

Procès boîte aux lettres : rien de nouveau

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.

Ce procès d'intérêt général est financé collectivement. Au 1^{er} janvier 2000, déduction faite des honoraires déjà versés à l'avocate, le montant de la collecte s'élève à 10 657,50 F (réunis grâce à 152 donateurs).

Rappel des modalités de contribution : dons – à partir de 5 F (cinq francs) – sous forme d'espèces, timbres ou 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.

On peut, moyennant une enveloppe timbrée, obtenir auprès de R.A.P. le « tract procès n° 3 » (daté du 1^{er} août 1999) qui présente toute l'affaire.

La colère des Pères Noël

Le 18 décembre 1999, a eu lieu, à Paris, l'action-Noël traditionnelle de R.A.P. Il s'agissait, comme chaque année, à quelques jours de la fameuse fête mercantile, de tenter de glisser une seconde de réflexion chez les consommateurs qui, affolés, passent des heures à se laisser drainer vers les tiroirs-caisses. Thème de cette année : la colère des Pères Noël.

Plusieurs Pères Noël se sont regroupés, cette année, pour une manifestation appelée par le collectif informel « Ayons envie » et soutenue par R.A.P., dans laquelle venait d'entrer un membre de ce collectif (voir communiqué ci-contre).

Indépendant de tout parti politique, composé de gens d'horizons divers, « Ayons envie » se propose de transformer le regard sur nos façons de vivre (au quotidien, en ville, au travail, en vacances...) et de débusquer le sens collectif qu'il veut lui donner, ludique, poétique et politique (au sens des *affaires communes de la cité*).

Vers 14 h 30, ce samedi gris de décembre, une vingtaine de personnes se retrouvent au pied de l'Opéra (Garnier), à Paris. Quinze sont déguisées en Père Noël, les autres en elles-mêmes. Une grande banderole a été réalisée pour l'occasion : « Ras la hotte, métro boulot cadeaux », ainsi que des pancartes avec les slogans suivants : « Les Pères Noël ne portent pas de portable », « Je crois au Père Noël, tu crois au Père Noël, ils croient au chiffre d'affaires », « Nous sommes sommés de consommer, soustrayons-nous », « Range tes souliers, y

aura rien cette année », « Échange hotte 50 L + cadeau attendu contre baiser imprévu »,

« Pompon + pompette = Pimpon », « Et si on fêtait Noël en été ? ». Un tract a également été conçu (voir encadré ci-contre).

Après une mythique photo de groupe devant l'Opéra, le cortège s'ébranle en direction des gros magasins au rythme de slogans scandés (« Pères Noël en colère !... »), de chansons de Noël cacophoniques et d'un saxophone au son éraillé. Pas de presse ce jour-là, mais une caméra et des photographes sympathisants. La manif arpente la rue, le long des grosses « usines à cadeaux », devant une foule tassée sur les trottoirs, laquelle déchiffre les pancartes. Qui n'a pas vu ou entendu, ce jour-là, les petites taches rouges s'écrier ensemble dans le quartier ? Du haut des grandes « usines », des mains font des signes. Après une bonne heure de défilé sans heurts, un sentiment d'inachevé pousse le cortège à entrer dans une galerie commerciale où il prend un malin plaisir à emprunter en boucle une paire d'escaliers mécaniques montant et descendant. La ronde n'est arrêtée que par la directrice du lieu qui menace d'appeler la sécurité. Qu'à cela ne tienne, le vaillant cortège repart dans la rue pour assouvir sa faim en finissant par une traversée de la gare Saint-Lazare, le long des voies de départ, où les « Pères Noël en colère ! » résonnent au loin. Les manifestants regroupent leurs impressions, rapportent les discussions que les uns et les autres ont pu avoir avec des passants, et les émissaires envoyés dans

Tract du collectif « Ayons envie » pour l'action du 18 décembre 1999 (avec le soutien de R.A.P.)

Nous sommes dans la rue et devant les gros magasins, nous, les Pères Noël en colère.

Nous refusons la récupération de l'idée de Noël, réduite par les grandes sociétés commerciales à un imaginaire convenu, où le bonheur s'achète. Nous refusons la surenchère marchande, d'autant plus insidieuse au moment de Noël qu'elle s'abrite derrière l'image débonnaire d'un vieux monsieur au sourire gourmand. Nous ne nous retrouvons plus dans l'image standardisée des grandes fêtes programmées où le poids et le prix des marchandises comptent plus que le geste et la pensée.

Nous aimons Noël, parce que nous avons été enfants et que nous savons les joies et les souvenirs qui peuvent y être associés pour beaucoup de gens. Nous aimons l'idée d'un rendez-vous festif où se célèbre le vivre-ensemble, et non le repli sur soi protégé par le paravent des emballages cadeau. Nous appelons de nos vœux le retour d'une grande fête populaire, qui se

prêterait à l'imagination permanente et créerait de l'imprévu et de l'émerveillement.

Nous appelons à nous réapproprier ces formes de retrouvailles et à inventer d'autres manières, libres de commerce et de publicité, de faire la fête pour créer des liens sociaux riches entre les gens. Nous appelons à reprendre le terrain perdu dans la ville et au-delà, en matière de liberté d'expression et de réunion. Nous appelons à renouer avec les carnavales et à imaginer de nouvelles formes de fête collective qui n'obligent personne à acheter mais invitent chacun d'entre nous à être maître de sa vie.

Communiqué de presse de R.A.P. pour l'action du 18 décembre 1999

Les Pères Noël en colère !

Le bonheur est-il réductible à la consommation de produits manufacturés ?

