

Assemblée générale des lecteurs du *Monde* : un nouvel écho

Notre dernier numéro faisait écho à l'assemblée générale 1998 de la Société des lecteurs du *Monde*. Dans la perspective de l'assemblée du 8 mai 1999, le même Jean-Claude Oubbadia, membre de R.A.P., a posé la question écrite suivante :

“Après avoir largement ouvert ses pages à la publicité, comment *Le Monde* envisage-t-il de maintenir son indépendance ? Comment équilibrer le poids financier de l'apport des annonceurs ? Comment se protéger d'un actionnaire qui serait également un annonceur important et régulier tenant une grande place dans les recettes ?”

Cette question figurant parmi d'autres au sujet de la publicité, la synthèse distribuée lors de l'assemblée y répondait de façon groupée sous le titre “La publicité” : “Nombre de lecteurs déplorent son “envahissement”. Jean-Marie Colombani [le directeur] rappelle que le fondateur, Hubert Beuve-Méry, fixait à 40 % sa part dans les recettes pour assurer l'indépendance du journal. Dans les années 70 et 80, cette barre a souvent été dépassée, atteignant jusqu'à 60 % sous André Fontaine [l'ancien directeur]. “En 1994, se souvient le directeur, les recettes de la pub n'atteignaient plus que 20 % et le journal se mourait. Il a fallu reconstruire une recette de publicité. Elle avoisine les 35 %, ce qui est très raisonnable. Nous sommes redevenus incontournables.” Le directeur note que le journal refuse souvent des placards. “Nous ne l'avons pas fait, précise-t-il, pour la double page en faveur de l'UNHCR [Haut-commissariat des Nations unies pour les réfugiés].” Cette publicité représentant une tache de sang a suscité de vives réactions. “Nous avons voulu rappeler que la guerre, c'est sanglant, qu'il y a des victimes civiles. Je n'en ai pas honte.”

Notons au passage l'habile (et classique) manœuvre de diversion qui consiste à justifier l'agression publicitaire en renvoyant le débat sur le terrain humanitaire. En s'abritant derrière la “bonne cause”, on inhibe les indignations et l'on culpabilise les protestataires. ■

Mouna est mort

Qui était Mouna ? Dans le dictionnaire, on lira peut-être un jour : “Mouna français du xx^e siècle”. Catégorie par lui ouverte, par lui refermée. Sur André Dupont, dit Aguigui Mouna, mort, à Paris, ce 8 mai, à l'âge de 87 ans et demi, tout a été dit, écrit, et ce n'est pas fini : cet homme inspirait. Une muse mâle ! Ceux qui l'ont connu l'emportent dans leur cœur et dans leurs tripes. Pour les autres... trop tard ! Aucun mot, aucun surnom, aucune étiquette, aucune définition (même ceux dont il se gratifiait lui-même) ne pourrait l'évoquer.

Irrévocable, Mouna ! Quand on le rencontrait pour la première fois, coiffé de son béret porte-badges, vociférant au coin des rues, juché sur une poubelle et se mangeant la barbe pour faire rire entre deux cris de révolte, les cinq premières secondes, on avait envie de fuir ; les vingt suivantes, on se demandait ce qu'on faisait là ; si, à la trentième, on n'était pas parti, on devenait, de fait, “Ami de la vie” (son association, qui avait pour président d'honneur un certain... Albert Einstein). Le 18 mai dernier, en présence du soleil, d'un orchestre et de deux cents amis, mais en l'absence de son vélo (pour cause de cercueil incompatible) et du président de la République, Mouna subit, conformément à ses dernières volontés, la double épreuve du feu (vers 15 h 40, au Père-Lachaise) et de l'eau (vers 18 h 30, depuis le haut du pont de Bercy). Des fleurs accompagnèrent ses cendres sous les ponts de Paris. La Seine aura fait le reste.

