

L'ASSIGNATION (JANVIER 2004)

Conséquence des quatre actions antipublicitaires massives, non-violentes et propres de l'automne 2003, la RATP et Métrobus, sa régie publicitaire (et filiale de l'agence Publicis), ont assigné, le 8 janvier, soixante-deux personnes : les auteurs du site internet qui avait diffusé l'« appel au recouvrement des espaces publicitaires » et une soixantaine de personnes parmi les quelque 350 interpellées. Les soixante-deux assignés, dont le procès aura lieu, à Paris (première section de la première chambre du tribunal de grande instance), le 10 mars, se voient réclamer un million d'euros en réparation des dégradations causées aux affiches du métro. Une défense collective, assurée par plusieurs avocats, a aussitôt été mise sur pied, ainsi qu'une collecte pour soutenir financièrement les assignés. Un programme de manifestations de soutien aux assignés (concerts, cortège, rassemblement, expositions, livre, pétition) a été mis en place. Une adresse électronique a été créée pour l'occasion.

Ce procès, terrible occasion de montrer de quel côté se situe la violence – du côté des images publicitaires ou bien de ceux qui les barbouillent ? –, contribuera au débat public indispensable sur la place de la publicité en général, et pas seulement dans le métro. La presse ne s'y est pas trompée, laquelle a déjà commencé à y faire largement écho. Puisse donc la société s'épargner le ridicule et le gâchis que constituerait une lourde condamnation de ces soixante-deux citoyens dignes de se voir un jour ériger des statues et décerner la Légion d'honneur pour avoir permis l'avènement d'un état plus harmonieux de notre civilisation !

LE PROCÈS (10 MARS 2004)

Soixante-deux personnes sont passées en procès, le 10 mars, à Paris pour avoir barbouillé des milliers d'affiches publicitaires dans le métro. La RATP et Métrobus, sa régie publicitaire, leur réclament près d'un million d'euros.

C'était la première instance. Vers 14 h 30, une centaine de personnes se rassemblent de l'autre côté du boulevard du Palais. La presse est au rendez-vous, y compris quelques journalistes étrangers. Peu après 16 heures, alors que plusieurs dizaines de personnes s'agglutinent dans la salle des pas perdus, le procès commence devant une salle comble. Outre la huitaine d'avocats, sont présents quatre témoins cités par la défense (un publicitaire « repent », un photographe italien, un professeur de philosophie et un militant antipublicitaire). C'est par leur bouche, essentiellement, que doit parler la cause antipublicitaire. Il n'en sera rien, le tribunal ayant jugé inutiles leurs témoignages. Dix minutes sont tout de même consenties à l'un des avocats de la défense pour résumer les motivations des barbouilleurs. Le temps d'évoquer l'agression perpétrée par la publicité à l'encontre des citoyens et de brandir à la face des juges quelques images choquantes, notamment sexistes, parues dans la presse. Le reste de l'audience, qui aura duré plus de deux heures, est consacré à l'examen de chaque cas personnel ainsi qu'à des querelles de chiffres.

Bref, un procès soporifique et quelque peu décevant par rapport à ce que le mouvement antipublicitaire espérait de ce premier grand rendez-vous avec la justice. Affaire mise en délibéré au 28 avril.

LE JUGEMENT (28 AVRIL 2004)

Le montant des condamnations s'élève, globalement, à près de 17 000 euros (jugement n° 04/02031).

Jugement (l'essentiel) « Il y a lieu de constater que les dégradations reprochées n'ont entraîné aux affiches publicitaires que des dommages légers, même si la réparation sur le plan pécuniaire peut être élevée. Elles ne sont constitutives que de fautes civiles correspondant aux simples contraventions de l'article R. 635-1 du Code pénal. » « Seul le préjudice prouvé peut être réparé. S'agissant des factures de Métrobus, elles ne peuvent être totalement probantes. En outre, l'altération n'a pas empêché toute communication du message publicitaire. » « Chaque personne doit être condamnée à 2 000 euros de dommages-intérêts – sauf Mmes C. et D. [qui ont collé "une photo de Salvador Dali au bas d'une affiche"], pour qui la réparation s'élève à 400 euros – au profit de Métrobus, à titre de préjudice moral compris, pour un euro, et à un euro au profit de la RATP pour atteinte à son image de marque. » « Enfin, il n'y a pas lieu de prononcer la mesure réclamée par les demandeurs, tenant à l'interdiction sous astreinte [de 10 000 euros] « à inciter et à participer à toutes manifestations antipublicité dans le métro », alors que la liberté d'expression peut valablement se manifester, même sur ce terrain, dès lors qu'il y a respect des droits d'autrui. » Six personnes ont 2 000 euros à payer, et une neuvième est condamnée *in solidum* à payer avec les deux premières : elle avait animé un site internet au moment de l'action de ces deux personnes. De plus, chacun doit payer 500 euros pour les frais d'avocat des adversaires. Le tribunal applique la demande d'exécution provisoire, ce qui signifie qu'il faut payer immédiatement, même s'il y a appel, la saisie sur compte ou des biens étant applicable... Les quelque cinquante autres personnes sont mises hors de cause, faute de preuves. Et la RATP est condamnée à payer 400 euros à une personne victime de violences lors de son arrestation.

