

# N° 99 LE PUBLIPHOBIE 1<sup>er</sup>-12-2006

« Il ne faut pas juger un paquet d'après ses ficelles. » (Proverbe français.) Dernier numéro paru : 1<sup>er</sup>-11-2006 (17<sup>e</sup> année).

Feuille sporadique concentrée (à diluer dans une bassine avant absorption), créée le 1<sup>er</sup> janvier 1990 et déclarée comme association 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). (« LP » : renvoi à un ancien numéro ; « V. sect. » : renvoi à une section du présent numéro.)

## I ■ Procès du 12 janvier 2007 à Paris : un début de mobilisation encourageant

Rappel : sept membres du Collectif des déboulonneurs (dont le rédacteur du *Publiphobe*) se sont vu remettre, à l'issue de leur barbouillage d'octobre, une convocation devant le tribunal correctionnel de Paris, pour le 12 janvier 2007. Depuis un mois, la mobilisation s'organise. Les prévenus ont rencontré leur avocat, M<sup>e</sup> François Roux (Montpellier). Trois personnalités ont accepté de témoigner : Claude Got (professeur de santé publique), Jean-François Pellissier (adjoint au maire du 13<sup>e</sup> arrondissement) et Maurice Pergnier (professeur d'université émérite). Les soutiens affluent (certains sont consultables sur le site [www.deboulonneurs.org](http://www.deboulonneurs.org)). Une conférence de presse aura lieu le 9 janvier, et une manifestation et un débat public seront organisés le jour de l'audience. Si celle-ci devait être reportée, Le Publiphobe l'annoncerait, la veille, sur son répondeur téléphonique. Les Parisiens peuvent manifester leur soutien en se rendant au barbouillage du 23 décembre, à 11 heures. Contribution financière au procès : chèque à l'ordre du « Collectif des déboulonneurs », 24, rue Louis-Blanc, 75010 Paris.

## II ■ Collectif des déboulonneurs : les barbouillages continuent sur fond de procès

Le Collectif des déboulonneurs (V. sect. IX), né à Paris et entré en action fin novembre 2005 (LP n<sup>os</sup> 91 à 98), a de nouveau barbouillé, comme prévu, fin novembre. Extension au niveau national en cours (bienvenue à La Rochelle !). Revendication principale : 50 x 70 cm maximum pour toutes les affiches publicitaires. Moyen d'action : désobéissance civile non-violente en légitime réponse. Un procès a déjà eu lieu à Montpellier, un autre aura lieu à Paris en janvier 2007 (V. sect. I).

**Novembre 2006.** Le 25, à 16 h, à **Lille** (rue Gustave-Delory), 2 panneaux des afficheurs JCDecaux et Clear Channel ont été barbouillés par 1 militante, devant 50 personnes, dont plusieurs journalistes. Arrivée tardive, et sans conséquence, d'une poignée de policiers. Interprétation du « Barbouilleur » (adaptation du « Déserteur » de Boris Vian). Articles avec photo dans *La Voix du Nord* du 26, *Lilleplus* du 27, *Nord Éclair* du 30. Reportages sur France 3-Lille métropole, le 27 à 19 h, et sur France Bleu. Le 24, à 17 h, à **Montpellier** (devant la faculté Paul-Valéry), 1 panneau de l'afficheur JCDecaux a été barbouillé par 2 militants, devant 35 personnes, dont un cadreur de télévision, et une fourgonnette de police d'où aucun agent ne s'est décidé à sortir. Interprétation du « Barbouilleur qui r'met ça » (adaptation du « Poinçonneur des Lilas » de Serge Gainsbourg). Le 24, à 20 h, à **Paris** (rue de la Gaîté), 2 panneaux de l'afficheur Avenir (groupe JCDecaux) ont été barbouillés par 4 militants, devant 80 personnes, dont deux élus en écharpe tricolore (Charlotte Nenner, adjointe au maire du 10<sup>e</sup> arrondissement, et René Dutrey, premier adjoint au maire du 14<sup>e</sup> et président du groupe Les Verts au Conseil de Paris), et en présence de plusieurs journalistes et d'une vingtaine de policiers. Interprétation du « Barbouilleur ». Interpellation des 4 militants, relâchés une heure et demie plus tard. Dépêche de l'Agence France-Presse le soir même. Le 25, à 16 h 30, à **La Rochelle** (av. du Général-de-Gaulle), 1 panneau de l'afficheur JCDecaux a été barbouillé par 2 militants, devant 40 personnes, dont quelques journalistes (*Sud-Ouest*, France Bleu...). En marge de l'action, 2 obstacles urbains du pollueur JCDecaux se sont vu priver de leur affiche. Le 18 (*sic*), à 11 h, à **Rouen** (au pied de la côte de Bonsecours), 3 panneaux des afficheurs Dauphin et JCDecaux ont été barbouillés par 1 militant, devant 25 personnes, dont quelques journalistes. Le barbouilleur s'est ensuite livré à la police. Article avec photo dans *Paris-Normandie* du 20. (Photos et comptes rendus détaillés : [www.deboulonneurs.org](http://www.deboulonneurs.org), [www.bap.propagande.org](http://www.bap.propagande.org).)

