vous garantiront une distribution efficace. Vous les croiserez prochainement dans votre résidence. Nous vous remercions de leur faciliter l'accès à vos boîtes aux lettres et de leur réserver le meilleur accueil. Sincères salutations. »

Sans doute Adrexo craint-elle que ses employés malvenus ne subissent morsures de pitt-bull, jets de pierre, seaux d'eau ou... menottes ! En les coiffant d'une casquette, pense-t-elle faire oublier ce qu'ils sont avant tout : des intrus.

III ■ Collectif des déboulonneurs : deux élus accompagnent les barbouilleurs au Trocadéro (Paris)

(1) Le Collectif des déboulonneurs (V. sect. XII), né à Paris et entré en action fin novembre 2005 (LP n° 91 à 96), a déboulonné fin septembre 2006. Extension au niveau national en cours. Revendication principale : 50 x 70 cm maximum pour toutes les affiches publicitaires. Moyen d'action : désobéissance civile non-violente en légitime réponse.

(2) Cette fois, seul Paris a déboulonné. Le rendez-vous public avait été annoncé sur les ondes (France Info le 24, LCI le 27, Ici et maintenant le 28...). Le 29 septembre, à 19 h 30, une cinquantaine de personnes se retrouvent place de Varsovie, en contrebas du palais de Chaillot. Une quinzaine de photographes et journalistes (Agence France-Presse, France Inter, *Le Parisien*, *Max*, *Zaléa TV*...) et quelques dizaines de policiers sont présents. Après des prises de parole sur fond de tour Eiffel illuminée, tout le monde se rend au Trocadéro, pollué, à l'angle de l'avenue Georges-Mandel, par quatre panneaux déroulants de l'afficheur Avenir. À 20 h 15, à peine l'adjoint au maire du 13^e arrondissement (Jean-François Pellissier, Alternatifs) a-t-il le temps de proclamer son soutien, que sept militants s'élancent à l'assaut des panneaux et les couvrent de slogans antipublicitaires bombés à la peinture.

(3) Les forces de l'ordre, qui ont probablement reçu la consigne de patienter jusqu'à ce point seulement, entrent en action. Les militants se laissent descendre de leurs escabeaux et se retrouvent à l'intérieur d'une fourgonnette. Tandis que des agents s'alignent devant les panneaux déboulonnés et encerclent les sympathisants, ceux-ci chantent « Le Barbouilleur » (LP n° 72). Après le départ du convoi, toutes sirènes hurlantes, deux ou trois orateurs prennent la parole, parmi lesquels le délégué au tourisme du 11^e arrondissement (Jean-Christophe Mikhaïloff, Parti radical de gauche). Vers 20 h 30, dispersion dans le calme.

(4) Au commissariat de la rue de la Faisanderie, les antipublicitaires sont parqués dans une cellule ouverte. L'un d'eux raconte aux autres qu'un policier lui a confié qu'il approuvait leur action. Ils sont interrogés séparément. Tous assument leur acte (l'un d'eux allant jusqu'à déclarer que sa principale motivation est la Légion d'honneur). Trois d'entre eux se laissent photographier et prendre les empreintes digitales. En revanche, tous refusent de se soumettre au prélèvement de leur ADN, nouvelle obligation légale destinée au fichage génétique des criminels. Les barbouilleurs sont libérés les uns après les autres autour de 23 heures.

(5) *Le Parisien* du lendemain relate l'action. Photos sur les sites www.deboulonneurs.org et www.bap.propagande.org.

IV ■ Un barbouilleur lyonnais en maison de justice

(1) Nicolas Léchopier, du Collectif des déboulonneurs de Lyon, avait déboulonné, le 25 février 2006, devant plusieurs sympathisants, un panneau publicitaire du groupe JCDecaux, en bombant dessus : « Obéis, consomme » (LP n° 94). La police n'était pas là, mais la presse si, laquelle avait divulgué par la suite les coordonnées du collectif. Celui-ci s'était donc vu transmettre par la police la plainte de l'afficheur qui réclamait le remboursement des frais de nettoyage. Nicolas s'était rendu au commissariat, où devait lui être remise une convocation en maison de justice pour le 7 septembre, « pour réparation du préjudice et rappel à la loi ». Par cette procédure, le procureur de la République, pour éviter un procès, charge un délégué de faire comparaître les parties dans son bureau et de proposer un règlement du dossier au parquet. Mais Nicolas voulait un procès.

(2) Le 7 septembre, il se rend donc chez le délégué du procureur avec l'intention de refuser ce mode de règlement. Les quelques membres du collectif qui l'accompagnent se voient refuser le droit d'assister à l'entrevue. Nicolas est reçu seul par le délégué.

(3) L'afficheur est absent. Au regret du délégué comme du barbouilleur, qui s'estime la victime dans cette affaire. Il explique son acte en déclarant qu'il en assumera les conséquences, ayant agi dans le sens de l'intérêt public, mais qu'il ne dédommagera pas l'afficheur, coupable de harcèlement moral et d'envahissement de l'espace public. Le délégué dit que lui-même n'est pas là pour donner son avis sur la publicité... Mais, quelques instants plus tard, familier qu'il est de la petite délinquance, du surendettement et autres misères, il lâche : « C'est vrai que nous sommes dans une société de consommation, cela fait des dégâts. »

(4) Durant cet entretien de trois quarts d'heure, Nicolas a eu le sentiment que le délégué du procureur, sensible aux motifs de son action, était plus soucieux de l'aider par des conseils que de le sermonner (« Pourquoi ne pas porter plainte vous-même ? » ; « Ah ! non, si vous voulez un procès, il ne faut pas s'y prendre comme ça... »). À l'issue de cette comparution, un procès-verbal est dressé, et l'affaire fait l'objet d'un classement sans suite. Il n'y aura pas de procès.

