

MANUEL DE SUBVERTISING

Ce dont vous avez besoin
et comment en faire



Adapté en français par
Extinction Rebellion France

BRANDSM



MANUEL DE SUBVERTISING

BRANDISM[®]

SOMMAIRE

1// INTRO //4

2// DANS LES ARRÊTS
DE BUS //10

3// DANS L'ESPACE
PUBLIC //20

4// CRÉEZ VOS PROPRES
GILETS DE TRAVAIL //30

5// CLÉS //37

6// OEUVRES //44

7// DOMUMENTER
L'INSTALLATION //50

8// QUE DIT LA LOI ? //54

9// CREDITS //58



1

// INTRO

#OuaipOnADesClefsPourÇa

Bonjour,

Ce guide est une introduction et un manuel pratique pour tous ceux qui sont intéressés par la récupération d'espaces publicitaires dans leur ville ou leur quartier.

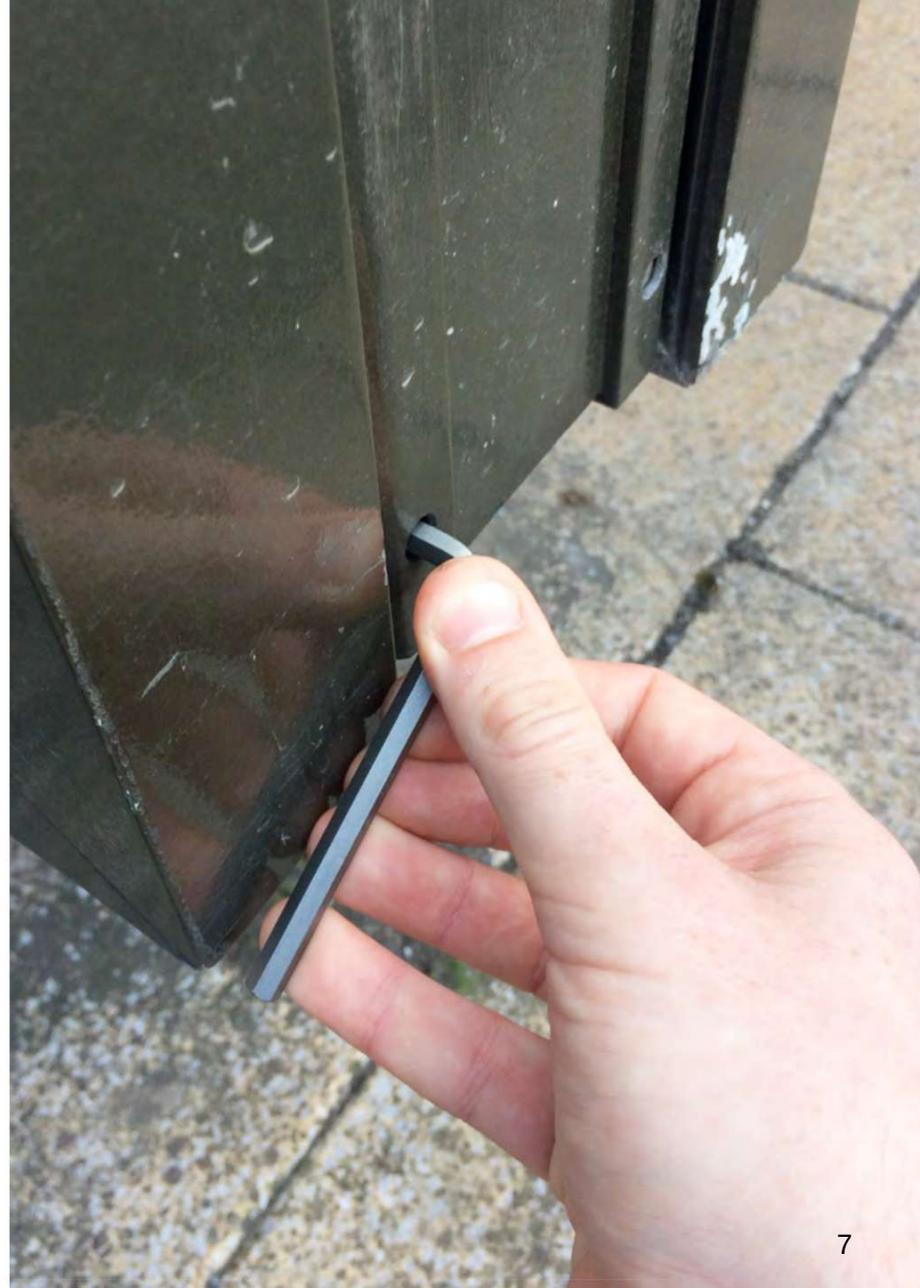


Ces clés deux peuvent ouvrir plus de 100.000 panneaux publicitaires dans le monde. Merci la mondialisation ! Vous trouverez plus d'informations sur les différents types de clés utilisées un peu plus tard dans ce guide, au chapitre 5.

H60



T30



Vous êtes peut-être un créateur de graffitis ou un artiste de rue se cachant dans l'ombre et utilisant les panneaux de publicités privés bien exposés, ou peut-être une simple personne voulant ouvrir des panneaux dans votre ville pour retirer des publicités offensantes. Vous pouvez être un activiste qui veut sensibiliser les gens à votre lutte en utilisant l'espace publicitaire comme moyen d'atteindre le public. Quelle que soit la raison qui vous pousse à détourner les panneaux publicitaires, deux choses sont certaines : votre action donnera une ville avec moins de publicité et plus d'art public, et un mélange d'histoires et de voies dans l'espace public est une ville plus saine et plus représentative.

