

INSTITUT DE DÉMOBILISATION

Section rennaise

SÉCURITÉ GÉNÉRALE

LA LIQUIDATION DE L'ALCOOL



*Lettre ouverte aux annonceurs de la
campagne de publicité « À ta santé ! »*

PONTCERQ

© **Éditions Pontcerq, 2011**

ISBN : 978-2-919648-01-6

Éditions Pontcerq

12, rue de Chateaudun

35 000 Rennes

pontcerq@gmail.com

<http://pontcerq.toile-libre.org>

Avant-propos

À l'automne 2007, la Ville de Rennes et la préfecture d'Ille-et-Vilaine lançaient conjointement une grande campagne de prévention des conduites addictives liées à la consommation d'alcool, plaisamment baptisée « À ta santé ! ». Il s'agissait de convaincre les Rennais des dangers de l'ivresse publique en les noyant sous une avalanche d'annonces radiophoniques, d'affiches grand format illustrant crûment le côté obscur de l'alcoolisme (incontinence, violence, vomissements, accidents de la route), de slogans en forme de calembours (« Avec l'alcool vous donnez le meilleur de vous-même », « L'alcool vous donne de belles couleurs »), de spots de trente secondes diffusés massivement dans les cinémas du centre-ville et de 50 000 flyers en papier glacé. Aux alentours du 21 juin 2008, afin de prévenir les débordements qui s'annonçaient pour la Fête de la musique, c'est une série de quatre affiches-choc en noir et blanc qui fit son apparition sur les panneaux publicitaires de la ville, affiches assimilant les fêtards et les ivrognes à des victimes (« fiesta-coma », « détendu-étendu »), à des brutes (« mort de rire-mort de peur ») ou à des violeurs (« désirée-abusée »). « Pour que cette fête soit un moment musical et convivial », pouvait-on lire au verso des milliers de cartes postales distribuées à cette occasion.

*Institut de démobilisation
Septembre 2011*

« Il y a des gens qui ont bâti de fécales et industrielles renommées sur leurs prétendues indignations contre l'inoffensive et infime secte des damnés de la drogue [...]. Ah ! que le cordon ombilical de la morale est chez eux bien noué. Depuis leur mère, ils n'ont, n'est-ce pas, jamais péché. Ce sont des apôtres, ce sont les descendants des pasteurs ; on peut seulement se demander où ils puisent leurs indignations, et combien surtout ils ont palpé pour ce faire, et en tout cas qu'est-ce que ça leur a rapporté. »

A. ARTAUD, « Sûreté générale. La liquidation de l'opium », in *La Révolution surréaliste*, janvier 1925.

« Vivre en intelligence. »

Slogan de la ville de Rennes.

MESDAMES ET MESSIEURS les annonceurs de la campagne de publicité « À ta santé ! », vous êtes des cons.

Non contents de nous interdire insidieusement, *via* de détestables décrets et des mesures policières qui n'ont rien à envier aux régimes que l'on sait, de consommer librement de l'alcool le soir dans les rues de Rennes, il faut encore que vous trouviez profitable de venir nous faire la morale.

L'Ayatollah Khomeiny a dit : « Le vin et toutes les autres boissons enivrantes sont impurs ¹. »

Comme si vos slogans méprisants, martelés sur des nuées d'affiches et de cartes postales dessinées par une batterie d'experts en temps de cerveau disponible, pouvaient nous ôter du jour au lendemain le goût des nuits d'ivresse. Comme si vos réclames, visant à une meilleure gestion du troupeau humain, pouvaient mystérieusement prêter à la Volvic et à l'eau du robinet les suaves propriétés de l'éthyle. Comme si nous souffrions plus de l'alcool que de la *publ*-*ci*-*té* ; que de votre propagande de béni-oui-oui à la solde du Ministère de l'Hygiène Nationale. Les détergents, en vou-

lant dégrader le monde, le rendent peu à peu inapte à la vraie vie. Que les médecins s'y penchent : les vomissements viennent plus sûrement à nos bouches à subir vos dispensables sermons qu'à tituber dans la rue de la soif.

