

La R.A.T.P déteste toujours le Hip Hop.

La R.A.T.P est l'impressionnant réseau de transports publics que nous trouvons si nécessaire pour sa densité et sa fluidité en Ile de France. Elle est aussi la tête de pont d'un gigantesque groupe dont la filiale Transdev gère les transports de villes comme Strasbourg, Mulhouse, Annemasse, Clermont-Ferrand, Chelles, Orléans, Grenoble, Saint-Quentin-En Yvelines et Lyon et possède des participations dans des sociétés de transport françaises mais aussi dans des capitales européennes parmi lesquelles Londres, Rome ou Porto, sans compter Melbourne et Sydney ! Ses autres filiales sont engagées dans l'immobilier, les espaces publicitaires et les fibres optiques. Mais outre un groupe qui concilie missions de service public et capitalisme à l'échelle mondiale elle est également une institution menée par une équipe dont les décisions sont loin d'être neutres pour les français. Premièrement parce qu'elles ont un impact phénoménal du fait de son budget, son rôle et sa taille ; deuxièmement parce qu'elles impliquent notre propriété à tous, un bien public. La politique de la RATP fait pourtant peu l'objet de débats publics et de controverses... Il appartient au Hip Hop de se positionner par rapport à cette poignée de dirigeants qui, eux n'hésitent pas à s'attaquer au Hip Hop à la moindre occasion. Depuis 10 ans, le logo " Fuck R.A.T.P " a été quelque peu oublié ; le mouvement Hip Hop a-t-il de bonnes raisons de se réconcilier avec les patrons de la RATP ? Ceux-ci ont-ils revus leur position face aux artistes et à la culture Hip Hop ? Leur vision de l'art et de la société le justifierait-elle ?

Combattre le graffiti à n'importe quel prix :

A la fin des années 80 le graffiti parisien a atteint un niveau qualitatif et quantitatif jamais envisagé. Quelques années après la Metropolitan Transportation Authority, sa consœur new-yorkaise, la Régie Autonome des Transports Parisien a alors décidé de prendre position face à ce phénomène qui la touchait fortement. Elle aurait pu accepter ou, plus vraisemblablement, canaliser ce phénomène au profit de sa décoration et de sa proximité avec les usagers. Elle aurait pu comprendre que sa monotonie et son omniprésence grise faisaient partie de l'environnement urbain théâtre et déclencheur du miracle de la culture hip hop. Elle aurait pu reconnaître que l'uniformité et la saleté de son vieux réseau méritaient de belles couleurs vives. Elle aurait pu confier des wagons ou des stations à décorer à des centaines d'artistes urbains qui prenaient déjà tous les risques pour le faire sans rétribution. Elle aurait aussi pu comprendre que ses rames et ses bus feraient de fantastiques expositions gratuites et ambulantes à même de transformer la ville à jamais. Ses vieux dirigeants coincés et rétrogrades en ont décidé tout autrement déclarant une guerre impitoyable à la jeunesse graffiteuse.

En bon gendarme la direction de la RATP a renforcé le dispositif répressif et de surveillance. Peu importe que les agressions soient passées de 4203 en 1984 à 2196 en 1988, son président Christian Blanc a érigé la sécurité en priorité absolue en 1990 et lui a affecté 588 millions sur quatre ans ! Les 430 policiers du Service de Prévention et de Sécurité du Métro et les 300 employés de la Sécurité Générale ne lui suffisant plus il a demandé à Pierre Joncour, ancien colonel de gendarmerie de monter le Groupe d'Intervention et de Protection des Réseaux. Les 200 infâmes G.I.P.R, ramassés de brutes écervelées, ont défoulé leur violence malsaine sur les SDF, les vendeurs du métro et tous ceux qu'ils suspectaient, à tort ou à raison, de fraude, de vol ou de tag ne respectant qu'une règle simple : celle de la force. Leurs exactions ont pris de telles proportions que leur unité a été fusionnée avec la vieille SG en 1994 et renommée GPSR, renaissant ainsi de façon rénovée, moins voyante mais pourvue cette fois-ci d'armes à feu ! Y sont rajoutés la même année les CSA, affectés aux lignes à problèmes. Alors que le nombre des contrôleurs atteint 700 en 1995, la Police, le plus

souvent en civil est toujours autant sollicitée, accompagnée de caméras de plus en plus omniprésentes. Le voyageur ne nécessite plus d'attentions ou de protection, il devient un suspect...

