Témoignages

JOURNAL FONDÉ EN 1944 PAR LE Dr RAYMOND VERGÈS

[Retour au format normal](#)

CAMPAGNE ANTI-PUBLICITÉ Stop à la peste publicitaire

Publié dans l'édition du **16 janvier 2007**
(page 3)

Le 12 janvier 2007, sept membres du collectif des déboulonneurs sont passés devant le tribunal correctionnel de Paris le matin pour dégradation de panneaux publicitaires. Dans la nuit du 12 et 13 janvier, à La Réunion, une action citoyenne anti-publicité a été menée sur Saint-Leu contre une dizaine de panneaux publicitaires grands formats.

« *Stop à la pub, pollueur visuel, pub makro, bèrk, désobéissance civile, qui paie la pub ?, pub ras le bol...* » le message est on ne peut plus clair. La prolifération d'encarts vantards sur le quartier Trois lettres est constante. Cette pollution publicitaire agace, surtout quand on connaît le pouvoir d'achat des Réunionnais. Les déboulonneurs péi témoignent par la même leur solidarité aux déboulonneurs de l'Hexagone. On se rappelle que des militants avaient il y a quelques années barbouillé une construction saint-leusienne jugée trop proche du milieu marin, et en dissonance architecturale avec le site réunionnais. Mais pour l'heure, c'est effectivement les premiers à engager une telle action à l'encontre de la publicité envahissante. Encore faudrait-il compter notre talentueux Jace qui "gouzoute" à La Réunion ?

Toujours est-il que le maire de Saint-Leu lui-même, Jean-luc Poudroux adhère à cette démarche, nonobstant la qualification de ce geste comme acte de vandalisme. Il souhaiterait d'ailleurs organiser un plan d'occupation de l'espace publicitaire dans sa commune, en collaboration de l'État. Un jour faudra-t-il protéger le site historique du Four à Chaux, et « *peut-être* » même tous les espaces historiques de Saint-Leu !

Coordonner l'espace publicitaire

L'action ciblée des déboulloneurs péi ouvre une brèche. Si Saint-Leu est une des villes les plus touchées, toutes les villes réunionnaises ont leurs panneaux. Il faudrait donc s'interroger de la place accordée à l'espace publicitaire, mais à l'échelle de l'île. Ce sont même souvent les Réunionnais qui louent un espace publicitaire dans leur jardin, pour pouvoir bénéficier

d'un complément de revenu. C'est aussi un fait. Le département également est en cause, puisque les panneaux fleurissent à longueur de route départementale. Et les communales ont aussi leur point publicitaire stratégique, comme les routes nationales.

Bref ! La publicité ronge nos terres, nos paysages. Et porte-monnaie en souffrance. C'est à qui fait du profit, mais davantage il revient aux industriels et commerces en tout genre. Stop ! crierons-nous. La Réunion a pourtant passé sans ménagement les étapes, d'une société d'exploitations agricoles à une société du crédit, de la consommation à tout va. Et voilà qu'il faut acheter impérativement tel objet, parce que sans cela la vie n'est plus possible. Sans davantage extrapoler, il faut également décrier l'exploitation de travailleurs bon marché à travers le monde. Les marques n'ont pas de sentiment syndical. Prévaut uniquement la moisson profitable de la consommation. Encore faudra-t-il tomber, "de haut", sur campagnes mensongères ? Nous savons combattre nos pestes végétales, à quand une véritable coordination de l'espace publicitaire ? Sans pollution de sites, sans lavage de cerveau ?

Bbj

Historique du mouvement anti-pub

Années 30 : Leavis, un critique littéraire anglais, lance dans sa revue une croisade morale et culturelle contre l'"abrutissement" pratiqué par les médias et la publicité ⁵ Cette opposition à la publicité perdurera dans la tradition des cultural studies, reprise par des universitaires marxistes britanniques .

1960-1970 : Le mot "publiphobie", déjà attesté dans la littérature, est repris en chœur par des groupes pop comme Carpe Diem et Mona Lisa.

Essais de [Jean Baudrillard](#) "Théorisations, Revendications et Détournements par l'[Internationale Situationniste](#)"

1967 : La publicité fait son entrée à la télévision française. En protestation, le potier Jean Tessier défile seul à Paris sur les Champs-Élysées avec un drapeau français orné de crêpe.

1968 : Album "L'Informa-consommation", de [Sempé](#)

Mai 1971 : Dans Planète consacré à l'[Internationale situationniste](#), Pierre Hahn écrit : « *Ce sont eux qui "piratent" la publicité en la surchargeant de graffitis, ce sont eux qui savent rire de toutes les révolutions, de toutes les récupérations, [...] ce sont eux toujours qui affirment : "Nous avons fondé notre cause sur presque rien : l'insatisfaction et le désir irréductible à propos de la vie" ».*

1972 : « *Tout le monde il est beau, tout le monde il est gentil* », de [Jean Yanne](#).