Réactions à chaud À l'heure du jugement, la presse était au rendez-vous, dans le Palais, ainsi qu'aux abords, où quelques dizaines de personnes étaient venues pour un rassemblement festif. Au sortir du tribunal, l'un des condamnés (Ahmed Meguini), à l'aide d'un porte-voix, a impulsivement commenté le jugement, parlant de « criminalisation du militantisme », affirmant l'orientation anticapitaliste des actions jugées et appelant à de nouvelles actions immédiates de désobéissance civile. Joignant le geste à la parole, le spontanéiste a entraîné avec lui une poignée de personnes dans la station de métro voisine, où il a eu affaire aux forces de l'ordre, lesquelles ont tôt fait de le mettre en garde à vue et de le déférer devant le procureur (il passera en procès pour outrage et rébellion). Pendant ce temps, sur les lieux du rassemblement finissant, un sympathisant (le rédacteur de cet article) s'exprimait dans le même porte-voix pour contredire l'orateur précédent, affirmant que l'anticapitalisme n'était pas le seul mobile des dites actions et que, par ailleurs, il serait bon, avant de récidiver, de vérifier l'impact de toute cette affaire sur le débat public.

Commentaire du « Collectif des 62 » (extraits) Condamnation pour l'exemple ? On peut s'interroger sur la modalité de calcul, qui semble pour le moins arbitraire, et sur les conséquences d'un tel jugement. En effet, les factures fournies par la RATP totalisaient 260 000 euros pour 10 000 affiches dégradées, soit 26 euros par affiche... Et les personnes condamnées n'ont jamais neutralisé plus de quelques affiches, voire une seule. En l'absence de preuve, seul l'aveu permettait au tribunal de décider d'une condamnation. Or, dans une procédure civile, il convient d'établir la preuve pour réclamer un montant en rapport avec ce que la personne a réellement causé comme préjudice ! Même si les sommes demandées sont moindres qu'au départ, elles sont encore énormes pour des dégradations bénignes qui ne relèvent que d'une contravention de 5^e classe... N'est-ce pas une atteinte prodigieuse à sa liberté d'expression que d'être condamné à 2 500 euros pour avoir répondu à une publicité de papier ? La partie plaignante peut ainsi se réjouir d'une condamnation qui protège définitivement l'affichage publicitaire, usant de la répression pour empêcher des manifestations légitimes face à un harcèlement publicitaire dans un lieu public. Les intérêts économiques sont préservés. Mais le débat sur la problématique publicitaire est en tout cas bel et bien entamé...

Commentaire d'un avocat La demande de condamnation préventive à une interdiction de manifester dans le métro a été rejetée, ce qui n'est pas une mince victoire, car cela constituait un outil très dissuasif entre les mains de la RATP. La formule utilisée par le juge est tellement floue qu'elle permet de comprendre que le sens de ces actions dans le métro est légitime et compatible avec la liberté d'expression. S'il fallait retenir une seule chose de ce jugement, ce serait celle-là.

Commentaire de R.A.P. Comme nous l'espérons tous, les sommes finalement retenues par le jugement sont sans commune mesure avec les demandes initiales des plaignants. Elles n'en restent pas moins importantes, et d'aucuns pourront regretter qu'une collecte d'une telle ampleur doive servir à payer des dommages-intérêts plutôt que la cause. Gageons néanmoins que l'énorme battage médiatique qui a accompagné le procès aura conduit nombre de nos concitoyens à réfléchir à la place que s'arroge la publicité dans notre société, et aura fait connaître l'existence de notre mouvement à ceux qui voudraient sortir de l'inaction. Espérons aussi que les initiatives de protestation contre les abus de la publicité, loin de se résorber comme le souhaitaient les plaignants, sauront se multiplier et se diversifier comme nous l'avons vu ces derniers mois. R.A.P. continuera à proposer que les modes restent dans le cadre de la légalité.