La publicité multiplie chaque année les moyens de mettre le consommateur en condition : peu importe si les boîtes aux lettres débordent déjà toute l'année de prospectus, si la télévision et la radio sont déjà phagocytées par les coupures publicitaires et si les paysages pourrissent de l'affichage illégal... Il faut toujours en rajouter !

D'une fête populaire, familiale et chaleureuse, on a fait de Noël la grand-messe de la consommation à outrance. On veut nous faire croire, plus que jamais, que seule la consommation peut apporter le bonheur, que seul un produit manufacturé "vu à la télé" peut faire plaisir à nos proches. Combiné à l'arrivée du nouveau millénaire, le phénomène prend des proportions encore plus fortes : la dictature de la publicité approche !

Nous réfutons ce dogme qui pousse toujours à plus de consommation, à plus de gaspillage et n'apporte pas aux gens le bonheur promis... Et si on retrouvait d'autres moyens de se faire plaisir à Noël ? Un cadeau fabriqué avec soin à partir de matériaux simples (papier, carton, feuilles des arbres, etc.), du temps offert aux autres et à l'écoute réelle de leur sensibilité ne sont-ils pas infiniment plus personnels et touchants que la dernière babiole électronique à la mode ?

Noël, c'est aussi de plus en plus de précarité, le travail le dimanche, la course à la consommation au mépris des plus pauvres et des pays en développement, c'est le spectacle délétère et barbare de la consommation triomphante.

la foule relatent des réactions qui montrent une certaine sympathie du public, mais aussi que le message n'est passé que très inégalement.

À noter, l'intervention, au cours de la manif, d'une passante qui accuse les organisateurs d'incohérence, du fait qu'ils militent contre la

consommation en portant des tenues de Pères Noël très bon marché, fabriquées très probablement par des enfants dans un pays asiatique. Les militants se défendent en invoquant la difficulté à mettre en place une telle opération et promettent de fabriquer les costumes la prochaine fois. Après la dispersion, quelques-uns vont fêter cette heureuse et riche rencontre entre R.A.P. et Ayons envie devant un chocolat chez l'une des manifestantes.

Pierre

Dumas (Paris)

Agression sonore : réclamation d'un usager

On ne le répétera jamais assez : l'agression sonore est la pire de toutes ! Faute de paupières aux oreilles, aucun rempart ne permet d'éviter cette extrême atteinte à la vie intérieure. Remercions cet usager, d'une part, d'avoir agi, de l'autre, d'avoir accepté que sa démarche soit publiée.

Le 25 octobre 1999, Bernard Jeufroy, de Noisy-le-Sec (Seine-Saint-Denis), dépose une réclamation sur le registre prévu à cet effet, à la gare de sa commune. Motif indiqué par l'usager : « Sonorisation sur les quais : diffusion d'une radio privée. »

Puis il poursuit : « Nous avons besoin de zones de silence pour nous concentrer, réfléchir à notre journée, nous détendre, décompresser, lire le journal, un livre, une information, pendant l'attente. La musique est partout : supermarchés, halls, etc., nous fait perdre les pédales et nous déconcentrer, nous décentrer. De plus : il s'agit d'une radio avec énormément de publicité. Nous sommes pris en otages par les annonceurs, un vrai public captif pour cette radio pour qui nous constituons une cible. Une aubaine pour les vendeurs d'espaces publicitaires. Excellente affaire pour eux. Mais non pas pour moi, pitié ! »

Le 29 octobre 1999, Édith Lorenzini, chargée des relations avec la clientèle à la Direction de Paris-Est, répond au nom de la Société nationale des chemins de fer français :

« Je comprends la situation que vous décrivez, qui vous est désagréable, et vous remercie d'avoir fait part de vos remarques. Elles ont été portées à la connaissance de la Direction Ile-de-France. En effet, dans le cadre de la mise en place du nouveau label qualité Transilien S.N.C.F., l'ambition de l'entreprise, avec l'aide du Syndicat des transports parisiens et de la région Ile-de-France, est de changer radicalement l'ambiance des trains et des gares, garantir une meilleure sécurité des voyageurs et du personnel et lutter efficacement contre le sentiment d'insécurité. Ainsi, dans les premières gares labellisées, dont celle de Noisy-le-Sec, il est diffusé, à titre d'essai, la radio RFM sur les quais et dans les halls voyageurs. Cette station du groupe Europe 1, partenaire de la S.N.C.F. par le biais de France Rail Publicité, a été choisie de par

son audience « grand public ». Ceci étant, la S.N.C.F. va mesurer la pertinence de cette diffusion auprès de la clientèle qui pourrait la conduire, le cas échéant, à ne pas la maintenir. Je vous renouvelle, donc, au nom de l'entreprise, mes remerciements pour votre témoignage. »

Ne soyons pas manichéens. Si la réaction de M. Jeufroy est parfaitement saine et légitime, la réponse courtoise qu'il a reçue constitue un échantillon intéressant des contradictions du progrès technologique et de la société industrielle. En fait de « progrès », les infrastructures liées aux transport ferroviaire créent des nuisances (bruit mécanique, risques d'électrocution, bétonnage systématique, architecture concentrationnaire des gares, etc.) qui sont à l'origine du « sentiment d'insécurité » évoqué. Il aurait été prouvé que la diffusion de musique dans les lieux publics diminue le nombre des agressions... À vérifier. Serait-ce exact, que l'intrusion d'une parole, a fortiori publicitaire, par le biais de haut-parleurs n'en reste pas moins inacceptable : le pauvre usager agressé par les trouvailles technologiques n'est alors plus seulement neutralisé : il devient conditionné. **Y. G.**