Le droit d'auteur, de créer et recréer l'espace public dans lequel nous habitons et partageons, est un droit fondamental pour toute personne vivant en communauté, peu importe sa taille. Les multinationales qui détiennent les panneaux publicitaires ne demandent le consentement de personne, avant qu'ils n'aient pris le contrôle de toutes les villes du monde avec des publicités. Vous avez le droit de ne pas être attaqué par une publicité, particulièrement dans l'espace public. Ne demandez donc pas la permission, c'est votre droit de reprendre ces espaces. De plus, le changement climatique est d'actualité, alors peut-être que ce n'est pas la meilleure solution de dire constamment aux gens d'acheter de la merde tout le temps, partout. Je dis ça comme ça...

Dans ce manuel se trouve une sélection de recherches et de pratiques qui ont été créées par des artistes dans plusieurs pays dans le monde, qui ont travaillé dur pour apprendre des choses sur ces espaces, trouver des clés, tester le processus et développer des voies simples et

sans risques, pour prendre possession de ces espaces.

En gros, nous avons fait le travail le plus difficile pour que vous n'ayiez pas à le faire.

Grâce à la mondialisation, vous pouvez maintenant dépenser environ 12\$, et avoir un accès à plus de 100.000 panneaux publicitaires autour du monde. Ces dernières années, Brandalism, PublicAdCampaign, Perial Patrol Group et d'autres amis dans le monde, ont installés des milliers d'œuvres dans les espaces publicitaires dans divers pays.

Nous avons écrit ce guide parce que nous voulons vous encourager à reprendre ces espaces et les utiliser pour partager vos idées ou œuvres créatives, sociales et politiques avec le public. Si vous êtes un artiste de rue, créateur de graffitis ou tagueur, vous ne pourriez avoir votre œuvre dans un espace plus public.

Tout ce que nous vous demandons : ne soyez pas un connard et ne mettez rien de raciste, de sexiste ou de préjudiciable à toute autre culture, sexe, race ou religion dans les espaces que vous utilisez. Les publicités le font déjà tout le temps. Nous valons mieux que ça.

Amusez-vous bien !

Bill Posters (Brandalism)



DANS LES ARRÊTS DE BUS

Exemple de '6 feuilles'

Dans les villes partout dans le monde, des grosses multinationales publicitaires installent et entretiennent des publicités dans les arrêts de bus pour s'assurer que de la merde vous soit présentée de manière permanente. Une affiche d'arrêt de bus est connue comme une affiche '6 feuilles' dans le jargon industriel. Dans le Royaume-Uni, l'Europe et autour du monde, il y a principalement 2 types d'espaces publicitaires '6 feuilles' - nous les appelons 'Bus Stop One' ou 'Sucette'. Ce guide vous montre comment détourner les deux.



Certaines des compagnies ayant de grands espaces publicitaires en extérieur dans le monde entier ont des contrats avec des conseillers locaux ou des municipalités pour l'installation et le management d'infrastructures pour le transport public.

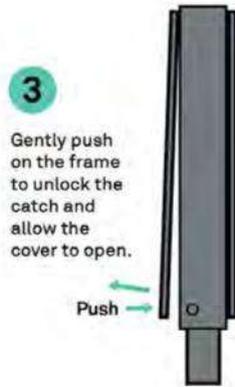
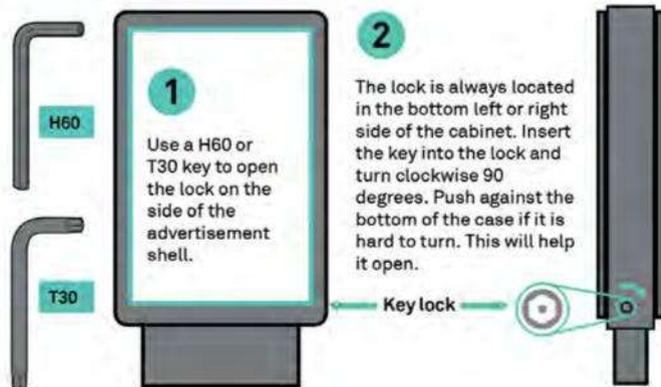
Généralement, ces contrats sont sous leur monopole pendant 30 ans ou plus. En change de l'autorisation à des multinationales de construire et maintenir ces infrastructures, elles ont le monopole de l'affichage de publicités partout dans la ville, pendant que les conseillers locaux dépensent moins d'argent pour résister à la crise financière et aux lois économiques de l'économie du libre-marché néo-libéral. Est-ce un échange équitable ? Absolument pas!

Les « Sucettes »

Ce sont des espaces de publicités très fréquents dans les grandes villes en France, en Europe, et dans d'autres pays dans le monde. Ils ont deux faces, donc deux fois plus d'exposition pour vos œuvres quand vous les détournez !

Les sucettes peuvent être un peu plus grandes que les panneaux d'abri-bus, environ 20-240cm de hauteur. En conséquence, ils requièrent quelquefois un petit escabot pour atteindre le haut du panneau quand vous l'ouvrez avec votre clé. Si vous n'avez pas d'escabot, pas d'inquiétude, nous allons vous montrer comment installer votre œuvre facilement avec notre guide pas-à-pas dans les pages suivantes.





i If installing at night time, turn the power breakers off inside the panel - just flick the switch down. You will feel less exposed without the backlight.