## III ■ Phrases

- (1) Hier les travailleurs de la mer, aujourd'hui les travailleurs de la marque.
- (2) Hier chair à canon, aujourd'hui chair à panneau.
- (3) On se plaint des déjections canines, jamais des déjections publicitaires dans lesquelles on marche mille fois plus souvent.
- (4) Maladie de Decaux : champignon urbain proliférant.
- (5) Le balayeur de rue comme le barbouilleur d'affiche font œuvre de salubrité publique, mais le barbouilleur ne touche aucun salaire, et le balayeur ne passe jamais à la télévision.
- (6) Les gens jugent les publicités : celle-ci bonne, celle-là mauvaise ; celle-ci belle, celle-là moche ; celle-ci nulle, celle-là géniale ; celle-ci sublime, celle-là vulgaire ; celle-ci débile, celle-là spirituelle... Les poissons qui mordent à l'hameçon ne font pas tant de manières.
- (7) Qu'un livre ait été vendu, comme on le clame, à 500 000 exemplaires, qu'un film ait fait, comme on l'affiche, 2 000 000 d'entrées, ce doit être vrai, ce n'est pas négligeable, et cela mérite en effet d'être connu. Mais que cela prouve-t-il ? Que la campagne publicitaire a fait mouche, et non que les 500 000 ou 2 000 000 de cibles ont été satisfaites. Tout le mérite à la campagne !
- (8) Les affiches accaparent la vue, comme les moucherons, l'air ambiant. Si l'air est palpable, les moucherons ne se laissent pas attraper. Au contraire, si la vue est inatteignable, les affiches sont tangibles. Alors on bat l'air pour chasser les moucherons, et l'on barbouille les affiches pour dégager la vue.

## IV ■ Des orphelins de la police aux orphelins de la publicité (un cas de publiphobie)

En septembre 2005, M<sup>me</sup> Pincet, parisienne, reçoit une lettre à en-tête d'Orphéopolis (Orphelinat mutualiste de la Police nationale). En haut à gauche, sous le logo de l'association, figure la mention suivante : « Merci, Madame PINCET, d'avoir accepté d'aider les orphelins de la Police nationale ! » (NDLR : M<sup>me</sup> Pincet n'a jamais accepté de les aider.) Mention suivie, juste en dessous, par une autre : « Grâce à votre don de 35 euros, ensemble, nous allons pouvoir réussir leur année scolaire. » (NDLR : Les mots « votre don » n'étant assortis d'aucun verbe, M<sup>me</sup> Pincet peut se figurer qu'il s'agit d'un don passé qu'elle aurait oublié. En l'occurrence, il s'agit d'un don à venir... éventuellement !)