Un mois et demi avant de s'allonger pour toujours, Mouna, dont l'un des dogmes était que “la pub pue”, s'était allongé avec nous (le 20 mars 1999) sur la chaussée de la rue Beaubourg (voir p. 1), pour “gueuler” (un mot qui lui doit ses lettres de noblesse) contre l'omniprésence des panneaux publicitaires dans le paysage. Ce jour-là, lors de sa dernière sortie en public, sa toute dernière “manif”, n'avait-il pas confié à l'un des organisateurs qu'il aurait aimé mourir, là, au milieu de nous, dans cette position ? Mouna, l'ogre aux yeux tendres, Aguigui, le Zeus ébouriffé, aura été le compagnon de rue de la lutte antipublicitaire, quelque chose comme l'antidote du totalitarisme aseptisé.

Pour en savoir plus sur l'“Ami de la vie” : *Mouna, Gueule ou crève* (1988, réédité en 1997), d'Anne Gallois (160 pages dont 32 photos, 98 F port inclus), et *Aguigui* (1991), de Jacques Danois (76 pages, 60 F port inclus) ; pour les deux, chèque à l'ordre des Dossiers d'Aquitaine (5, impasse Bardos, 33800 Bordeaux) ; également : “Mouna”, film de Bernard Baissat (1989), disponible en cassette vidéo (150 F + 20 F de port ; chèque à l'ordre de l'auteur, 2, avenue du Président-Roosevelt, 94120 Fontenay-sous-Bois).

Yvan Gradis

Chiche !

Rubrique de l'action individuelle

Nom : Heymann Prénom : Robert
Domicile : Indre
Lieu : Le Blanc
Date : 24-26 juin 1999

Fin juin 1999, se déroule au Blanc, sous-préfecture de l'Indre, un congrès international de trois jours sur l'Emys Orbicularis (la “cistude” pour les intimes), une tortue

menacée. À cette occasion, est apposé, sur la façade de l'hôtel de ville, un calicot de plusieurs mètres de long... entièrement rédigé en anglais, donc illégal¹. R.H. alerte les autorités, la gendarmerie, la presse locale, ainsi que diverses associations œuvrant pour la langue française. Devant sa détermination, les organisateurs collent une traduction en français à même le calicot, ce qui est encore illégal ! R.H. ne lâchant pas prise, le calicot est finalement retiré, avant même la fin du deuxième jour du congrès.

(Disponible auprès de R.A.P., moyennant une enveloppe timbrée normale : “Cistude et calicot” – 4 pages –, récit détaillé, avec illustrations photographiques et reproduction des communiqués de presse, du tract rédigé à cette occasion et de l'écho suscité dans la presse locale.)

1- Il s'agit bien ici d'une publicité, mais au sens plus ancien du terme d'“information publique”, et non au sens contemporain de “message commercial”.

Rayon de lumière dans une salle obscure

– Action-cinéma n° 27 –

Le 22 juin 1999, vers 20 h, vingt et un membres de R.A.P. se retrouvent au cinéma U.G.C. Ciné Cité Les Halles, dans une salle comble de quelque quatre cents places. La moyenne d'âge du public semble avoisiner les vingt-cinq ans ; au programme, la dernière sécrétion des laboratoires étatsuniens de manipulation des foules par la violence.

Quelques secondes après le début de la réclame, les spectateurs peuvent distinguer sur l'écran, en superposition par-dessus les images qui défilent, un vague et mystérieux halo de lumière blanche d'environ deux mètres de diamètre. Rien de christique ou de surnaturel ! Simple l'œuvre d'un membre de R.A.P. – Lionel Girard, un jeune réalisateur de courts métrages, victime récente de la dictature publicitaire –, lequel, de sa place, grâce à un ingénieux dispositif qui le fait ressembler à un homme-grenouille et à un mineur de fond, lance, au milieu même du champ de bataille visuel qu'est devenu le grand écran, une grenade de sa confection. Au milieu du halo, on lit, en effet : “Si vous préférez un court métrage à la place de la publicité, sifflez.” Puis, très vite, le halo s'estompe. C'est alors un concert, non pas d'avertisseurs – quoique cela approche des plus clinquants cortèges nuptiaux automobiles –, mais de