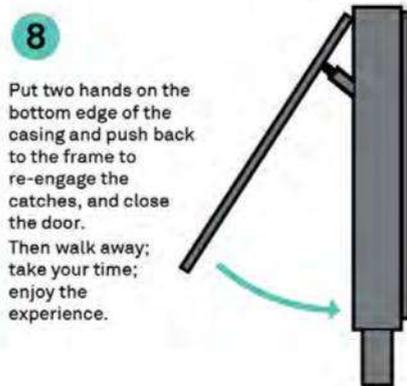
If the poster you are replacing has a blank reverse, you can re-use it for another installation; if not, you should recycle it.



Slide your poster into the top of the panel, push it into the clip that runs across the top of the perspex. You may want to pre-fold a 1cm edge on your posters, for an easier install. A credit card can also help with sliding the poster between the clip and the backing.



Always bring some tape with you in case you need to stick the corners of the poster in position at the top of the lightbox.



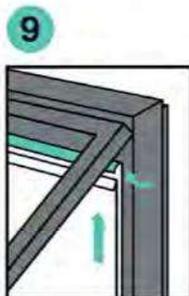
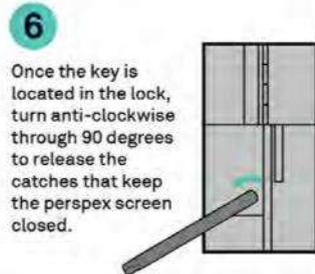
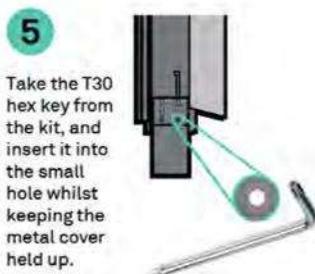
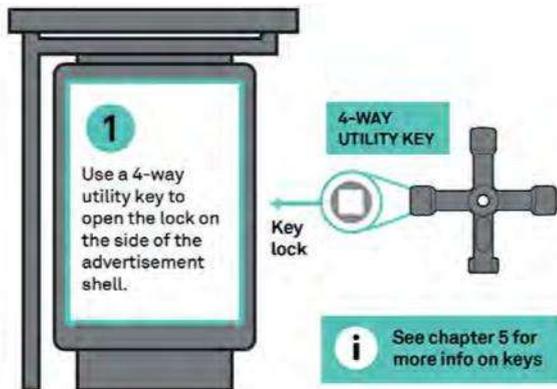
Les panneaux d'arrêts de bus

Il y a des milliers de pubs d'arrêts de bus à choisir lorsque vous réfléchissez où installer votre œuvre dans le ville. Les modèles les plus récents s'ouvrent uniquement avec une clé ; cependant, certains panneaux plus vieux demandent deux clés, et le guide suivant vous montre tout ce dont vous avez besoin de connaître pour les ouvrir facilement et astaller votre œuvre.

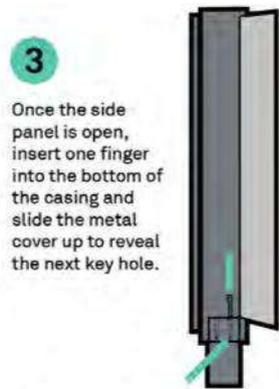
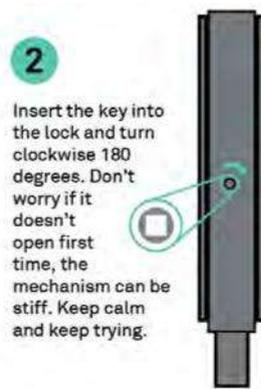
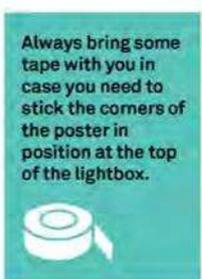
CHOSSES À PENSER

- Faites vos recherches et regardez si vous avez besoin d'un escabot, ou d'un petit marchepied, pour rester debout quand vous installez votre œuvre. La dernière chose que vous souhaiteriez serait de voir que vous ne pouvez pas atteindre le haut du panneau, et de repartir ! Pas sympa.
- Après quelques temps, vous verrez que certains des vieux arrêts ont des mauvaises fermetures, elles peuvent être ouvertess 2 à 4 semaines pendant l'année. Pas 'inquiétude si tel est le cas, ne l'utilisez pas et continuez sur un autre panneau, il y en a des milliers dans la ville.
- Le meilleure chose à faire est de porter un gilet jaune, et de tester les clés de jour. Personne n'y prête attention, et de cette manière vous pouvez comprendre comment les panneaux s'ouvrent et être plus efficace quand vous y retournerez avec votre œuvre à installer.

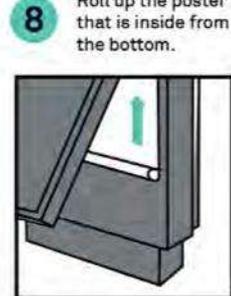
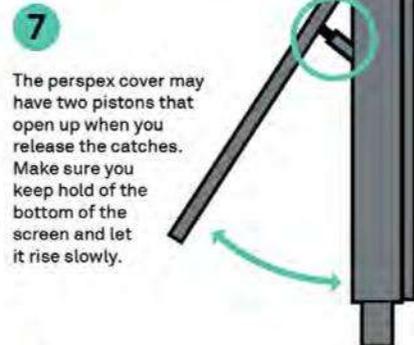




Slide your poster into the top of the panel, push it into the clip that runs across the top of the perspex. You may want to pre-fold a 1cm edge on your posters, for an easier install. A credit card can also help with sliding the poster between the clip and the backing.



i
If installing at night time, turn the power breakers off inside the panel - just flick the switch down. You will feel less exposed with the backlight.