En parallèle les finances publiques ont alors été mises à contribution pour payer de pharamineux contrats de nettoyage. Il ne s'agissait pas de se débarrasser de la poussière malsaine, des ordures, des rats ou des odeurs mais de combattre le graffiti. M. Dubois, du service de presse de la RATP pleurniche : " au début des années 90, 85 % du matériel de la ligne 13 était taggué. La RATP investissait 13 millions d'euros par an pour le nettoyage de cette ligne. C'était infernal ! " Le journaliste rajoute " La RATP a par la suite investi 29,8 millions d'euros afin de prévenir ce phénomène : chaque infrastructure est dotée d'une pellicule sur laquelle la peinture n'adhère pas, le système de surveillance ayant également été considérablement développé..." Les dizaines de millions de francs s'additionnant aux dizaines de millions d'euros, les sociétés de nettoyages se sont engraisées de manière outrancière, enrichissant leurs actionnaires privés tout en traitant de manière toujours aussi scandaleuse leurs employés, esclaves immigrés des temps modernes.

Cette politique axée sur le doublé répression- effacement n'est pas propre à la RATP, elle a été engagée et poursuivie par les pouvoirs publics au plus haut niveau, ceci quelque soit l'alternance politique. La Régie finalement peu Autonome, instrument parmi d'autres de l'appareil politique au pouvoir n'a fait que la suivre. Studyrama en témoigne :

" Pour casser cet engouement, les pouvoirs publics se sont montrés de plus en plus sévères. Si l'on s'en tient à l'article 322-1 alinéa 2 du code pénal " la destruction, la dégradation ou la détérioration d'un bien appartenant à autrui est puni de 2 ans d'emprisonnement et de 30 000 € d'amende sauf s'il n'en est résulté qu'un dommage léger ". Ce n'est donc pas sans risque. Pour décourager les tagguez, la ville de Paris a signé un contrat en 2000 avec une société de nettoyage qui s'engage à éliminer tout nouveau graffiti dans les 12 jours. Chaque année, 519 343 m2 de tags sont enlevés, ce qui correspond à un mur de 4 m de haut et de 130 km de long (Paris-Rouen). Ajoutons à cela, la création de la BAG (Brigade anti-graffiti) qui recense et photographie tous les tags et graffitis, afin de monter un dossier qui servira à inculper le tagguez pris en flagrant délit."

On peut trouver logique qu'un service public suive la politique du gouvernement ou des collectivités locales. A ceci près qu'on ne pourra jamais comparer le métro avec les trésors architecturaux parisiens. Si on peut difficilement proposer de recouvrir la majorité des immeubles haussmaniens de peintures quelles qu'elles soient, si on peut difficilement défendre le graffiti sur les monuments historiques, le métro mériterait de gagner des couleurs. Sous-sol dont la plupart des stations se ressemblent, dont la plupart des couloirs ne sont décorés que par des incitations à la consommation, le métro et le RER ont plus à cacher qu'à préserver. Pourquoi refuser de changer la décoration de centaines de stations plus uniformes les unes que les autres ? Si des stations comme Bastille ou Concorde sont décorées de façon forcément discutable et que celles d'Hôtel de Ville ou de Parmentier jouent le rôle d'antichambres de musées, pourquoi l'art du graffiti ne serait il pas exposé lui aussi dans des stations ? Parce qu'il est trop jeune ? Parce qu'on ne le considère pas comme une forme d'art suffisamment noble ? Parce qu'il est né en réaction à un environnement urbain trop monotone ? Parce qu'il fait de la concurrence à la publicité, sa présence attirant une attention destinée à se focaliser sur les messages publicitaires ? Parce qu'il est pratiqué par des artistes qu'on veut cacher ? Parce que ses messages dérangent ?

