

L'ESSENTIEL

L'information simple comme bonjour



Des pubs pour le climat

L'Essentiel

Cahiers > La terre ne peut plus attendre

Le 4 décembre 2015 | Mise en ligne : **Lydia Magnoni**

Un mouvement appelé Brandalism a remplacé les pubs des aribus par des messages qui montrent que des grandes entreprises partenaires de la COP21 mentent. La radio France Culture leur a consacré un petit reportage. Ecoutez-le. Vous pouvez aussi lire le texte de l'émission. Nous en avons adapté le contenu.

Brandalism est un mouvement anti-pub, décroissant et écologiste britannique. Les activistes de ce mouvement veulent montrer que ces messages publicitaires sont des mensonges. Ils les parodient pour mieux les dénoncer.

Des publicités détournées

L'affiche qui détourne la publicité TOTAL reprend la photo de la vraie publicité du groupe pétrolier. On y voit un homme à bord d'un hélicoptère survolant une installation off-shore qu'il montre fièrement du doigt. Sauf qu'ici, le slogan dit : « Notre philosophie : vous n'avez pas besoin de savoir ».



Les marques Volkswagen ou encore Air France ne sont bien sûr pas épargnées par cette

campagne de détournement...

Et la campagne montre aussi au public les contradictions des chefs d'État en matière de changement climatique. On a ainsi vu apparaître sur un abribus une photo du premier ministre du Japon (Shinzo Abe). Une centrale à charbon est posée sur sa tête, il baisse les yeux et plisse les lèvres comme s'il était honteux...



Transposant les codes graphiques des publicités des années 1950, une autre affiche, plus humoristique, montre une femme à l'expression catastrophée. Le message dit : « Le changement climatique : ça pique ».



Poétiques et tristes, d'autres affiches représentent une Alice de Walt Disney pas franchement au pays des merveilles : Alice suffoque sous un masque à gaz relié à une bonbonne toxique. Ou encore simplement un petit exercice de conjugaison où l'on peut lire : « Je, tu, il consomme... etc. Et la terre mourra en hurlant ».

Une bataille efficace, pacifiste, réjouissante

Le groupe JC Decaux s'est dépêché à faire retirer les affiches, même si certaines parmi les 600 doivent encore rester ici et là...

Car Brandalism, c'est la contraction de « brand » qui signifie marque en anglais et de « vandalisme ». Même si aucune serrure de panneaux n'a été forcée ou abîmée par cette campagne de piratage créatif, la plus importante campagne de détournement réalisée depuis que le mouvement a été créé en 2012.

Nos sociétés sont asphyxiées par la publicité. On peut vous interdire de manifester, de vous rassembler pour penser ensemble, mais on vous encourage en permanence à consommer en masse sans vous poser de question.

Cette bataille des images et des messages est à la fois efficace et pacifiste. Proche de l'Agitprop et du situationnisme, elle exprime, de façon concrète, intelligente et inventive, une révolte, comme l'expliquent les organisateurs, contre l'assaut visuel des géants médiatiques et commerciaux qui ont mis la main sur les messages et les significations portés par l'espace public ». Et pour ça, déjà, disons-le, elle est franchement réjouissante.

Pour voir toutes les affiches qui sont commentées ici, voir [notre portfolio](#)

[Le site du groupe Brandalism](#)

La vidéo qui montre l'action fausses pub à Paris