DANS L'ESPACE PUBLIC

Se cacher en étant vu

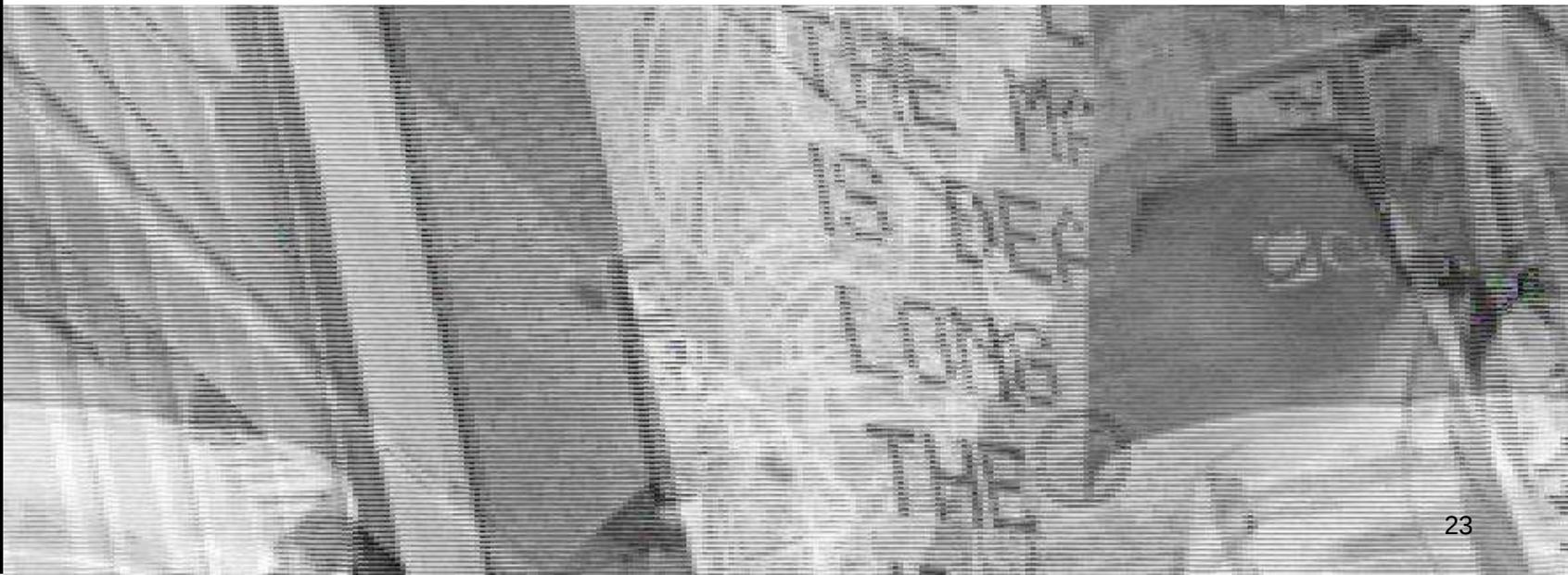


Maintenant que vous avez identifié votre type de cible, vous voudrez vous sentir bien et relaxé quand vous irez installer votre création dans l'espace public.

Quand j'ai commencé à regarder où je pouvais occuper des espaces publicitaires dans la ville, je les ai considérés comme je considère les graffitis. Encapuchonné, tard dans la nuit, essayant de voir comment investir ces espaces, comment les ouvrir et ce dont j'avais besoin pour ce cela arrive. Je me souviens d'en avoir finalement ouvert un, puis d'avoir brisé le verre en le forçant à le refermer après avoir photographié les serrures. Pendant que je m'éloignais, je me suis dit qu'il devait y avoir un moyen plus simple d'ouvrir ces panneaux.

Au fil du temps, il est devenu clair que si vous voulez investir simplement les espaces publicitaires de la ville, vous devez simuler le comportement des travailleurs qui installent les affiches publicitaires. En effet, si les gens s'attendent à voir quelque chose arriver dans un lieu à une certaine heure dans la ville, ils l'ignoreront simplement automatiquement. Cela fait partie du rythme de la ville, du métabolisme de l'espace urbain.

Vous trouverez ci-dessous une liste de quelques notes sur les pratiques et les processus suggérés pour installer une œuvre dans les espaces publicitaires dans la ville. Ces réflexions sont le fruit de plusieurs années d'essais et d'erreurs par Brandalism et ses amis dans le monde. Nous espérons que cette connaissance vous évitera du stress et de la frustration quand vous commencerez à investir ces espaces.



L'HEURE DE LA JOURNÉE

Évitez-vous du stress et du trac à cause des forces de l'ordre., et des autres membres du public (les promeneurs de chiens tard dans la nuit en particulier), et sortez dans la journée. Ne sortez pas (comme j'ai commencé à le faire) à 2 heures du matin, c'est louche.