Légitime ou pas, cette politique a pris des années à enregistrer des résultats concluants. Il faut néanmoins se rendre à l'évidence, Paris intra-muros et son métro sont désormais beaucoup moins colorés que dans les années 90. Mais à quel prix ? Il suffit de prendre le métro pour s'en faire une idée... Une station de métro a été graffitée dans la nuit de samedi à dimanche ? On ne s'intéressera pas à la qualité des peintures. N'oublions néanmoins pas que de nombreux graffeurs sont côtés sur le marché de l'art mondial et que des affiches de métro illégalement graffitées à la va-vite par Keith Harings s'arrachent des dizaines de milliers d'euros. A la R .A.T.P on ne considèrera jamais leurs fresques comme les marques d'une époque que nos descendant retrouveront avec émerveillement comme nous avons retrouvé les peintures de Lascaux ou celles des pyramides. On ne les laissera pas en exposition quelques jours pour laisser le public choisir s'il les préfère aux murs gris. On

n'attendra même pas lundi ou mardi d'optimiser les frais de nettoyage pour économiser l'argent public. On envoie une équipe payée au tarif du dimanche pour nettoyer la station le jour même !

Alors la société française a t'elle gagné quelque chose à creuser ainsi son déficit pour cacher au plus vite le graffiti?

En 2006 le graffiti n'a pas disparu, il est seulement caché par endroits, dans les lieux que les pouvoirs publics ont jugé comme devant être immaculés. En conséquence de quoi le graffiti a changé.

Peej président de l'association MAC, un collectif de graffeurs spécialisé dans la réalisation de grandes fresques et fondateur du festival Kosmopolite de Bagnolet explique comment et pourquoi le graffiti s'est transformé " Nous nous efforçons d'agir dans la légalité et d'obtenir les autorisations des municipalités ou des particuliers car faire une fresque demande du temps. Mais c'est de plus en plus difficile(...) On nous demande de respecter la loi sans nous proposer d'espace. " Il y a 10 ans, il était encore possible de faire des fresques à Paris. Aujourd'hui, il n'existe aucun mur "légal". " Si le monde du graff a une mauvaise image, c'est à cause de la répression, " ajoute Peej, pourtant dirigeant d'un crew très légal. " Devant l'effacement systématique des tags à Paris, certains passent à une autre forme d'expression, encore plus dommageable pour l'espace public. Je pense au gravage, à l'origine des vitres rayées dans les trains et les métros."

Impitoyablement poursuivi dans certains lieux politiquement corrects (les " scandales " des stations Louvre ou Solférino au début des années 90 en témoignaient déjà) le graffiti s'est transformé, mais il a également connu deux autres évolutions :

- une sensible baisse en quantité et une certaine diminution du nombre de ses pratiquants, qui ne peuvent que réjouir ceux qui le combattent avec tant d'entêtement
- une migration vers les endroits où il est moins ardemment combattu. C'est ainsi que les murs ont été désertés au profit des camions (privés), des toits d'immeubles et des tunnels du métro (plus difficiles à effacer). C'est également ainsi que Paris a rejeté le graffiti vers ses banlieues. Il suffit de prendre le RER, le train ou l'autoroute pour s'en rendre compte. Ces axes d'accès vers la capitale sont littéralement " cartonnés " donnant naissance à un paradoxe évident. Le touriste qui vient de l'étranger s'en rend compte quelque soit son moyen de transport : les banlieues sont le théâtre d'un graffiti d'une rare intensité dans le monde alors qu'une fois passé le périphérique un monde plus propre a été artificiellement recréé. Le syndrome d'abandon et de mise à l'écart des territoires de seconde zone que sont les banlieues qui a éclaté lors des émeutes de fin 2005 saute aux yeux. Toute une partie de la population a besoin de s'exprimer avec ses propres messages et ses propres formes d'expression. Mais celles-ci aussi bien que leurs messages sont totalement ignorés en général quant ils ne sont pas impitoyablement combattus dans certains lieux consacrés. L'histoire récente montre qu'on peut les freiner, les réprimer mais pas les contenir indéfiniment...Plutôt que de dépenser sans compter l'argent du contribuable dans le but de décourager, cacher et punir ne pourrait on mieux optimiser ces budgets pharamineux ? Dans une démocratie quia donné naissance à des artistes à la valeur inestimable la réponse ne doit pas appartenir à quelques " élites " bornées.