1977 : En Californie, autour de San Francisco, le Billboard Liberation Front, le Front de libération du panneau-réclame détourne des publicités. Il fait des émules jusqu'en Australie, par exemple où le Billboard Utilizing graffitists against unhealthy promotions, le BUG-UP (Graphiteurs utilisant les panneaux-réclame contre les promotions malsaines), atteint son apogée en 1983 avec un des détournements de campagne les plus spectaculaires.

1987 : Paris : « *L'Homme est unique, ne le gâchons pas* », un message affiché sur 1.000 panneaux 4m x 3m pendant quelques semaines. Première contre-publicité humaniste de l'association « Les Humains Associés » sur un espace publicitaire proposé gratuitement par les afficheurs, invitant à une réflexion humaniste et écologique pour un éveil de la conscience.

1988 : Paris : « *Et si on parlait d'amour* », deuxième campagne des

humains associés sur 600 panneaux, invitant les passants à écrire librement sur des grandes affiches blanches. De larges échos dans les médias nationaux (télévision, radio, presse écrite).

1989 : Naissance du magazine [Adbusters](#) à [Vancouver](#), Canada

Paris « *Aux âmes citoyens* » : campagne nationale d'affichage des "Humains Associés" l'année de la commémoration du bicentenaire de la Révolution française et de la Déclaration des [Droits de l'Homme](#).

1990 : 1er numéro du "Publiphobe" d'Yvan Gradis.

Paris "Aimé soit qui Terre y pense", campagne nationale de contre-publicité [écologique](#) des "Humains Associés" (visuel de la terre vue du ciel).

1992 : premier événement de la [journée sans achat](#), appelée alors **No shop day** lancée par un canadien Ted Dave6 avec le slogan enough is enough ! (assez c'est assez).

[Pierre-Jean Delahousse](#) fonde "[Paysages de France](#)" à [Grenoble](#).

Yvan Gradis, [François Brune](#) et René Macaire créent "Résistance à l'Agression Publicitaire" (RAP).

1993 : Mark Dery publie la brochure : Culture jamming, hacking, slashing and sniping in the Empire of Signs (en français : la résistance culturelle, s'attaquer à l'Empire des Signes à la hache, au couteau et au ciseau)

1997 : Dans "Le Monde de l'éducation" de septembre, l'académicien [Michel Serres](#) dénonce « *la marée hurlante des affiches les plus horribles* » et s'étonne que « *le public lui-même se soumette et ne fomente jamais de réunion ni de forme de foule en proie à une ire prophétique pour détruire et brûler ces panneaux honteux et leurs auteurs au milieu* ».

New-York opération remarquée : une campagne anti-tabac utilise les espaces publicitaires des taxis : les affiches Virginia slime (bave au lieu de slims mince) et "cancer country" (pays du cancer) côtoient les vraies affiches

1999 : Mise en place du "Comité des créatifs contre la publicité" (CCCP) par Vincent Cheynet, ancien directeur artistique chez Publicis.

Lancement de la revue "[Casseurs de pub](#)" à Lyon Par Vincent Cheynet.

1ère Semaine sans télé.

2003 : Automne : Actions spectaculaires dans le métro parisien (600 personnes) et avec un effectif moindre dans d'autres villes : [Montpellier](#), [Rouen](#), [Lyon](#) et [Lille](#).

2005 : Sortie du documentaire [Un rêve tchèque](#) détournement publicitaire et réflexion sur la consommation.

Création du Collectif des Déboulonneurs, prônant la [désobéissance civile non-violente](#) comme mode d'action.

2006 : [Alex Smith](#) réalise le documentaire Montauban et les 400 panneaux. Le réalisateur a suivi le collectif Anti-pub 82 à [Montauban](#) pendant quelques mois afin de montrer l'invasion de l'espace public par les panneaux publicitaires et les actions possibles afin de récupérer cet espace.

12 janvier 2007 : Le 12 janvier 2007, sept membres du collectif des déboulonneurs sont passés devant le tribunal correctionnel de Paris le matin pour dégradation de panneaux publicitaires. Dans la nuit du 12 et 13 janvier, à la Réunion, une action citoyenne anti-publicité a été menée sur Saint-Leu contre une dizaine de panneaux publicitaires grands formats.

à [retrouver](#) sur :
http://fr.wikipedia.org/wiki/Antipub#Historique_du_mouvement_antipub

[Retour au format normal](#)

Stop à la peste publicitaire

Article paru dans Témoignages le mardi 16 janvier 2007 (page 3)

URL : http://www.temoignages.re/article.php3?id_article=19802