

PROGRAMME DE LA SEMAINE ANTIPUB

Vendredi 23 avril

Emission radio consacrée à l'idéologie publicitaire en présence de **François Brune**, auteur de *De l'idéologie aujourd'hui: analyses du discours médiatico-publicitaires* Offensive, émission d'Offensive Libertaire et Sociale
★21H à 22H30 sur **Radio Libertaire** (89.4 MHz)

Samedi 24 avril

Rassemblement festif contre la publicité

★14H à la **place du Châtelet**
(M° Châtelet, devant la fontaine)

Action nationale antipub: soyez inventif-ves...

★A partir de 19H au lieu de votre choix

Lundi 26 avril

Action pour la liberté d'expression et de circulation

★17H30 à la **place du Châtelet**
(M° Châtelet, devant la fontaine)

Mardi 27 avril

Projection-conférence-débat sur la publicité

Projection du film *Femmes affiches, femmes potiches, on en a plein les miches: un an de lutte du Collectif contre le publisexisme* – 37 mn.

Débat en présence de **François Brune**, auteur de *Le bonheur conforme* et de *De l'idéologie aujourd'hui: analyses du discours médiatico-publicitaires*, et de plusieurs **militant-es et groupes antipub**

★19H45 au **cinéma Le Barbizon**
(141 rue de Tolbiac 75013 Paris, M° Tolbiac)

Mercredi 28 avril

Rassemblement de soutien aux 62 inculpé-e-s antipubs (pour le résultat du délibéré du procès)

★13H devant le **Tribunal de Grande Instance de Paris** (4 bd du Palais 75005 Paris, M° Cité)

Jeudi 29 avril

Concert des Ongles noirs en soutien aux 62 inculpé-es antipubs

★22H au **Sentier des Halles** (50 rue d'Aboukir 75002 Paris, M° Les Halles, PAF: 8/10 euros)
www.lesonglesnoirs.net

SEMAINE du 23 au 29 avril 2004

ANTI- PUB



organisée par

- Collectif Contre le Publisexisme
- Dignité
- Fédération Anarchiste
- Offensive Libertaire et Sociale
- Résistance à l'Agression Publicitaire
- Réseau pour l'Abolition des Transports Payants
- Robert Johnson

contacts

06 68 44 01 50
semaineantipub@no-log.org

infos disponibles

<http://publisexisme.samizdat.net>
<http://offensive.samizdat.net>
<http://www.antipub.net>

La pub ou la liberté ?

CHAQUE JOUR DANS LE MÉTRO, la rue, les médias, sur les routes, nous recevons en moyenne 2500 messages publicitaires¹. Cette agression peut paraître anodine pour certain-es, elle est pourtant redoutablement efficace. Les annonceurs y consacrent plus de 24 milliards d'euros par an.

Vous pensez que la pub est une forme d'art? C'est avant tout une propagande marchande. Si les publicitaires font dans le beau, le rigolo ou le nouveau, c'est seulement pour vous faire mettre la main au porte-monnaie. Enfermé-es sous terre, ballotté-es dans les wagons, nous, usager-ères du métro, promeneur-euses ou chaland-es, sommes à la merci de l'avalanche d'affiches qui couvrent les couloirs, les quais, les bus, les rues, etc.

Les publicitaires profitent de notre passivité pour nous imposer des images, des idées et des désirs que nous ne choisissons pas, et dont le seul message est: pour exister, il faut consommer, acheter!

Les rengaines les plus réactionnaires sont ainsi chaque jour rebattues: la pub montre un monde formaté où le bonheur peut s'acheter (sic), où les rôles sexués (sexistes!) sont nettement tranchés (aux femmes-objets érotiques s'opposent les hommes virils et volontaires), où la couleur de peau vire à un blanc tristement uniforme (sauf pour les produits à base de noix de coco!), où les seules personnes âgées sont montrées comme atteintes d'un mal à éradiquer (pour la pub: vieillesse = laideur = abandon = mort).

Espace public ou espace soumis ?

Il est impossible d'éviter la pub qui «orne» les murs du métro, et plus largement tout l'espace public ainsi privatisé. Or ces images nous agressent en nous disant quoi penser, quoi rêver, comment se comporter et

nous imposent une image de nous-même dévalorisée. Alors que sévit toujours une loi (datant de 1942, donc de Pétain) qui sanctionne la distribution de tracts dans le métro, les publicitaires, eux, envahissent l'espace. Le règne sans partage de la marchandise sur nos vies est le fer de lance d'un ordre sécuritaire grandissant.

La liberté d'expression n'est pas tolérée: elle se paye ou se fait réprimer si elle déborde des cadres définis par l'Etat et les entreprises. Ainsi en est-il des personnes qui ont voulu exprimer leur refus de la pub. Résultat: une poignée d'entre elles sont attaquées en justice par Métrobus (filiale du groupe Publicis) et la RATP pour dégradation d'espaces publicitaires dans le métro. Et si c'était la pub qui dégradait nos relations sociales, nos aspirations, et plus largement nos vies? La publicité (tout comme le déploiement sécuritaire) pervertit l'espace public. Celui-ci devient une zone de contrôle et de consommation alors qu'il devrait être un lieu de vie collective, de création et de libre expression.

Nous refusons de nous laisser endoctriner passivement par des représentations capitalistes, sexistes, racistes, âgistes, homophobes, anti-écologiques et mortifères.

Nous voulons des espaces libérés de toute publicité. Nous soutenons et appelons à soutenir toutes les personnes qui résistent à la propagande publicitaire.

1. *Le Monde diplomatique*, Ignacio Ramonet, «La pieuvre publicitaire», mai 2001.