Extraits de la lettre : « Chère Madame Pincet, je souhaite tout d'abord vous remercier pour l'accueil téléphonique que vous avez réservé à ma collaboratrice Mademoiselle Guimaro. (NDLR : M<sup>me</sup> Pincet n'a jamais reçu d'appel de ladite demoiselle.) Je tiens

aussi à vous dire combien je suis personnellement touché par votre réponse immédiate et par l'attention que vous portez aux enfants orphelins de policiers. (NDLR : Dans le contexte d'un publipostage, les termes « personnellement touché », qui ont un sens précis en français, prennent ouvertement M<sup>me</sup> Pincet pour une imbécile, et l'expression « votre réponse immédiate », dont on ne sait, là encore, si elle renvoie au passé ou au futur, ne peut qu'augmenter le trouble de la destinataire.) « Comme vous l'a dit ma collaboratrice par téléphone, les orphelins accueillis par notre institution ont perdu leur maman et/ou leur papa policier. » (NDLR : Atteinte par la résonance affective des mots « maman » et « papa », M<sup>me</sup> Pincet n'est plus en état de se demander si elle a bien reçu un appel de ladite collaboratrice.) « Laissez-moi vous remercier de tout cœur pour ce geste si généreux. Sachez aussi que les éducateurs de notre institution sont très touchés par votre confiance. Ils ne manqueront pas de m'envoyer des nouvelles des enfants pour que je puisse vous les communiquer et vous prouver à quel point votre don est utile. » La signature du président (Sébastien Glane) est suivie d'un post-scriptum : « N'en doutez pas, Madame, votre don de 35 euros sera très utile pour nos orphelins. N'hésitez pas aussi, si vous le souhaitez, à joindre un petit mot d'encouragement pour leur année scolaire. Pour ces enfants qui ont perdu leur parent, cela leur réchauffera le cœur de savoir que vous pensez à eux ! » Le bas de la feuille est constitué d'un « bulletin de générosité » à découper, sur lequel apparaissent trois cases à cocher suivant le montant choisi : 35 euros, 50 euros, 100 euros. La case « 35 euros » est accompagnée de la mention entre parenthèses : « montant de ma promesse de don ». La sensibilité de M<sup>me</sup> Pincet, doublée de ce sentiment de culpabilité minimal, si répandu, que l'on appelle traditionnellement « la peur du gendarme », l'amènera probablement à mettre la main au chéquier. « On ne sait jamais... J'ai peut-être fait cette promesse par téléphone. Mieux vaut ne pas me mettre mal avec la police ! »

Le procédé est banal – qui n'a reçu ce genre de lettre ? –, et les publicitaires ne sont pas les premiers coquins dans l'histoire de l'humanité. Ce type de tartuferie (analysé et pourchassé par la lettre trimestrielle *Arnaques-Infos*, 3, allée de Roz-Avel, 29000 Quimper) n'est pas souvent abordé par *Le Publiphobe*, dont le rédacteur se souvient néanmoins que ce fut une telle lettre qui, en 1980, le fit sortir définitivement de ses gonds. Commentaire : ce ne sont ni la police ni ses orphelins qui sont ici en cause, mais les publicitaires, ou plutôt leur méthode, ou plutôt le fait qu'une telle méthode soit permise. Question : les auteurs de semblables manipulations ne risquent-ils pas un jour de susciter la création d'Orphéopublis, au profit des orphelins de la publicité ?