Décidée à préparer son avenir de société privée et consciente de son intérêt à séduire les cibles jeunes trop lourdes à contrôler (d'où la carte Imagine R depuis 1998) la direction de la RATP a récemment revu son attitude face au graffiti. Après l'avoir combattu et renié sous toutes ses formes pendant plus de quinze ans, elle a entrepris de l'accepter en tant que forme d'expression mineure et canalisée à son profit. Allant comme de nombreux médias à l'encontre de l'Unité de mouv' Hip Hop, allant contre l'Unité pourtant historique du graffiti les caciques de la " R'tap " se sont employés à diviser pour mieux contenir. Conscients de l'avis du pékin de base français qui " n'aime pas le tag car c'est moche et envahissant mais trouve certains graffs jolis " ils ont décidé de mettre 2005 à profit pour imposer leur vision du graffiti.

Dès le premier trimestre ils ont réuni quelques acteurs plus ou moins légitimes et organisé un concours de graffiti ! Cette opération 100% marketing a été montée à chaque étape comme une opération de communication proche de la propagande. L'anglais étant certainement plus branché, le

concours s'est trouvé baptisé " Write your Map ". Comme le graffeur nantais Jinks l'a fait remarquer le logo choisi était littéralement pompé sur celui de l'incomparable " Battle of the Year ", source d'inspiration et de crédibilité pour des organisateurs " hip-hop " improvisés. Le mot graffiti ayant été toujours combattu il a été rénové en " writing ". L'agence de com' Human to Human a également conseillé aux décideurs de la Régie d'amadouer les jeunes en utilisant un langage auquel ils sont sensibles. Une psychologie de bas étages les a ainsi poussé à écrire " La RATP respecte le writing. Aux writers de respecter la RATP et ses clients ". Mais oui Human to Human, c'est bien connu, les djeunz de banlieue sont ultra sensibles au mot respect ! De même pour faire hip hop on organise une battle, pas un concours... Le problème c'est que les hiphoppers risquent de ne pas être dupes puisqu'une Battle requiert un contact direct entre les compétiteurs, provoque une surenchère due à la simultanéité des performances et implique la réaction d'un public. Trois éléments que les boss de la " R.tap' " n'ont pas jugé bon d'inclure à leur " concours " digne d'une marque de corn-flakes.

Le site internet, support inévitable quand on s'adresse aux djeun'z (en tous cas ceux susceptibles de se payer un titre de transport) a été utilisé comme un outil de propagande incitant les graffiteurs à choisir le bon camp, celui du " writing " légal : " Il faut changer la règle. Le writing est un art urbain à part entière et mérite de sortir de l'interdit et de l'anonymat.(...) Que les choses soient claires. La RATP organise cette première Writing Battle pour donner une chance à tous les writers d'exposer leur travail au grand jour. Mais la RATP ne cautionnera jamais le graffiti sauvage dans les stations, les dépôts et les matériels roulants. Le nettoyage de ces dégradations coûte chaque année plus de 25 millions d'euros, réduisant d'autant le budget alloué à l'amélioration du confort et pénalisant ainsi des millions de voyageurs franciliens. La RATP n'aura donc de cesse de poursuivre les auteurs de ces dégradations. "

Le writing étant un art urbain mais n'étant qu'un art urbain les organisateurs ont limité la rémunération au strict minimum (soit 500 €TTC pour la reproduction du " sketch " sur toile et sa mise à disposition de la RATP et 1 000 €TTC pour la cession des droits d'exploitation pour 1 an). De même, contrairement au graffiti qui a toujours profité des immenses murs gris des environnements urbains du monde civilisé, le fashionable " writing " imaginé par l'équipe de la RATP ne s'expose pas en grandeur nature mais sur un petit plan de métro ! Pour donner un coup le plus lourd possible à l'histoire du graffiti et à ses figures légendaires le jury d'un battle de " writing " n'a compté aucun " writer " ou ex- " writer " ! Le site du concours citait les membres de cet incroyable jury :