Utilisez votre cerveau et sortez pendant le jour. En premier lieu vous vous sentirez exposé et nerveux, mais après avoir ouvert un panneau ou la première pose d'une œuvre, après une bonne dose d'adrénaline, vous réaliserez que:

1. Personne n'y prête attention. Si vous semblez faire votre travail, et si votre comportement est ce que les gens s'attendent à voir (y compris la police) dans ce lieu à cette heure, tout ira bien. C'est pourquoi un gilet fluo est si important, puisque cela vous donne de la légitimité. Utilisez-le ! Nous vous recommandons aussi de regarder autour de vous quand vous avez ouvert un panneau en public, regardez comment ils n'en ont rien faire, ça vous aidera à relaxer et à vous amuser.
2. C'est simple. Ces espaces sont conçus pour qu'un travailleur, qui n'est probablement pas payé assez, puisse changer plusieurs centaines de ces publicités en une matinée. Ils sont conçus pour être ouverts et installés rapidement et efficacement. Après quelques-uns vous aurez pris le coup de main. Si la serrure est mauvaise, essayez-en un autre !

3. Si vous avez un gilet fluo, les conducteurs de bus ne vous ennueront pas. C'est important. Nous avons déjà installé des œuvres leurres dans le passé, et nous étions sûrs qu'un chauffeur d'autobus nous remarquerait et nous interpellerait. Mais ça n'est jamais arrivé, parce que nous semblions et agissions comme nous étions supposé faire. Vous vous sentirez exposé et un peu vulnérable quand vous installerez pour la première fois, juste souvenez-vous que chacun est plus concerné par l'endroit où ils vont, par qui a dit quoi la nuit dernière, par le président, le changement climatique, les baskets Adidas, ou un million d'autre préoccupations. Alors occupez-vous de votre espace, et restez calme

CHOISIR UN ESPACE

Localisation. Localisation. Localisation.

Haute Visibilité

La plupart des espaces publicitaires sont installés dans des endroits où passe beaucoup de monde. Parfait ! Beaucoup de gens verront votre œuvre – le travail difficile a été fait pour vous. Fini de se percher sur les corniches d'immeubles abandonnés pour essayer de faire un graffiti avant que les flics ne vous voient. Vous pouvez simplement sortir de jour et coller vos œuvres d'art dans un endroit qui est conçu pour atteindre le maximum de personnes. Ils sont également éclairés la nuit.

Lieux Spécifiques

Peut-être que votre œuvre parle d'un certain sujet, ou vous aimez l'architecture d'une rue et votre œuvre est conçue pour interagir avec l'espace environnant. Peut-être que votre œuvre cible un rapport environnemental désastreux d'une compagnie, ou peut-être que vous voulez juste partager un message grâce à un repère connu. Si c'est le cas, une installation spécifique au lieu peut être une bonne idée – de notre expérience, les photos d'une installation sur un lieu spécifique ont un énorme impacte.



Vous voulez savoir si un panneau publicitaire est devant tel ou tel bâtiment ? Pas de problème : visitez la base de données OpenStreetMap, grâce aux sites uMap ou MapContrib.

Vous trouverez votre bonheur.

QUAND VOUS INSTALLEZ VOTRE OEUVRE

Les publicités dans l'espace public sont changées régulièrement (1, 2 voire 4 semaines).

Il est extraordinaire de voir les informations en ligne : les compagnies tiennent un calendrier pour avertir tout le monde des dates pour lesquelles ils vont mettre leur publicité dans l'espace public. Très pratique.

Les périodes de changement varient selon les entreprises, mais souvent elles durent 1 semaine ou sont comprises entre 1 à 4 semaines.

Search for 'cycle calendar' or 'posting calendar' on the websites for the corporation that owns the ad space you want to hack. They are often in the 'How To Book' section of the website. For example:
www.jcdecaux.ie/how-to-book/cycle-calendar

It is really important to know about the changeover dates for two main reasons. The first is down to the fact that the only person on the street who may be remotely interested in what you are doing with ad spaces is a worker for the company that manages the ad space you are installing your art work in. So the best way to avoid this situation is by going out a day or two after the company has changed over adverts in the city. That way you not only massively reduce the risk of any interaction with a worker, but you also get the most days of exposure for your art work. Double win.

Now if you do interact with an employee of the outdoor advertising company, it doesn't necessarily mean it has to be a negative thing. During our Cop21 project in Paris, one of our female teams was stopped by a JCDecaux worker who asked if they had permission to change the ads. They said "yes, of course" and he proceeded not only to show them a more efficient way of installing the posters but also gave them a tool from his van to make it easier.

Pour plus d'informations sur la conduite à avoir dans le cas où vous vous faites arrêter par la police ou la compagnie, rendez-vous au chapitre 8.

TENUE VESTIMENTAIRE

Voici une liste de suggestions de chose à faire et à ne pas faire concernant l'uniforme / le déguisement à porter quand vous faites du subvertising :

Accepté :

1. Ressemblez à un employé d'une compagnie publicitaire. Ils portent généralement un pantalon foncé (bleu foncé ou noir) avec une veste ou un molleton foncé.
2. Portez des chaussures solides, pas les baskets que vous venez d'acheter.
3. Portez un chapeau ou un bonnet. Cela vous aide à vous sentir plus protégé.
4. Portez un gilet fluo. Idéalement avec un logo d'entreprise imprimé au verso (vous pouvez télécharger des logos pour les imprimer en haute résolution à partir de la section Take Action de notre site Web).
5. Portez des gants si possible, comme des gants noirs minces. Pas des mitaines.
6. Mettez votre gilet fluo on lorsque vous approchez d'un panneau publicitaire jusqu'à ce que vous vous sentiez vraiment à l'aise pour le garder tout le temps.