C'est que votre ignominieuse campagne de publicité vouée à « ringardiser l'alcool » a d'abord servi à faire remporter maints trophées — « Grand Prix de la créativité publicitaire de l'Ouest 2007 » et « Prix Stratégie de Communication » — à une scélérate « agence indépendante » qui ne craint assurément pas le double discours puisqu'elle réalise, en même temps que la vôtre, des campagnes pour le champagne Pol Roger ², à ta santé Edmond Hervé !

Nous pourrions rire de votre cynisme. Ah ! ah ! Mais qui voudrait rire de cette campagne de communication hygiéniste sponsorisée par les « Restaurants McDonald's » ³ ? Qui voudrait rire de « l'aimable participation » de l'immonde Veolia ⁴, grand orchestrateur de la privatisation de l'eau dite potable dans les pays pauvres et les pays riches ? À moins que la consommation d'alcool, et *a fortiori* la consommation de champagne, ne soit ni le problème de l'agence Okó 2, ni le vôtre, camarades annonceurs. À moins qu'en vous adressant à nous, vous vouliez vous adresser à d'autres. À moins qu'en parlant d'alcool, vous vouliez parler de tout autre chose.

Et nous vous le demandons, Mesdames et Messieurs les annonceurs de la campagne de publicité « À ta santé ! », nous vous le demandons devant tous les Rennais : Que voulez-vous vendre ? Et à qui ?

Non contents d'organiser des campagnes de publicité à plus de 50 000 euros payés par le contribuable, non contents de réaménager policièrement les abords de la place Sainte-Anne, non contents d'ouvrir un jeudi par mois votre grotesque garderie pour adolescents désœuvrés Dazibao, vous voudriez nous imposer encore la regrettable présence de « médiateurs d'un genre nouveau », d'« agents de prévention », autant dire de sales petits vigiles à 180 000 euros payés par le contribuable, qui viendront nous « rappeler les règles ⁵ » entre minuit et quatre heures du matin et prévenir les flics dès que tu pisseras sous un porche ou que tu taperas du poing sur une poubelle petit con, n'oublie pas que je suis ton père !

Comme si nous souffrions plus des excès de l'alcool que de votre effrayante politique économique-sécuritaire dite de gauche ; que de vos caméras de « vidéo-protection » ou de vos cartes à puces RFID KorriGo, qui enregistrent nos moindres allées et venues à bord de votre petit métro fasciste ; que de vos dispositifs militaro-urbanistiques visant à nettoyer la ville de toutes ses populations *indésirables*, afin de la donner en pâture aux investisseurs privés et aux touristes japonais, à ta santé Anaïs Allart !

C'est qu'il y a les pailles, et il y a les poutres.

Combien de tentatives de suicide dans votre Centre de rétention administrative pour quelques abus de décibels tout juste bons à empêcher une poignée de bourgeois insomniaques de compter les moutons, Monsieur le Préfet ?

Rennes est à vendre.

« Il faut mettre [le patrimoine] en valeur par une sorte de marketing touristique. Les touristes veulent pouvoir faire

leur marché dans un panel d'offres personnalisées, originales et facilement accessibles ⁶. »

La grande purge a commencé.

Et nous savons apprécier votre sens de l'opportunité politique. Pour résoudre les problèmes marketing de quelques vils commerciaux en salubrité économique, dont assurément vous êtes, il vous aura suffi de les transformer habilement en problèmes de santé dont souffrirait une ville entière, à ta santé Didier Le Bougeant !