cornes de carnaval. Un bon nombre des vingt et un trublions mettent en effet à contribution leurs poumons et le sifflet conique enrobé de papier doré dont ils sont équipés, pour prendre au mot l'injonction auréolée de l'écran. L'objectif étant d'instaurer dans la salle obscure l'ambiance d'un élevage industriel d'oies au moment du repas du soir, les spectateurs se voient simultanément invités, corne à l'appui, à se joindre au concert. Des tracts circulent dans les rangs pour qu'il n'y ait pas de malentendu sur les mobiles de la petite fête improvisée. L'aspect sonore, aussi percutant soit-il, ne semble pas, du moins aux yeux de certains "comédiens", de nature à assurer à lui seul le spectacle. Ceux-là se rendent au pied de l'écran, sur un espace qu'on dirait avoir été prévu pour l'occasion, et se lancent, en ombres chinoises, dans de burlesques évolutions du meilleur effet.

Tout cela n'est pas du goût du personnel, qui ne tarde pas à intervenir énergiquement pour tenter de déloger ces "spectateurs" indociles. On en vient presque aux mains. Pendant ce temps, parmi le public, s'instaure un débat houleux (où la houle l'emporte sur le débat...) entre les tenants de l'ordre... publicitaire, hostiles aux perturbateurs, et les spectateurs enchantés qui ne demandaient qu'à se faire "réveiller", telle la Belle au bois dormant. Chacun des deux camps joue sa partition dans un parfait boucan.

Finalement, la projection de réclames est interrompue, les lampes sont allumées, et le public est tellement excité que ni le président de R.A.P. ni le responsable de la salle ne parviennent à exposer leur position. Au bout de quelques minutes d'une situation quelque peu bloquée, entre en scène un personnage des plus traditionnels (*deus ex fourgonnette*) : la police, représentée par une dizaine d'agents en uniforme. Le président de l'association s'étant laissé convaincre de les suivre hors de la salle, une demi-dizaine de militants lui emboîtent le pas solidairement.

Dans le couloir, naît une certaine effervescence de la mêlée constituée par les forces de l'ordre, les employés du cinéma, et les militants. Le directeur du cinéma, quinquagénaire à l'élégance flegmatique, daigne parlementer avec les insoumis au sujet de leurs motivations. Finalement, après quelques relevés d'identité, les éléments perturbateurs sont invités à quitter les lieux, ce qu'ils mettent à profit pour aller faire le point autour d'un pot. Certains retourneront, à la sortie de la séance, retrouver ceux qui, entretemps, auront eu tout loisir de patauger dans la violence étatsunienne.

Y. G.

Il s'agit du procès intenté, depuis 1997, par Y.G. à un distributeur de prospectus en boîtes aux lettres entré dans son immeuble, protégé par un code d'accès, à l'aide d'un passe-partout issu de La Poste. Préjudices subis : abus de confiance, recel d'abus de confiance, effraction, violation de domicile.

Après la mise en examen, en janvier 1999, du responsable commercial, c'est le distributeur lui-même qui a été mis en examen en mars. En mai, le procureur de la République a pris des réquisitions de non-lieu, au motif qu'Y.G. n'aurait subi aucun préjudice personnel et que sa plainte serait irrecevable. L'avocate de la victime a aussitôt contre-attaqué par une ultime note au juge d'instruction. Si le non-lieu devait se confirmer, le plaignant ferait appel, à condition qu'il dispose des fonds nécessaires pour cela. Aujourd'hui, il reste dans la caisse, alimentée depuis l'année dernière par quelque 130 donateurs de toute la France : 4 847 F, ce qui est peu !

Rappel des modalités de contribution : dons – à partir de 5 F (cinq francs) – sous forme d'espèces, de timbres ou de chèques, à R.A.P. (en mentionnant à part "procès boîte aux lettres"). Pour obtenir un reçu, envoyer une enveloppe timbrée avec la mention "reçu". En cas de victoire au procès et de gain d'une somme excédentaire, les donateurs seront remboursés en priorité, au prorata de leur don. Le cas échéant, le reste ira aux associations ayant apporté leur soutien. ■