Refusé :

1. Se balader avec des dreadlocks.
2. Porter des vêtements que vous n'associeriez pas au travail d'un agent d'affichage. Ça veut dire pas d'habits moulants. Bien que certains puissent en porter en dessous.

ATTITUDE

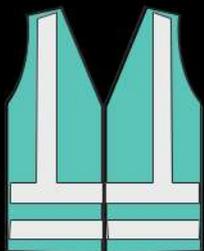
Maintenant, quand vous faites votre première installation, votre cœur va s'emballer. Si c'est énervant, c'est aussi parfaitement naturel et vous apprendrez beaucoup de cet expérience où vous sortez de votre zone de confort. Le cerveau apprend mieux quand il est poussé aux frontières de la panique, donc maîtrisez-le et profitez-en.

N'oubliez pas que les employés des compagnies publicitaires travaillent longtemps dehors pour peu d'argent et ils font les mêmes mouvements de 30 secondes des centaines de fois en un jour.

Vous pouvez donc imaginer que c'est ennuyant, donc agissez comme tel. Soyez relaxé, voire peut-être un peu ennuyé ou ayez l'air d'en avoir marre. Peut-être que vous faites encore des heures supplémentaires un dimanche ! Et votre conjoint-e vous stresse pour ne pas être venu à cette séance de yoga avec elle. Ou autre chose, peu importe, en fait faites comme si c'était votre travail. Vous le faites jour après jour, des milliers de fois. Ayez confiance dans le processus. Plus un petit peu de jeu de rôle pimente toujours un peu les choses.

4

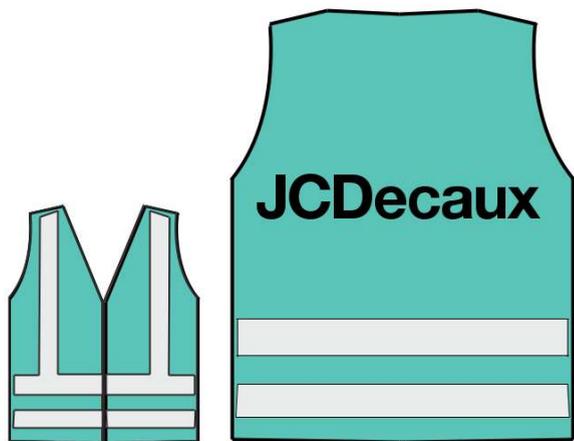
GILET DE TRAVAIL



Ci-dessous sont décrites différentes méthodes qui peuvent être utilisées pour créer un uniforme/gilet fluo assorti à une entreprise, pour vous aider dans votre installation. Cette liste n'est pas exhaustive mais une sélection de 3 processus différents du plus simple au plus complexe. Certaines méthodes sont plus accessibles et requièrent moins de matériel et demandent moins de connaissances de spécialistes.

La méthode la plus simple et directe sont citées en premier, les plus complexes viennent après. Vous pouvez toujours les imprimer dans un magasin ou en ligne, mais où est la créativité et la technique là-dedans ?

Les équipements dont vous avez besoin sont explicités dans chaque section.



JCDecaux primesight

 Clear Channel

 ExteriorMedia

LOGOS POUR LES 4 PLUS GROS

Nous avons créé des versions PDF téléchargeables pour les logos des 4 plus grosses entreprises de publicité extérieure. Il y a deux versions pour chaque :

1. Un patron
2. Un fichier d'imprimables pour impression au fer à repasser ou pour de la sérigraphie

Vous trouverez tous les logos et fichiers PDF en ligne à l'adresse :

BRANDALISM.CH

OPTION 1: IMPRESSION AU FER À REPASSER

Cette option est la plus rapide et la plus accessible ; cependant, le résultat final n'est pas de la meilleure qualité. Si vous voulez faire une installation rapide, avec un gilet fluo que vous n'utiliserez plus jamais après ça, cette méthode peut être la solution.

La plupart des supermarchés et magasins d'art ont des feuilles A4 imprimables au fer à repasser. Vous pouvez avoir un pack de 10 pour quelques euros. Équipement dont vous avez besoin :

- papier A4 d'impression au fer à repasser
- Ordinateur et imprimante à encre
- fer à repasser



10-15 minutes

OPTION 2: PATRON

Faire un patron des logos peut être un moyen efficace et peu cher de créer des gilets fluo pour vos installations. Vous devrez faire attention pour garder une haute qualité du produit fini. Nous recommandons d'utiliser de la colle à support en spray pour préalablement fixer temporairement le bas du patron sur le gilet, pour s'assurer que les bords ne seront pas imprimés lorsque vous peindrez.



Lorsque vous utilisez un patron, peignez les couches de peinture successives doucement, puisque la fabrication synthétique ne donne pas une superbe couleur au début. Prenez votre temps.

Équipement dont vous avez besoin :

- Bombe de peinture noire (nous recommandons des '94 ou Belton)
- Grande carte des patrons
- scalpel (très aiguisé) ou cutter
- colle à support en spray.



1 heure

OPTION 3: SÉRIGRAPHIE

C'est de loin le meilleur procédé pour un résultat qualitatif, surtout si vous voulez créer beaucoup d'uniformes. Le procédé varie en fonction du matériel, mais beaucoup de gens ont du matériel de sérigraphie qui pourrait vous aider. C'est un procédé technique qui requiert de l'expérience.



