

N° 171 LE PUBLIPHOBIE 1^{er}-4-2025

« La mouche se brûle à la chandelle. » (Proverbe français.) Dernier numéro paru : 1^{er}-12-2024 (36^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. » : voir section ... du présent numéro.)

I ■ Que crève la baudruche ! (billet d'humeur en guise de coup de pied de l'âne, par Yvan Gradis)

(1) « Que la publicité soit ou non comparable au fascisme, lui résister constitue le meilleur entraînement à toute forme de résistance. » (*Le Publiphobe* n° 3, 1^{er} octobre 1990.)

(2) Ce 31 mars 2025, à Paris, trois juges du tribunal correctionnel ont condamné certains élus d'un parti nationaliste français d'extrême droite à de lourdes peines de prison, ainsi qu'à des amendes et des dédommagements substantiels. Ces élus, parmi lesquels la propre fille du feu fondateur du parti, candidate à l'élection présidentielle de 2027, étaient poursuivis pour détournement de fonds publics (4 millions d'euros) au détriment du Parlement européen, financé par l'argent du contribuable, notamment français. En outre, les juges ont prononcé contre ces voleurs-tricheurs des peines d'inéligibilité dites « provisoires », c'est-à-dire à effet immédiat, et de long terme, compromettant à coup sûr l'ambition présidentielle de la candidate délinquante.

(3) Les partisans dudit parti – dont nous escamoterons le nom ainsi que celui de ses fondateurs et représentants, de manière à ne pas leur faire une publicité supplémentaire, comme nous le faisons depuis toujours pour les marques commerciales – déplorent un jugement « politique » rendu par des juges partiaux, coupables, selon eux, d'un abus de pouvoir. Les opposants au même parti se félicitent au contraire d'une décision qui relèverait selon eux de la simple application de la loi, la même pour tous.

(4) Donnons raison aux partisans, non pour déplorer une sentence émanant de juges « politisés », mais pour l'approuver. La justice n'est pas une science exacte : elle est affaire, non d'application mécanique, mais d'appréciation subjective de la part de personnes sensibles que sont les magistrats.

(5) Et si, dans le for intérieur des trois juges, la sévérité desdites sanctions avait été inspirée par certaines considérations historiques et le souci de la démocratie ? Libre aux historiens, politologues, journalistes, essayistes de tout poil de contester cette hypothèse, s'agissant ici d'un simple billet d'humeur, où le risque intellectuel constitue la règle.

(6) Notre conviction, à la fois intime et prudente, repose sur des faits rapportés par les aînés, répertoriés dans les œuvres de culture générale, et observés directement de nos propres yeux.

(7) Le parti politique incriminé, constitué, au début des années 1970, à partir d'un ramassis d'antisémites obsédés par un prétendu « pays réel » dont le Juif, éternel « errant », serait à exclure, de racistes ou suprématistes nostalgiques d'une colonisation de l'Afrique, d'anciens suppôts du nazisme et du III^e Reich, ce parti n'aurait jamais dû excéder la dimension d'un groupuscule.

(8) De quel vent favorable a donc bénéficié ce tas de braises groupusculaire pour, cinquante ans plus tard, le faire dégénérer en incidence avec, à la clé, 11 millions de suffrages, soit 33 % des 33 millions de votants, aux élections législatives de 2024 ?

(9) Du vent de la publicité télévisuelle. Lequel souffla, en France, à partir de 1968, d'abord sous la forme d'une brise légère, puis, à partir des années 1980, sous celle d'un ouragan dévastateur.

(10) Qui dit publicité dit recherche d'audience maximale. Qui dit audience dit recours à des hochets que l'on agite sous le nez du téléspectateur comme sur le berceau du nourrisson, tant il est vrai que la télévision « fai[t] rire les vieux du rire des enfants » (Charles Baudelaire, *Les Fleurs du mal*, « Les Métamorphoses du vampire », 1857). Des hochets conçus dans la perversité des techniques modernes de manipulation et qui suscitent l'attention du téléspectateur, la retiennent jusqu'au moment de l'engouffrer dans les « tunnels » publicitaires. Et le tour est joué : le contenu des messages commerciaux (ou institutionnels) se déverse directement, par l'œil et l'oreille, dans le cerveau du client ou citoyen soumis.