Mais votre problème, Mesdames et Messieurs les annonceurs, n'est ni que les gens boivent, ni que les gens boivent trop. De l'alcool, les joyeux convives du *Banquet* de Platon en buvaient plus encore ; et vous étiez sûrement de la fête, Socrate même avait du mal à vous suivre. Il n'y a pas de problème de l'*alcool*, ni à Rennes ni ailleurs. L'alcool est un nectar, un breuvage des dieux et vous le savez mieux que quiconque, vous qui cultivez l'art délicat de goûter le vin, vous qui collectionnez fiévreusement les liqueurs du bout du monde ou les jéroboams de champagnes millésimés — c'est que votre cave regorge de bouteilles dont vous prenez bien soin de nous taire la valeur en euros, nous nous mettons facilement en colère. Il n'y a pas de problème des excès de consommation du champagne Pol Roger, vous ne trouvez pas plus à redire à ceux qui s'en grisent entre gens de bonne race qu'à des notables toulousains qui se livrent à la débauche en organisant orgie sur orgie, à ta santé Bernadette Malgorn !

Il n'y a pas de problème de l'alcool. Ce qui vous préoccupe, Mesdames et Messieurs les descendants des pasteurs, c'est qu'il y ait *deux usages* de l'alcool ; c'est qu'il y ait d'un

côté les « toxicos malades » et de l'autre les « toxicos voluptueux ⁷ ». C'est que certains étalent leurs déportements sous les fenêtres des rentiers du centre-ville, qui « ont droit au repos légitime ⁸ », quand vous vous cachez derrière les hauts murs des propriétés de l'État, dont vous vous régalez aux frais de la princesse, pour satisfaire vos penchants à la luxure.

Les toxicos malades n'ont pas le monopole du vomi, de l'incontinence, des accidents de la route, des viols, des départs d'incendie, Monsieur le Maire, les statistiques sont formelles ; vos cuites n'ont rien à envier aux leurs. Et si vous évitez le tapage nocturne, c'est seulement parce que le Préfet dîne à votre table ; et si vous évitez les accidents de la route, c'est seulement parce que vous disposez d'un chauffeur — à moins que ce dernier ait profité de vos inconduites pour satisfaire ses propres vices, ô Lady Diana. « L'alcool ne fait jamais rire très longtemps », dites-vous ? Il vous fait rire pourtant, des soirées entières, chaque Nouvel An, chaque nuit de noces, chaque bamboula, vos flûtes ne se vident jamais, le soleil se lève bien avant que vous refermiez vos bouches hilares.

Et nous ne doutons pas que vous sachiez vivre.

Nous aimerions seulement que vous cessiez d'empêcher les autres d'en faire autant.

Votre problème, Mesdames et Messieurs les annonceurs, n'a rien à voir avec la commode figure repoussoir du « jeune », quoi qu'en dise la détestable Béatrice Chandelier ⁹, directrice associée de l'agence Okó 2, qui vend de la sensibilisation aux dégâts de l'alcool comme des produits de nettoyage industriel Argos. (« C'est bien de prendre les gens pour des cons, mais jusqu'à un certain point. ») Tous les

jeunes ne font pas la nouba dans les rues, tous les jeunes ne font pas du djembé sur des poubelles, vous le savez aussi bien que nous. Certains, les vôtres peut-être, préfèrent aller au théâtre, à l'opéra, l'argent de poche ne leur manque jamais pour s'acquitter du droit d'entrée à quelque soirée culturelle branchouille ou s'encanailler dans les clubs privés des quartiers interlopes ; certains même, marchant dans les pas de leurs darons, organisent des parties fines entre collègues de classe ou de promo et fréquentent des galas et des rallyes où on les rincera sans que vous vous en souciez de cocktails et de shooters, à ta santé Jean-Yves Chapuis !

Chaque fois que l'agence Okó 2 écrit « les jeunes », Mesdames et Messieurs les apôtres de la propreté municipale, il faut lire « les pauvres ».

Les pauvres de la place Sainte-Anne et de la rue Saint-Michel.

Et le petit milieu bobo-précaire rennais vous suit sur ce point : les pauvres enlaidissent votre ville ¹⁰. Ils nuisent à son attractivité économique.

