

puis après la défaite de l'Empire, ce nom barbare disparut et fut remplacé par **LE CASTILLAN**. Au lieu de mousseux rhénan, on y but du champagne. Récemment, la maison émigra tout au début du boulevard de la Sauvenière, dans la boutique-garage de **M. Minsart**, tailleur d'habits et distributeur d'une marque d'autos.

Cependant, tandis que l'occupation prussienne s'éternisait, Liège, lasse d'avoir souffert, eut grand'soif de joie. Ce fut alors qu'on ouvrit **LE HELDER**, en Vinàve d'Île. On y dansa des nuits entières.

Le bar avait succédé au magasin de meubles appartenant à **M. Malpas**. Le **Café Tivoli** lui succéda, mais son existence fut de courte durée.

Tout le monde ici parle du cabaret dénommé **AS OUHÈS** (Aux Oiseaux) qui illumine un coin de la vieille place du Marché, la nuit venue. Ce n'est plus, aujourd'hui, qu'un café quelconque, mais la maison connut un passé beaucoup plus bruyant. Jadis on y jouait aux quilles, et on y jouait gros jeu, paraît-il. Le long du bowling, les parieurs se plaçaient par catégories. Près des quilles, le sol était recouvert de billets de banque ; plus loin étaient les grosses pièces d'argent de cent sous, et ainsi de suite. On donnait le coup de boulet par-dessous une chaise, afin d'augmenter la part du hasard et d'aucuns payaient jusqu'à cinq louis pour le lancer.

COMMENTAIRES

Publicité

"Publicité, sauvegarde du peuple" lit-on en grands caractères sur la frise (et non pas "la corniche") de l'hôtel de ville de Verviers. L'inscription vante le caractère public des débats qui se déroulent à l'intérieur de l'édifice. C'était clair; ce ne l'est plus : aujourd'hui, le message reste lettre morte pour beaucoup de ceux qui lèvent le nez.

La signification moderne, "plus cour.", ne remonte qu'à 1829, à en croire le Petit Robert. Quel envahissement depuis lors! Comparez la dose que vous encaissiez avant la seconde guerre mondiale, si vous étiez déjà de ce monde, avec celle que vous encaissiez aujourd'hui. Extrapolez hardiment et vous imaginerez le pape, à la fin de la bénédiction *urbi et orbi*, disant "Buvez coca cola" dans chacune des langues utilisées. Inimaginable ? Et si ceux qui ont édifié l'église Sainte-Véronique voyaient le panneau géant qui s'accole à sa façade depuis bien longtemps, dans l'indifférence quasi générale ?

Le préfet de l'Athénée royal de Liège I estime lui aussi que l'argent n'a pas d'odeur. Supposons que l'Université catholique de Louvain ou l'Université libre de Bruxelles lui propose un petit pactole pour peu que le vaste tableau à trois temps qui occupe un pan de mur si bien en vue vante les mérites de cette institution; refuserait-il ?

"Il n'y a plus moyen de faire autrement", c'est la ritournelle fataliste. "On n'y fait pas attention", c'en est une autre. Pourtant, si la "pub" prolifère, c'est qu'elle rapporte plus qu'elle ne coûte, c'est l'évidence même. Et qui la paie, au bout du compte ? Le montant des budgets publicitaires n'est pas dans le domaine public. Même Musique 3, vouée à la culture, est contaminée.

J'ai eu récemment l'occasion de constater les effets sur les jeunes esprits, et c'était à l'Université : une assertion serinée jusqu'à la nausée tenait lieu de démonstration.

Il ne faut pas désespérer : une salubre exaspération s'étend. Aux "adbusters" entrés en lice aux USA et au Canada répondent "Casseurs de pub", dont j'ai appris l'existence l'an dernier en lisant sur mon écran ce qui suit :

"La Journée internationale sans achat approche. Elle se déroulera cette année le 29 novembre. Vous trouverez des textes et des documents (tracts, affiches) à télécharger sur le site de Casseurs de pub :

<http://www.casseursdepub.org/index.php?menu=campagnes&sousmenu=2003jsa>

Casseurs de pub vous invite à faire connaître les actions, débats ou manifestations que vous organisez à cette occasion afin de les répercuter sur notre site :

<http://www.casseursdepub.org/index.php?menu=info&sousmenu=contact>

Le dossier annuel de Casseurs de pub sera en kiosque le 15 novembre : <http://www.casseursdepub.org>

Enfin, sur le site de l'Institut d'études économiques et sociales pour la décroissance soutenable

<http://www.decroissance.org> vous trouverez toute une série de documents (interventions - bientôt en audio, articles de presse) suite au colloque *La décroissance soutenable*, co-organisé par Casseurs de pub, qui s'est déroulé les 26 et 27 septembre à l'hôtel de ville de Lyon.

Le métro de Paris a été le théâtre d'une croisade d'un genre nouveau : de grandes croix noires ont sabré les panneaux. Un retentissant procès s'en est suivi.

À Bruxelles, même combat. La gare du Midi, où un vaste stand faisait la réclame pour une voiture (on croit rêver !), a vu se dérouler une manifestation contestataire, organisée par la RAP (Résistance à l'agression publicitaire). Le courriel envoyé par rap@antipub.be est un vrai régal pour les pubophobes de mon espèce. Comment résister à la tentation de faire à RAP, qui vient de créer une antenne liégeoise... un peu de publicité ?

Pierre COLMAN