#### **V ■ Hommage à Bertrand Poirot-Delpech**

L'écrivain et journaliste, de l'Académie française, est mort le 14 novembre 2006. Même si les rapports s'étaient distendus entre le rédacteur du *Publiphobe* et lui (probablement parce que le premier avait dénoncé les pratiques publicitaires d'un quotidien auquel le second était particulièrement attaché), il n'est pas question d'oublier l'immense apport de Bertrand Poirot-Delpech à la cause antipublicitaire. D'abord par ses coups de griffe réguliers dans *Le Monde*, ensuite par son parrainage médiatique du *Publiphobe* (*Le Monde*, 23-10-1991) et de Résistance à l'agression publicitaire (*Le Monde*, 24-6-1992), à la fondation de laquelle il avait pris part. Le 30 avril 1990, il avait écrit au rédacteur du *Publiphobe* nouveau-né : « Nos réactions se rejoignent. Cette conjonction me rassure. Les pollueurs sont si puissants, et si dociles les foules polluées, que la résistance dépend entièrement de refus individuels comme les nôtres. Je crois que c'est affaire de tempérament, mais aussi d'attachement aux livres, ceux d'hier surtout. À leur lumière, la stupidité et la bassesse des messages qui environnent notre vie apparaissent d'autant mieux. Une des difficultés de la "résistance" vient de ce que les publicitaires, forts de leur puissance de feu, nous présentent comme des atardés mal dans leur époque, etc. Modernité, que de crimes on aura commis en ton nom ! » Une citation pour finir : « Si les oiseaux avaient la télévision, il y a longtemps que leurs chants se confondraient » (*Le Monde*, 30-1-1991).

#### **VI ■ 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 : « C'est de ça dont j'ai envie. » Le non-téléspectateur, lui, s'obstine à dire : « C'est de ça que j'ai envie. »

#### **VII ■ Paysages de France libère Villars (Loire)**

En août 2005, Paysages de France demande au maire de Villars et au préfet de la Loire de faire démonter 45 panneaux publicitaires illégaux. En novembre, l'association réitère sa demande. En janvier, le préfet l'informe que le dossier est étudié. En février 2006, Paysages de France relance le préfet sans succès. En avril, elle saisit le tribunal administratif afin que le juge enjoigne au préfet de faire respecter la loi et qu'il condamne l'État à indemniser l'association pour le préjudice subi. En octobre, les 45 panneaux sont démontés... sans que l'association ait eu connaissance de la prise d'arrêtés de mise en demeure par le préfet.

#### **VIII ■ Agenda**

9 décembre 2006 : journée nationale de déversements de prospectus publicitaires (Paris : 14 heures, place d'Italie, côté sud).

9 décembre, Le Mans : débat à 20 heures sur « Publicité et enfant », MJC Prévert, 97, Grande-Rue, Vieux-Mans.

22 décembre, Lyon : soirée antipublicitaire, à 20 heures, au café *De l'Autre Côté du Pont*, 25, cours Gambetta.

22-23 décembre, Lille, Paris, Rouen... : barbouillages du Collectif des déboulonneurs (Paris et Rouen, le 23 à 11 heures !).

#### **IX ■ Carnet d'adresses**

- *Casseurs de pub* (la revue de l'environnement mental) : 11, pl. Croix-Pâquet, 69001 Lyon ; <http://casseursdepub.org/>.

- Collectif des déboulonneurs : 24, rue Louis Blanc, 75010 Paris ; [deboulonneurs@no-log.org](mailto:deboulonneurs@no-log.org) ; [www.deboulonneurs.org](http://www.deboulonneurs.org).

- La Meute (réseau contre la publicité sexiste) : 163, r. de Charenton, 75012 Paris ; [www.lameute.fr](http://www.lameute.fr).

- Paysages de France : M.N.E.I., 5, pl. Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; <http://paysagesdefrance.free.fr>.

- Résistance à l'agression publicitaire (R.A.P.) : 53, r. Jean-Moulin, 94300 Vincennes ; tph. 01 43 28 ; [www.antipub.net](http://www.antipub.net).

#### **X ■ Catalogue**

- Prochain numéro seulement : 15 centimes + une enveloppe timbrée à votre adresse.

- Série complète des 98 numéros parus (12 euros, port et enveloppe compris).

#### **XI ■ 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 99 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](http://www.indesens.org).)