Mais avant que la place Sainte-Anne devienne un jour le *Business Center District* dont vous rêvez, il faudra la passer aux détersifs ; il faudra augmenter encore un peu la surface commerciale exploitable, transformer les bouges en salons de thés ou en repères à bobos, délocaliser quelques commissariats, multiplier les rondes de vos gardiens de la marchandise ; il faudra *faire le ménage*. Et la construction de votre futur Centre de congrès d'affaires, « indispensable pour le rayonnement et l'économie ¹¹ », en lieu et place du Couvent des Jacobins, achèvera de faire de Rennes le modèle d'une ville propre, débarrassée de sa vermine ; d'une ville sécurisée,

arraisonnée — ville que Michel Foucault appelait en 1975 « rêve politique de la peste ».

Rennes est à vendre.

« Un touriste d'affaires consomme 4 à 6 fois plus qu'un touriste d'agrément : on comprend pourquoi l'enjeu de ce style de tourisme est de taille ¹² ».

Il faut rendre Rennes *attractive, présentable*. « L'enjeu a été de rendre la ville agréable ¹³ », dites-vous encore.

Mais nous vous posons la question : agréable pour qui ?

Comme si vos leçons de savoir-vivre pour enfants de bonne famille, comme si vos meutes de flics et de matons déguisés en jeunes filles au pair, comme si la criminalisation de nos dévergondages, comme si votre politique d'épuration que ne renieraient ni les mafias de la Prohibition américaine ni les Mollahs, pouvaient réellement nous rendre la ville *agréable*.

Si Rennes nous est rendue agréable, c'est seulement à la manière dont le sera votre nouvelle prison des hommes, dont les fenêtres grillagées laisseront dit-on filtrer les rayons du soleil, « c'est une question de dignité », à ta santé Bernard Guillien ¹⁴ !

Votre problème, ce n'est pas que les gens *boivent*, c'est que les gens boivent *dans la rue*. Votre problème, au fond, c'est la rue — et tout ce qui peut bien s'y tramer d'alliances politiques. Votre seule crainte, comme celle de tous ceux qui se sont autoproclamés princes avant vous, c'est que le peuple en colère prenne la rue, avant de prendre la Bastille, et de marcher sur Versailles.

Comme si le problème, lorsque des heurts violents opposent les noctambules du jeudi soir et les CRS, était seule-

ment celui de l'alcool, Monsieur le Préfet. Comme si quelque chose de plus profond n'était pas en train de se jouer là ; quelque chose qui a à voir avec la société marchande-sécuritaire que vous mitonnez dans notre dos et que vous voudriez nous vendre comme un abonnement à Disneyland-Paris.

C'est que malgré toutes vos semonces bien-pensantes, malgré tous vos jingles mâtinés d'un humanisme au rabais, malgré vos accointances avec le Ministère de la Désinfection d'État, la santé de vos administrés ne pèse pas bien lourd sur la balance de la compétitivité économique. Quelles vertus sanitaires pour votre « stratégie de développement » ? Quelles vertus sanitaires pour votre « pari de l'innovation » ou votre souci de « diversification économique » que vous entendez imposer en catimini à tous vos administrés ¹⁵ ? Quelles vertus sanitaires pour notre enrôlement d'office dans le borbier de votre drôle de guerre de la marchandise-reine, quand les managers et les DRH se forment à l'art du commandement auprès des chefs militaires de la Fondation Saint-Cyr Coëtquidan ¹⁶ ?

Que vous le vouliez ou non, le travail tue bien plus sûrement que la consommation d'alcool, Mesdames et Messieurs les annonceurs, puisque les excès de celle-ci ont toujours pour motif les excès de celui-là.

Comment pouvez-vous croire un seul instant que votre fâcheux programme de relance économique, que vous voulez mener en invitant les investisseurs à presser la force de travail jusqu'au cœur de la « partie festive de la ville », nous passera l'envie de siffler des litrons, de nous assommer de vinasse, d'eau de Cologne ou de produits d'entretien Argos

— c'est que l'alcool est déjà ringard, Chantal Mauchet, il est d'autres toxines bien mieux adaptées aux exigences impérieuses du grand capital, ô cocaïne.

