

Communiqué de presse – 17 juin 2020

Action de réappropriation de l'espace public : Exposition d'œuvres à la place de la publicité



Lien de téléchargement des photos de l'action : <https://drive.alternatibamarseille.org/s/Njxd4PKMX77AjdE>

En réponse à l'appel national du 17 juin « Agissons contre la réintoxication du monde », une quarantaine de Marseillais, parmi lesquels figuraient des membres d'ANV-COP21 Marseille, de Technopolice Marseille et de Solidaires13 ont offert aux passants une exposition d'œuvres d'art à la place des publicités sur le Boulevard Longchamp.

Le confinement a marqué un ralentissement pour nombre de secteurs économiques, dont certains nocifs pour la vie sur Terre : usines de pesticides, productions d'armes policières, industrie aéronautique, installations d'antennes 5G... En dépit des appels à changer nos modes de production et consommation, en dépit des discours présidentiels, la période de déconfinement ne semble pas générer un virage notable dans notre système économique.

L'appel national du 17 juin, signé par une cinquantaine d'associations, syndicats et collectifs, invitait ainsi à ce que le déconfinement devienne « un élan historique de reprise en main sur nos territoires, sur ce qui est construit et produit sur notre planète. »

L'industrie publicitaire est au nombre des activités humaines toxiques. Parce qu'elle est omniprésente dans l'espace public urbain, parce qu'elle incite, consciemment ou non, à la surconsommation, parce qu'elle ne met en avant qu'un petit nombre de grandes entreprises qui en ont les moyens, parce qu'elle véhicule parfois des visions stéréotypées et prône le culte du matérialisme.

Des citoyens marseillais, dont certains font partie d'ANV-COP21 Marseille, de Technopolice Marseille ou de Solidaires13, ont ainsi proposé ce mercredi 17 juin une autre vision de l'espace public. La vingtaine de publicités présentes sur le Boulevard Longchamp ont ainsi été recouvertes avec des œuvres d'art préparées pour l'occasion, offrant aux passants une véritable exposition à ciel ouvert, gratuite. Des clowns en ont assuré la visite guidée, pour le plus grand plaisir des petits et des plus grands. À l'entrée du parc Longchamp, des ZAD d'un jour ont été installées, comme un clin d'œil à Notre-Dame-des-Landes et d'autres Zone À Défendre en France : une Zone À Décorer, où chacun était invité à s'exprimer sur des panneaux d'affichages libres ; une Zone À Déguster, où un goûter était offert ; une Zone à Danser, où des musiciens égayaient les oreilles. Il s'agissait d'un événement à la fois convivial et engagé, répondant ainsi au souhait d'Emma Goldmann, intellectuelle russe de la première moitié du XXème siècle : « Si je ne peux pas danser à la révolution, je n'irai pas à la révolution ».

Cette action citoyenne vient pointer du doigt la manière dont nous sommes manipulés par la publicité, les nuisances qu'elle représente, alors même que l'espace public pourrait devenir l'occasion de partager du Beau, de la Poésie, un Imaginaire désirable dont nous avons plus que jamais besoin pour faire face ensemble aux défis sociaux et écologiques de notre époque.

Anne, mère de famille marseillaise, témoigne : « Durant le confinement, nous avons pu changer notre mode de vie, ralentir, sortir du cycle de la consommation. La publicité est sortie de nos vies, et nous avons retrouvé l'espace mental pour échanger librement, co-construire, rêver. Le déconfinement a ramené dans les rues et dans nos têtes ces images de produits, les incitations à surconsommer, des photos de femmes-objets ou hypersexualisées, de grosses voitures, d'alcool... Je trouve ça violent pour mes enfants, ce n'est pas le monde que je souhaite pour eux. »

La Métropole Aix-Marseille-Provence ainsi que la Mairie de la ville de Marseille, par l'intermédiaire du Règlement Local de Publicité, a le pouvoir d'agir pour contrôler la publicité dans l'espace public, comme cela se fait à Grenoble ou Paris.