Yo KAMINAGAI : responsable de l'unité DESIGN de la RATP
Patrice ROUXEL : responsable charte graphique et contrôle qualité de la cartographie de RATP
Patrick Maurin : Producteur à l'Agence de Pub RATP
Ludovic Bajard : Responsable de l'unité Agences de COM RATP
David Dancre : Rédacteur en chef du magazine The Source
Robert VAN DEN REYSEN : Journaliste au magazine The Source
Juan - DJ - Animateur Générations All Stars - Hifly records
T-MISS / Animatrice Générations 88.2

Au vu de cette ridicule mascarade on ne s'étonnera pas que la plupart des " sketches choisis " n'aient fait preuve que de peu d'idées et de talent, qu'un certain nombre soient hors sujet et surtout que beaucoup ne ressemblent pas à du graffiti.

On se réjouira également de savoir que mouvement graffiti français n'a quasiment pas participé à cette triste initiative. La preuve figure sur le site lui même. Celui-ci indiquait " L'équipe de Write Your Map présélectionnera 100 sketches parmi ceux publiés dans la galerie du site. " Ceci implique que les prétentieux et hautains organisateurs attendaient largement plus de 100 sketches. Finalement la galerie n'en contenait que 29 soit 5 à 10 fois moins que prévu ! Il y en aura par ailleurs eu plus de réalisés gratuitement sur des métros et dans des stations que d'envoyés à " l'équipe de Write Your Map "...

Face au peu de réponses reçues tout porte à croire que les organisateurs ont contacté des étudiants en dessin, des résultats loin du graffiti de la galerie à cette explication du site " La

réception de la majorité des sketches dans les trois derniers jours du concours nous a contraint à une mise en ligne tardive, la présélection s'avérant par ailleurs complexe puisque de nombreux sketches ne respectaient malheureusement pas les trois critères de présélection du concours "

L'échec de l'opération explique que la RATP ait fortement réduit sa communication sur le sujet à compter d'avril 2005. Ce qui ne l'a pas empêché de poursuivre sa politique de promotion et de récupération d'un " writing " légal dès novembre suivant lors de son désormais annuel " Urban Lab " (<http://www.ratp.fr/ulab/>). Forcée d'admettre que l'écrasante majorité des graffiteurs ne la suivrait pas dans ses hypocrites initiatives tant qu'elle utiliserait son arsenal de plaintes, de procès, de gardes à vues, d'amendes et autres prisons avec sursis la direction de la " R'tap " a revu sa stratégie. Elle n'a dealé qu'avec un seul collectif, en l'occurrence les très dociles M.A.C, tentant ainsi de fournir une exposition et une rémunération à un exemple de ce qu'elle cautionne, un " writing " docile et tenu en laisse qui s'exprime sur commande, sous contrôle de décideurs extérieurs qui jugent de sa pertinence et de la rémunération qu'il mérite...

En 2006 la régie publique qui se prenait pour une grande entreprise capitaliste a plus que jamais dévoilé sa plus profonde raison de combattre l'art gratuit et libre : sa vocation de support publicitaire. Alors que l'on avait déjà souvent vu des bus totalement recouverts de publicités, le métro a lui aussi démontré que n'importe quel graffiti était le bienvenu chez lui tant qu'il faisait l'objet d'un juteux contrat avec la RATP. Rien n'est sacré, ni les rames immaculées, ni la décoration des stations. Ainsi la guerre des renseignements téléphoniques du premier trimestre a vu un opérateur suffisamment fortuné pour se payer des métros entiers à ses couleurs. Aussi bien que la superproduction hollywoodienne de mai, " Da Vinci code " s'est offert de repeindre la station Concorde à ses couleurs et à celles de ses acteurs. Aucune limite n'existe désormais plus et aucun principe ne plus être évoqué par la direction de la RATP. Tout n'est plus qu'une question de tarif à payer. Tout s'achète...

juillet 2006
Gone CMP