V ■ Barbouilleurs érabouillés

Rubrique dédiée aux barbouilleurs antipublicitaires dont Le Publiphobe ne peut garantir l'état d'esprit au moment des faits mais auxquels certains lecteurs auront peut-être à cœur de porter assistance morale ou financière. Informations données sous réserve.

Lyon, 28 novembre 2003 : dans le cadre d'une soirée nationale d'actions (LP n° 76), de nombreuses personnes sont interpellées pour avoir barbouillé des dispositifs publicitaires dans le métro. Six seulement assument cet acte. Le 18 septembre 2006, ces six-là ont été jugées par le tribunal correctionnel, en présence de nombreux sympathisants et de la presse. Le 25 septembre, chacune a été condamnée à 800 euros d'amende dont 600 avec sursis. Les six devront également payer, de façon solidaire, 1 000 euros de dommages et intérêts aux Transports en commun lyonnais. Contribution aux frais d'avocat : chèques (avec mention au dos : « procès des barbouilleurs de Lyon ») de 5 euros ou plus à l'ordre de « RAP », 53, rue Jean-Moulin, 94300 Vincennes.

Vincennes, 3 mai 2005 : Benjamin Chevillard et d'autres personnes arrachent les affiches de la station de métro Bérault. Benjamin seul se voit infliger une amende de 65 euros qu'il refuse de payer. Il écrit à la RATP pour motiver son refus. Son amende est portée à 375 euros. Benjamin n'obtempère pas. Le 3 août 2006, il reçoit du Trésor public un « avis d'opposition administrative », avec menace de saisie immédiate sur son compte bancaire. Renseignements : bchevillard@indesens.org.

VI ■ Propos épars

Jack-Alain Léger (écrivain) [à propos de la télévision] : « Ils ont le tout-à-l'écran comme on a le tout-à-l'égout... » (*Hé bien ! la guerre*, Denoël, 2006, p. 278.)

Maurice Lévy (PDG de Publicis) : « C'est tout à fait respectable de contester la publicité et ses effets. Mais c'est de l'inconscience que de détériorer un bien. La publicité est une activité respectable et c'est faire peser un risque sur elle que de bousiller les campagnes. » (*Aujourd'hui en France*, 27-6-2006.)

VII ■ Paysages de France libère Privas (Ardèche)

Paysages de France (V. sect. XII) avait en vain demandé à l'afficheur Avenir de démonter ses panneaux publicitaires scellés au sol, à Privas. L'association avait alors, fin juillet 2006, assigné l'afficheur. Celui-ci a obtempéré à la fin de l'été.

VIII ■ Palindromes de Gérard Durand (gérant du rare)

Un palindrome est un groupe de mots qui, lu indifféremment dans les deux sens, garde la même signification. *Le Publiphobe* s'honore de compter parmi ses lecteurs un des plus grands spécialistes en la matière, et des plus prolifiques (plusieurs milliers de créations). En voici une nouvelle fournie en rapport avec le thème de notre publication : « Rude mal, Éva ! La télé t'a lavé l'âme. Dur ! » ; « En réclame, cassé, cessa ce mal cerné. »

IX ■ Erratum

La rédaction de *Publiphobe* présente ses excuses aux lecteurs pour avoir, à la 2^e ligne de la section V du numéro 96, omis le mot « panneau ». Gérard Durand (gérant du rare), qui nous a signalé cette faute, a donc vu son abonnement prolongé de cinq numéros gratuits, conformément à l'offre permanente en vigueur.

X ■ Grand-messe à la Consommation (Angers, 30 septembre 2006)

Une cinquantaine de membres des collectifs antipublicitaires de l'Ouest (Angers, La Rochelle, Laval, Le Mans) ont participé, dans les rues d'Angers, le 30 septembre, à une « grand-messe à la Très Sainte Consommation », lors de laquelle des panneaux publicitaires ont été barbouillés. (Film visible sur le site de la Médiathèque antipub de l'Ouest : <http://antipub.12h60.com/>.)

XI ■ Langue de téléspectateur

Point n'est besoin d'avoir la télévision (ou plutôt d'être eu par elle) pour observer les dégâts de cette machine à propager les virus : tout le monde a, dans son entourage, au moins un téléspectateur, qu'il suffit d'écouter. Par exemple, le téléspectateur finit par dire : « J'attendrai que tu m'e-mailles (ou : me mailles) sa réponse. » Le non-téléspectateur, lui, s'obstine à dire : « J'attendrai que tu me courrielles sa réponse. »

XII ■ Carnet d'adresses

- *Casseurs de pub* (la revue de l'environnement mental) : 11, pl. Croix-Pâquet, 69001 Lyon ; tph. ; www.casseursdepub.org.
- Collectif des déboulonneurs : 24, rue Louis Blanc, 75010 Paris ; deboulonneurs@no-log.org ; www.deboulonneurs.org.
- Paysages de France : M.N.E.I., 5, pl. Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; www.paysagesdefrance.free.fr.
- Résistance à l'agression publicitaire (R.A.P.) : 53, r. Jean-Moulin, 94300 Vincennes ; tph. ; www.antipub.net.

XIII ■ Catalogue

- Prochain numéro seulement : 15 centimes + une enveloppe timbrée à votre adresse.
- Série complète des 96 numéros parus (10 euros, port et enveloppe compris).

XIV ■ 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).

Ce numéro 97 peut être photocopié et diffusé.

Yvan Gradis

Le Publiphobe, 67, rue Saint-Jacques, 75005 Paris, France. Tph. 01 45 79 82 44.

(Les 93 premiers numéros du *Publiphobe* sont téléchargeables gratuitement sur le site internet : www.indesens.org.)