

10 juin 2006 :
4^{ème} Journée nationale de déversement de prospectus publicitaires

A l'appel de la Brigade Antipub, Résistance à l'agression Publicitaire, Chiche !, le Centre National d'Information Indépendante sur les Déchets (CNIID)

Protocole d'action : le guide du déverseur

1°/ Principe de l'action :

La 4^{ème} édition de la journée de déversement aura lieu le **samedi 10 juin 2006 dans un lieu symbolique de votre choix, dans de nombreuses villes de France.**

L'action consiste à se réunir le jour J à l'endroit choisi, afin d'y déverser les prospectus publicitaires (imprimés non adressés) récoltés dans nos boîtes aux lettres au cours des mois précédents. Le tas de prospectus ainsi obtenu permet d'exposer au grand jour le scandale invisible de l'envahissement publicitaire de nos boîtes aux lettres : plus de 40 kilos de papier par an et par boîte.

Il s'agit bien entendu d'une action légale et non-violente. A la fin de l'opération, le tas de prospectus est ramassé par le service de nettoyage municipal et envoyé au recyclage (cf. 3°).

Lors des premières éditions, nous nous proposons de déverser la pub devant les mairies. Cependant, cette action étant souvent perçue comme une sorte de « retour à l'envoyeur », nous préférons maintenant laisser le libre choix du lieu de déversement : certains organisateurs préféreront une action devant un hypermarché ou un centre commercial, d'autres devant le bureau de Poste central, ou encore une place fréquentée de centre-ville. L'essentiel étant, en fin de compte, d'être visibles du grand public.

Nota : dans le cas d'un déversement devant la Mairie, il ne s'agit pas d'attaquer les maires ou les municipalités mais, au contraire, de s'adresser à eux et de les associer à l'action. En effet, c'est aux maires que revient en premier lieu la question du traitement des déchets (ou via une intercommunalité). D'autre part, les maires sont les interlocuteurs les plus proches de la population et ont un pouvoir de pression vis-à-vis des députés pour renforcer la législation. Ils peuvent aussi participer à la sensibilisation de la population par des campagnes municipales sur la gestion des déchets.

2°/ Revendications :

La connaissance des situations dans des pays voisins, comme le Portugal ou la Belgique (région de Bruxelles), nous permet de proposer des mesures concrètes et réalistes pour faire reculer de manière significative le fléau des prospectus.

3 grandes revendications pour cette action :

- que l'autocollant « stop pub » posé sur la boîte aux lettres (qu'il s'agisse de celui du ministère ou de n'importe quel autre autocollant), qui n'a pour l'instant qu'une valeur symbolique, soit assorti d'une **loi prévoyant de lourdes sanctions financières** envers les entreprises de distribution de prospectus en cas de non-respect, comme c'est le cas par exemple en Allemagne et au Portugal.

- que le coût de retraitement des prospectus (110 millions d'euros en 2000) soit **entièrement pris en charge par les distributeurs** et non plus par les collectivités locales, sans dérogation possible.

- que soit mis en place un plan national de **réduction à la source** de ces déchets, avec des objectifs concrets de diminution des volumes produits et de leur impact environnemental, comme c'est le cas dans la région de Bruxelles.

Pour plus de détails sur le contexte législatif actuel et ces revendications, se reporter à l'argumentaire (**doc. « argumentaire »**).

3°/ Préparation de l'action :

- Entrer d'abord en contact avec la coordination pour savoir s'il y a déjà un organisateur dans votre ville (voir contacts en dernière page) et le cas échéant proposer de remplir ce rôle si vous le souhaitez. Cela permettra par la suite d'orienter toute personne souhaitant participer à cette opération de déversement.

- La manifestation doit être déclarée auprès de la municipalité. NB : Toute action de déversement non déclarée expose ses initiateurs à de fortes amendes pour dépôt illégal de déchets sur la voie publique.