(11) Le hasard de l'Histoire fait que le principal fondateur, et président, du fâcheux groupuscule avait tout pour constituer un hochet amusant susceptible de divertir et captiver les foules : d'abord un bandeau de pirate sur un œil perdu on ne sait dans quelles circonstances, et qui lui confère un prestige de baroudeur ; ensuite une mâchoire inférieure de molosse qui menace à tout moment de déborder d'une bave haineuse et rageuse ; enfin une verve, mêlée de gaillardise et du culot séduisant de l'extrémisme. Car, oui, rien de plus séduisant qu'un extrémiste culotté, en face d'un modéré falot. Le culot de la caricature, le grotesque de la marionnette.

(12) Aussi les invitations à l'écran ne tardèrent-elles pas à pleuvoir : les animateurs composent leurs plateaux comme une maîtresse de maison le fait avec des fromages, sans se priver des plus savoureux, odorants, voire délicieusement fétides... C'est là, dans ce choix journalistique d'inviter le pirate pittoresque et drôle à l'antenne, que réside l'origine de son succès. « Il y a des gens qui n'auraient jamais été amoureux s'ils n'avaient jamais entendu parler de l'amour » (François de La Rochefoucauld, *Réflexions ou Sentences et Maximes morales* [n° 136], 1664). Remplacez « amour » et « amoureux » par « extrême droite »... Hormis l'atavisme antisémite, islamophobe ou xénophobe transmis dans certains groupes humains de génération en génération, la haine pousse, par mimétisme, grégarisme, ou simplement vulnérabilité économique, pour ne pas dire pauvreté, nombre d'esprits faibles ou démunis dans les bras des démagogues.

(13) En dehors des impératifs d'audience aux fins publicitaires, rien, absolument rien, dans les années 1980 et 1990, n'obligeait les journalistes de télévision à mêler l'engeance populiste, fût-ce par le truchement d'un tribun aussi nauséabond que jovial et dégoulinant de rancune, aux invités distingués, respectueux et respectables, mais ennuyeux, de leurs journaux et débats.

(14) C'est sans doute ce « mauvais film » ou ce « mauvais feuilleton » du demi-siècle écoulé qu'avaient en tête les trois juges parisiens en accablant l'héritière, digne fille de son père malgré le limage des crocs et griffes, et la mise en sourdine des aboiements, tentative stratégique de « dédiablement ».

(15) Puisse le tribunal, par sa salutaire et courageuse décision, contribuer à crever le groupuscule-baudruche qui n'a que trop dissimulé son illégitimité sous le masque d'une (im)posture démocratique et populaire ! A bas la France rance ! (v. VIII.)

II ■ Vers l'interdiction du démarchage téléphonique sans consentement (Assemblée nationale, 6 mars 2025)

(Information relayée par RAP [v. VII].)

Le 6 mars 2025, la proposition de loi visant à interdire la prospection par téléphone dès 2026 a été adoptée à l'unanimité, à l'Assemblée nationale. Pour entrer en vigueur, le texte doit encore être voté dans les mêmes termes au Sénat. Si la proposition de loi est adoptée, il s'agira d'une victoire appliquant la liberté de réception défendue par RAP.

L'association défend ce principe depuis longtemps. Il faut préciser que le précédent texte sur le service « Bloctel » entrainé en conflit avec le texte du Règlement général de protection des données (RGPD) qui interdit la collecte des données dans des listes sans consentement. Le texte actuel n'est qu'une mise en conformité avec le RGPD, mais aussi une précision quant à son application pratique dans ce domaine et un renforcement des textes en vigueur face à ces abus.

En 2024, cette proposition de loi avait été déposée par un sénateur, puis discutée et votée à l'unanimité au Sénat. Le texte voté à l'Assemblée nationale a amendé le texte du Sénat. Les sanctions contre ces abus sont renforcées par rapport au texte précédent car elles alourdissent la durée d'emprisonnement à 5 ans, et font monter l'amende à 500 000 euros pour une personne physique et à 20 % de leur chiffre d'affaires annuel moyen pour les entreprises.

Le texte devra poursuivre sa navette parlementaire, pour aboutir à une version commune entre l'Assemblée et le Sénat.