Si vous allez dans un atelier de sérigraphie que vous ne connaissez pas, dites que le gilet est pour une pièce de théâtre ou quelque chose du genre pour ne pas paraître suspect.

Équipement dont vous avez besoin :

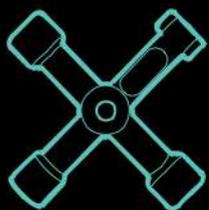
- Accès à de la soie à sérigraphie
- papier imprimé avec le logo dessus
- Peinture à sérigraphie noire.



30 min à 1 heure

5

CLÉS



Comme nous l'avons vu au chapitre 2, il y a plusieurs type de panneaux « 6 feuilles » qui demandent une clé pour être ouverts. La plupart de ces clés peuvent être achetées en quincaillerie en ligne ou en magasin, et dans certains cas dans les magasins de vélo.

Grâce à notre amie la mondialisation, vous pouvez acheter 2 ou 3 clés pour une dizaine d'euros et avoir l'accès à la plupart des 6 types de panneaux en europe occidentale (environ 100 000) ; c'est un investissement rentable.

Quelques-unes des clés les plus fréquemment utilisées, et le processus pour ouvrir les panneaux, sont décrits dans le guide illustré dans ce manuel.

COLLECTIONNEZ-LES TOUTES !

Les 4 types de clés figurant dans cette section sont les plus communes ; cependant, il y en a beaucoup d'autres que vous pouvez ajouter à votre collection.





H60



H60

La H60 est une clé hexagonale de 6 mm de large avec un trou de 4 mm percé dans le fond pour réduire le vandalisme, apparemment. Elles sont très communes et faciles à acheter.

Prix : 5€ environ



T30



T30

La T30 est une « Clé Torx ». Elles sont disponibles en différentes tailles, mais vous n'avez besoin que de la T30. Assurez-vous qu'elle a le trou à l'ambout et qu'elle est de bonne qualité, car la clé s'usera facilement. Un manche long, c'est mieux.

Prix : 7€ environ



13mm T CLÉ À
DOUILLE À
POIGNÉE



13mm T CLÉ À DOUILLE À POIGNÉE

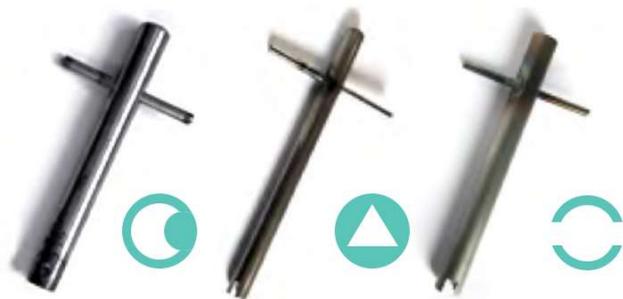
Cette clé est parfois nécessaire pour accéder aux espaces publicitaires de type sucettes » dans les centres-villes. Il s'agit d'une clé à douille d'une largeur de 11 mm. Nous recommandons une forme de poignée en T avec une longue barre. Il est ainsi très facile d'ouvrir les panneaux concernés.

Prix : 14€ environ



CLÉ 4 CÔTÉS

Vous pourriez aussi avoir besoin de celle-ci :



CLÉ 4 CÔTÉS

Une clé à 4 côtés n'est utilisée que sur les très anciens arrêts de bus (Royaume-Uni et Europe). Vous aurez besoin de la clé carrée pour la première serrure des anciens arrêts de bus. Achetez une clé en métal et non en plastique. Cette clé est aussi utilisée pour les portes de compteurs à gaz et électriques, elle est donc très courante.

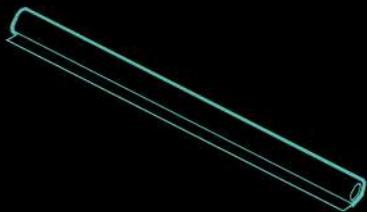
Prix : €3 environ

Nos amis de Public Ad Campaign aux États-Unis ont créé une carte du monde impressionnante qui illustre les types de clés utilisées dans plus de 22 pays à travers le monde. Vous pouvez voir les types de clés pour chaque ville, télécharger des fichiers d'impression 3d de clés ou commander des versions faites à la main directement depuis leur site :