Pour déclarer la manifestation :

a) D'abord prendre contact par téléphone avec le responsable du service environnement/nettoyage municipal de la mairie. Expliquer le principe de l'action de déversement et faire une demande pour que le service de nettoyage prévoie le ramassage des prospectus à la fin de la manifestation et veille à ce que le tout soit envoyé au recyclage (dans la mesure où le papier est effectivement recyclé dans votre commune).

b) Ensuite, envoyer la déclaration de manifestation à la mairie (à l'exception de Paris, Lyon et Marseille où il faut s'adresser à la préfecture), de préférence par télécopie. Vous pouvez vous aider du modèle de déclaration (**doc. « déclaration de manifestation »**).

Une fois la déclaration envoyée, vous pouvez de suite commencer à communiquer le lieu de l'action.

NB : il ne s'agit pas d'une demande d'autorisation, mais bien d'une déclaration de manifestation. La liberté de manifester est un droit constitutionnel : en principe, les pouvoirs publics ne peuvent refuser une manif, sauf trouble évident et justifié à l'ordre public à l'endroit prévu pour celle-ci. Dans ce cas, vous avez la possibilité de choisir un autre endroit.

4°/ Communiquer le principe de l'action

Le succès de cette action repose sur la mobilisation d'un maximum de participants et, bien entendu, l'accumulation d'une quantité significative de prospectus.

Pour diffuser l'information : un modèle d'affiche est à votre disposition (**doc. « affiche 10 juin »**), ainsi qu'un tract explicatif (**doc. « tract 10 juin recto / verso »**).

Vous pouvez :

- prendre contact avec les associations locales qui peuvent être intéressées par ce type d'action : associations citoyennes, altermondialistes, écologistes, de défense des consommateurs, conseils de quartier, etc.
- informer le grand public par voie d'affichage : le meilleur endroit, ce sont les halls d'immeuble, à proximité des boîtes aux lettres. S'il y a un gardien(ne) dans l'immeuble, expliquez brièvement le principe de l'opération : ils seront généralement ravis de placarder l'affiche, étant donné qu'ils sont les premiers contrariés par la prolifération des prospectus en tous genres. Si vous ne pouvez accéder à un immeuble, ne vous mettez pas dans l'illégalité et choisissez d'autres endroits pour afficher.
- Si vous habitez en zone pavillonnaire, faites le tour de votre voisinage, ce sera l'occasion de faire plus ample connaissance avec les gens de votre quartier.
- Autres possibilités d'affichage : les commerces, cafés, laveries, panneaux d'affichage public, bibliothèques, maisons de quartier...

Informer les médias :

Le groupe de coordination se charge de la communication nationale de l'évènement. C'est à vous de contacter les médias locaux.

Le plus simple est de faire une annonce le plus tôt possible auprès des médias, pour appeler à la conservation des prospectus. Et quelques jours avant le déversement, un rappel de l'évènement indiquant le lieu de rendez-vous.

5°/ Comment récupérer et stocker les prospectus

Idée : une petite caisse/corbille au pied de l'affiche posée à proximité des boîtes aux lettres, permet de rassembler la publicité de tout son voisinage sans effort. Il suffit de relever de temps en temps le contenu de la boîte et de le stocker chez soi ou dans un local quelconque.

Le stockage des prospectus prend peu de place, contrairement à ce que l'on pourrait s'imaginer. A titre indicatif, le rédacteur de ce protocole habite dans un studio de 20m² et n'a eu aucun mal à stocker 100 kg de pubs pour la précédente action.

Si vous avez la possibilité d'avoir un lieu de stockage à proximité du lieu de déversement, c'est encore mieux... cela vous facilitera l'acheminement des prospectus le jour J.

Et si vous êtes très très motivé-e, vous pouvez faire la liste des gardien-ne-s intéressé-e-s et organiser une ou plusieurs tournées de collecte pour récupérer leur moisson de prospectus.