BILAN FINANCIER DU PROCÈS (PAR LE COLLECTIF DES 62)

Depuis six mois, vous avez manifesté en de multiples occasions votre soutien aux 62 assignés par Métrobus et la RATP. Grâce à cette mobilisation, nous avons pu faire face aux dépenses engendrées par le procès. Ou presque... Nous allons effectivement faire une dernière fois appel à votre générosité afin de tourner définitivement la page financière de cette histoire. Nous pourrions ainsi nous engager à nouveau librement dans l'action militante. Voici, décimale en moins, les chiffres de ce procès : 34 000 euros de dons (dont 8 000 au cours des différents événements que nous avons organisés, concerts, débats, expositions...), 20 000 euros de frais d'avocats, 16 800 euros de peines.

REVENDICATIONS DE R.A.P. (POUR LE MÉTRO ET LES BUS)

- D'abord, une reconnaissance officielle par la RATP de l'existence du problème de l'agression publicitaire sur son réseau.
- Logiquement, dans le même temps, renoncement à poursuivre les assignés qui n'ont fait que révéler ledit problème.
- Ensuite (et seulement ensuite !), nous mettons en avant les demandes suivantes qui nous semblent la base minimale pour réduire l'agression publicitaire sur le réseau de la RATP.

a) Sur le plan physique

- démontage de tous les dispositifs illégaux ;
- mise en place d'une réglementation de la publicité dans le métro, via le cahier des charges de la RATP (nombre, nature et disposition des dispositifs) ;
- Réduction de 50 % du nombre de panneaux ;
- suppression des dispositifs suivants : panneaux sur bouches de métro, oriflammes (qui pendouillent au plafond des voitures du métro), panneaux sur portillons et portes d'entrée dans le réseau, pelliculage des côtés et de l'arrière des autobus, contremarches ;
- renoncement à toute forme d'expérimentation de nouveaux procédés agressifs : publicité sonore ou olfactive, publicité sur le sol, publicité projetée ou pelliculages...

b) Sur le plan psychologique

- via le cahier des charges, instauration de règles strictes opposables concernant :
 - l'image de la femme et de l'être humain en général ;
 - l'interdiction de la publicité pour l'alcool, pour les voitures ;
 - rejet de la violence, de la vulgarité, de la nudité à tout propos ;
 - mise en place d'un contrôle des messages par les usagers.

c) Sur le plan social et culturel :

- mise à disposition de panneaux d'affichage libre réservés aux événements ou mouvements non commerciaux (1000) ;
- mise à disposition d'affiches d'expression artistique libre (1000), éventuellement thématique (poésie, dessin...) ;
- mise à disposition d'espaces dédiés à des artistes en particulier (1000).

CHARLES-XAVIER DURAND AVEC NOUS !

JUSTE JÉRISSE

À ceux qui aiment les idées, l'esprit critique et qui, de surcroît, sont capables d'apprécier un déboulonnage en règle de la sacro-sainte culture américaine, je conseille la lecture de cet auteur. En attendant, et pour éveiller votre appétit intellectuel, en voici un passage* concernant plus directement la publicité :

« La pensée constitue un héritage inviolable de chaque homme et nul ne devrait violer la pensée d'autrui par quelque procédé coercitif, visible ou furtif, que ce soit par agression violente ou par agression économique ou psychique (publicité). À l'agression idéologique qui tend à nous déshumaniser, puis à nous mystifier, correspondent des situations concrètes qui visent au même résultat. Être mystifié, c'est déjà, peu ou prou, avaliser les mythes que le système propage et y conformer sa conduite. Or, ces mythes sont solidement étayés sur une organisation bien réelle, une administration et une juridiction... Nul ne devrait obliger autrui à être soumis à la propagande, même lorsqu'elle est de nature publicitaire... »

* Charles-Xavier Durand, *La Nouvelle Guerre contre l'intelligence*, tome III, « Un nouveau programme pour la conscience » (p. 173). Éditions F-X de Guibert, Paris, 2002 - 20 euros.

UNE QUESTION ? UNE RÉPONSE ?

Permanence téléphonique (01 43 28 39 21) : du lundi au jeudi de 10 heures à 13 heures.
Réunions publiques mensuelles : le mercredi de 20 heures à 23 heures (se renseigner pour le lieu et la date).
Relais téléphoniques en province : voir page 4.