III ■ Paysages de France libère Montalieu-Vercieu (Isère)

En 2021, une des entrées de ville de Montalieu-Vercieu est « récompensée » par un des prix de la France moche attribués par Paysages de France (v. VII). Le maire de la commune, particulièrement irrité par ce prix, met en demeure l'association d'en supprimer toute mention sur son site internet, ce qu'elle se refuse à faire. Le maire assigne alors l'association en justice au motif qu'elle porte atteinte à l'image de la commune et à ses habitants, que ses statuts n'autorisent pas l'organisation d'une telle manifestation ou encore que ce prix a eu des répercussions négatives sur l'activité économique. Dans son jugement du 28 novembre 2024, le juge rappelle que « toute personne a droit à la liberté d'expression [...] sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques ». Il souligne également que l'opération « prix de la France moche » s'inscrit parfaitement dans le cadre des objectifs de l'association et « qu'en agissant conformément à son objet, dans le but d'intérêt général et de préservation de l'environnement [...] l'association Paysages de France n'a pas abusé de son droit de libre expression », ajoutant qu'elle « n'a fait qu'alerter l'ensemble des citoyens, par l'humour et la critique, sur la pollution visuelle, alimentant ainsi un débat d'intérêt général ».

IV ■ 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 : « Il veut quoi ? » Le non-téléspectateur, lui, s'obstine à dire : « Qu'est-ce qu'il veut ? » ou « Que veut-il ? »

V ■ Propos éparés

Michel MAFFESOLI (sociologue français des XX^e et XXI^e siècles) : « L'espèce humaine comme toute espèce vivante, animale et végétale a besoin de racines pour grandir. Être "hors-sol", branché sur divers appareils et constamment énérvé par les diverses sollicitations publicitaires qui surchargent les paysages familiers empêche le développement de nos forces intérieures, individuelles et collectives. La permanence des paysages naturels, la continuité des paysages urbains offrent aux hommes cet enracinement dynamique, ce lien avec le passé qui seul constitue la puissance vitale d'une société. Lutter contre l'envahissement par diverses sollicitations visuelles et sonores dans nos paysages familiers, paysages naturels, de montagne, de campagne, de mer, paysages urbanisés, témoins de notre histoire commune, n'est pas un plaisir de dandy ou d'esthète. C'est un devoir impérieux qui assure l'être-ensemble, maintenant et pour l'avenir en l'ancrant dans la tradition. » (Site internet de Paysages de France, 22 mars 2025.)

Simone WEIL (philosophe française du XX^e siècle) : « La publicité doit être rigoureusement limitée par la loi ; la masse doit en être très considérablement réduite ; il doit lui être strictement interdit de jamais toucher à des thèmes qui appartiennent au domaine de la pensée. De même, il peut y avoir répression contre la presse, les émissions radiophoniques, et toute autre chose semblable, non seulement pour atteinte aux principes de moralité publiquement reconnus, mais pour la bassesse du ton et de la pensée, le mauvais goût, la vulgarité, pour une atmosphère morale sournoisement corruptrice. Une telle répression peut s'exercer sans toucher si peu que ce soit à la liberté d'opinion. » (*L'Enracinement. Prélude à une déclaration des devoirs envers l'être humain* [réédité en 1943], Paris, Gallimard, 1949.)

VI ■ Agenda

28/29-6-2025, Rouen : assemblée générale de RAP (v. VII).

VII ■ Carnet d'adresses

- Casseurs de pub : 52, rue Crillon, BP 36003, 69411 Lyon Cedex 06 ; tél. 04 72 00 09 82 ; internet : www.casseursdepub.org.
- Collectif des déboulonneurs : contact@deboulonneurs.org ; www.deboulonneurs.org.
- Paysages de France : 5, pl. Bir-Hakeim, 38000 Grenoble ; tél. 06 32 04 49 19 ou 06 51 47 89 51 ; internet : <http://paysagesdefrance.org/>.
- Résistance à l'agression publicitaire (RAP) : 24, r. de la Chine, 75020 Paris ; tél. 01 43 66 02 04 ; internet : www.antipub.org.
- Subvertisers International : info@subvertisers-international.net ; <http://subvertisers-international.net>.

VIII ■ Catalogue

- Prochain numéro seulement : 20 centimes (en timbres) + une enveloppe timbrée à votre adresse.
- « Baudruche "nationale" (un point de vocabulaire politique) », par Yvan Gradis, écrit en 1995 (1 page).

IX ■ Abonnement et commandes

- Abonnement : 10 euros les dix numéros (soit un peu plus d'un an). [*Abonnement spécial malvoyants : 14 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 171 (avril 2025) peut être photocopié et diffusé.

Yvan Gradis

Le Publiphobe, 67, rue Saint-Jacques, 75005 Paris, France. Tél. 06 17 78 74 83.

(La série complète du *Publiphobe* est téléchargeable gratuitement sur le site : <http://antipub.org/ressources/a-lire/le-publiphobe/>.)