6°/ Le jour du déversement :

a) L'acheminement :

Eviter, dans la mesure du possible, d'utiliser des voitures pour transporter les prospectus. Privilégier les sacs de sport, cabas, valises, brouettes, grandes poubelles roulantes, chariots de supermarché, vélos à remorque ou triporteurs, charrettes à bras, charrettes à cheval, bref tout mode de transport non polluant. Si vous êtes trop éloigné du lieu de déversement, préférer les transports en commun ou le covoiturage.

b) Le déversement :

Le déversement en lui-même peut prendre diverses formes. Les comptes-rendus des précédents déversements (consultables sur www.bap.propagande.org) sont une bonne source d'inspiration.

Quelques idées :

- une mise en scène sous forme de rituel humoristique, par exemple le Publicitaire Inconnu progressivement enseveli sous la masse de papier (en lui laissant de quoi respirer, tout de même...). On a aussi vu surgir un monstropub, visiblement mécontent, lors d'une des actions de juin dernier ; sans oublier bien sûr le Père Noël, un habitué de l'événement.
- faire un atelier de roulage en boule des prospectus, ce qui augmente considérablement le volume du tas et lui donne ainsi une certaine prestance. Recommandé pour les tas de moins de 300 kg.
- étaler les prospectus autour d'un arbre, histoire de rappeler quelle forme ils avaient...avant !
- écrire un message géant au sol, avec des lettres à base de prospectus (par exemple, le mot « INUTILE »). Ensuite, prendre une photo vue d'hélicoptère. :-)
- former des guirlandes géantes de prospectus, tapisser les murs ou le sol environnants...

En plus d'une table de presse où l'on pourra trouver des informations, il vous faudra ensuite assurer un peu d'animation autour du tas. Quelques idées :

- des panneaux explicatifs / revendicatifs, banderoles, bricolages divers, distribution de tracts
- une action de prière humoristique en louange à la surconsommation (informations et missel du consommateur à disposition sur www.consomme.org, vous pouvez même demander la prière spéciale prospectus en écrivant à obeis@consomme.org)

- des interventions orales sur les revendications liées à cette action, sur le système publicitaire, la gestion des déchets, etc. (un porte-voix peut s'avérer très utile)
- des ateliers divers : comment réduire ses déchets, comment faire des retours de pub à l'envoyeur, l'apprentissage du marqueur en 10 leçons...
- des musiciens, comédiens, jongleurs etc.
- de quoi faire un goûter, ça attire du monde !

Cette action est la vôtre, elle permet aux individus et aux associations de se rencontrer, de se fédérer, de recréer de la convivialité dans l'espace public, au moins le temps d'une après-midi. A vous de donner une couleur personnelle et conviviale à cet événement !

Si vous le souhaitez, du matériel supplémentaire est à votre disposition pour votre table de presse, sur demande :

- des documents sur la réduction et le retraitement des déchets (CNIID)
- le manifeste contre le système publicitaire (RAP)
- la pétition « Pas de publicité dans ma boîte aux lettres » (RAP)
- les visuels de Casseurs de Pub : www.casseursdepub.org

7°/ Après l'action

Afin d'être tous informés de ce qui s'est passé dans chaque ville, nous vous proposons d'envoyer un petit compte-rendu de votre action, avec vos impressions, quelques photos si vous en avez la possibilité, et en indiquant les retombées médiatiques locales (presse écrite, radio, télé, etc.). Ces comptes-rendus seront, comme pour les précédentes actions, publiés sur le site des Brigades AntiPub à l'adresse suivante : www.bap.propagande.org .

Contacts :

Jean-Christophe Vandeveld
 Résistance à l'Agression Publicitaire
 53 rue Jean Moulin 94300 Vincennes
 Tél : 01.43.28.39.21
contact@antipub.net - www.antipub.net

Florence
 Centre National d'Information Indépendante sur les Déchets (CNIID)
 21 rue Alexandre Dumas 75011 Paris
 Tél : 01.55.78.28.60
info@cniid.org - www.cniid.org