Comment pouvez-vous ignorer que ce sera *exactement le contraire* ?



Convenons-en ensemble, il y a bien un problème : c'est que l'alcool soit une friandise pour une catégorie privilégiée de la population, c'est qu'il soit une friandise *pour vous*, camarades annonceurs, et un remède toxique à un désespoir artificiellement produit pour toutes les autres ; la douce ivresse des gastronomes pour celle-là, le coma éthylique pour celles-ci, qui ne connaîtront jamais de l'alcool que les derniers rayons des Leader Price.

Le problème en définitive, c'est que la consommation d'alcool reproduise les conditions de la division du travail.

Et « tant que nous ne serons parvenus à supprimer aucune des causes du désespoir humain, nous n'aurons pas le droit d'essayer de supprimer les moyens par lesquels l'homme essaie de se décrasser du désespoir ¹⁷. »

Vous voulez résoudre le problème de l'alcool ? Ouvrons en grand les portes de vos caves, de vos réserves, de vos celliers ; faisons sauter les bouchons de vos barriques, de vos magnums ; invitons-nous à tous vos festins, à toutes vos bamboches, à toutes vos partouzes ; plongeons nos têtes dans vos fontaines à champagne, dans vos piscines de sangria ; roulons-nous dans vos draps décolorés par les sécrétions de tous vos gigolos, de toutes vos poules de luxe ;

délogeons vos culs de leurs trônes, et faisons de votre destitution le prélude à de nouvelles Saturnales ! Levons nos flûtes, camarades annonceurs, et trinquons à la dictature du prolétariat !

Quand tous les toxicos malades seront devenus enfin des toxicos voluptueux, Mesdames et Messieurs les pharisiens, l'alcool assurément aura cessé d'être un problème ; du moins pour ceux dont le désespoir nous importe.

Le vôtre ne nous a jamais empêché de dormir.



1. *Principes politiques, philosophiques, sociaux et religieux*, Hallier, 1979.
2. Cf. <http://www.oko.fr/clients/pol-roger.html>
3. Voir le site Internet <http://www.atasante.rennes.fr/> « Un menu Best Of™ Big Mac™ est offert par les Restaurants McDonald's de Rennes à tous les participants au concours. »
4. Les « bars à eau » de la fête de la musique, censés relayer le 3^{ème} volet de la campagne de publicité « À ta santé ! » ont été mis en place « avec l'aimable participation de Veolia eau ». (Verso du flyer « Désirée/Abusée », juin 2008)
5. *Ouest-France*, 09/09/08.
6. Dominique Irvoas-Dantec, directrice de l'Office du tourisme de Rennes Métropole, in *Le Rennais*, juin 2008.
7. Cf. Antonin Artaud, « Sûreté générale. La liquidation de l'opium », *La Révolution surréaliste*, janvier 1925.
8. Didier Le Bougeant, *Ouest-France*, 09/09/08.
9. « Le cœur de cible est la tranche 20-25 ans. »
10. Cf. le détestable *Moche de France*, L'œil électrique éditions, 2007 et la réponse de l'Institut de démobilisation : *Moches de pauvres*, octobre 2007.
11. Jean-Yves Chapuis, *Le Rennais*, juin 2008.
12. *Le Rennais*, juin 2008.
13. Jean-Yves Chapuis, art. cité.
14. *Ouest-France*, 19/07/08.
15. Cf. Daniel Delaveau, *L'Info Métropole*, n° 171, juin 2008.
16. Cf. <http://www.saint-cyr.org/> et <http://www.st-cyr.terre.defense.gouv.fr/>
17. A. Artaud, art. cité.

Cet ouvrage a été achevé d'imprimer
par l'imprimerie Pulsio à Sofia.
Dépôt légal : premier trimestre 2011
Imprimé en Bulgarie