www.publicadcampaign.com/PublicAccess

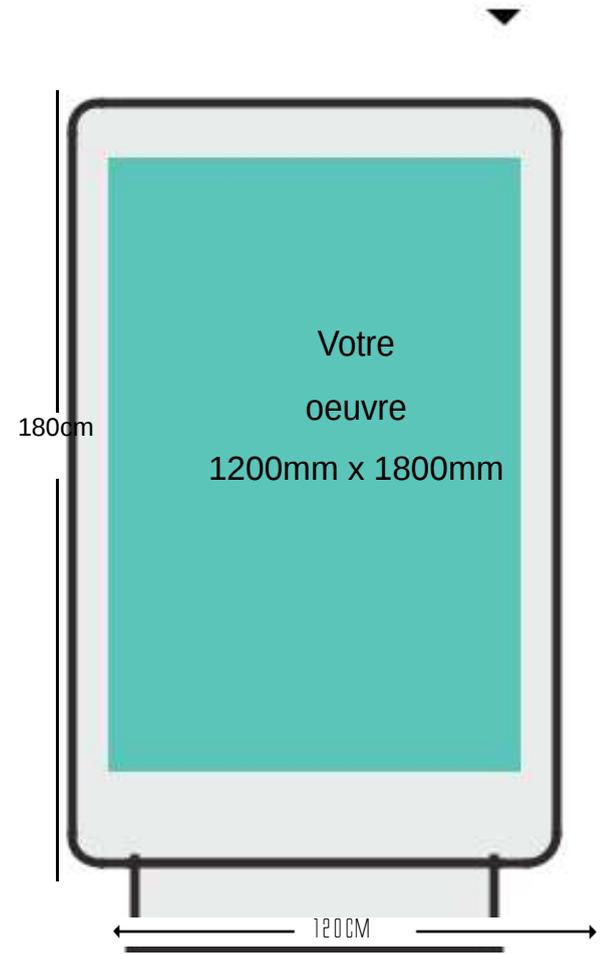
6

OEUVRES



Maintenant que vous avez trouvé votre place, que vous avez fait imprimer votre uniforme et que vous avez ouvert certains des espaces pour tester vos clés, il est temps de créer des œuvres d'art pour l'installation dans l'espace public.

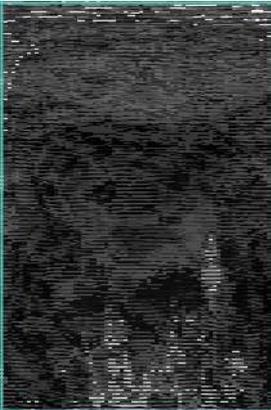
Vous trouverez ci-dessous quelques exemples de la façon dont vous pouvez créer vos œuvres d'art, qu'il s'agisse d'options peu coûteuses ou plus coûteuses. Ces options ne sont en aucun cas exhaustives et ne sont pas les seules : vous êtes créatif, alors amusez-vous et jouez avec l'espace. Peut-être voulez-vous simplement supprimer des annonces et laisser l'espace vide comme nous le faisons avec noadday.org ?





OPTION 1 DESSIN/PEINTURE

Prenez des publicités existantes et refaites-les à votre manière ou dessinez sur l'arrière. Sinon, enlevez la publicité existante et taguez la vitre du panneau de l'intérieur.



OPTION 2 SÉRIGRAPHIE

Bien qu'il soit très difficile d'imprimer en taille réelle, c'est une technique frappante, même si vous imprimez des images plus petites au centre d'une feuille de 6 feuilles. Il se peut que vous ayez besoin de l'aide d'imprimeurs qualifiés ou que vous ayez accès à un studio d'impression. Nous vous recommandons de faire des recherches sur le processus de sérigraphie et de chercher des options locales.

OPTION 3 IMPRESSION NUMÉRIQUE

Renseignez-vous auprès des imprimeurs locaux qui font de l'impression grand format. Le prix varie considérablement. L'impression en noir et blanc est beaucoup moins chère.

**TACKLING
CLIMATE
CHANGE?**

**OF COURSE NOT.
WE'RE AN AIRLINE.**

We're sponsoring the UN climate conference so we look like we're part of the solution and to make sure our profits aren't affected.

Economic growth is far more important than saving the planet. So we'll keep on bribing politicians and emitting greenhouse gases.

Just keep it to yourself.

AIRFRANCE /
PART OF THE PROBLEM
#RedLines



DOCUMENTER L'INSTALLATION



Lorsque vous êtes prêt à installer votre œuvre d'art, il est important de se rappeler que nous vivons à l'ère des réseaux numériques et des médias sociaux est l'endroit où la plupart des gens verront vos installations.

Des photos de bonne qualité sont donc cruciales et peuvent être prises sur la plupart des téléphones portables.



Voici quelques conseils pour photographier vos installations:

1. Les images haute résolution sont parfaites. De préférence en couleur. L'encadrement de l'affiche à l'intérieur de l'espace publicitaire est important.
2. Vous devez déterminer à quel moment vous allez prendre les photos (ex : ferez-vous les installations et retournerez-vous plus tard pour photographier ?).
3. Si votre œuvre comporte un petit texte, prenez un gros plan pour qu'il soit possible de lire les mots et le texte de l'affiche.
4. Si possible, photographiez les membres du public qui interagissent avec votre œuvre.
5. Si l'installation de l'affiche est propre au site, incluez le site en arrière-plan.
6. Les installations des installations sont toujours un plus, sans prendre les visages (floutez-les au besoin).
7. Sécurité : Sachez que si vous transportez des photos de personnes installant les affiches, elles pourraient être saisies et utilisées comme preuves par la police. Nous suggérons de transporter plusieurs cartes SD et de les ranger dans un endroit sûr.
8. Si vous avez le temps, prenez les deux photos de jour et de nuit de toutes les affiches.

8

UK LEGAL ADVICE

What are the risks?



You are highly unlikely to be stopped whilst doing this type of work. But if you are, it's likely to be by people who work in the industry rather than the police.

Have a story in your head beforehand so that you remain calm if approached. You could say you're a sub contractor for a rogue outdoor media firm, or art students doing a temporary install, and that you just need to get a photo and then will put the original poster back. Again, you're very unlikely to get stopped, but if you do, it's re-assuring to have a story prepared.

If it all gets a bit hairy, just calmly walk away. Don't give your name or details to any industry worker. You're only obliged to give your details to the police, and even then, only in certain circumstances.

In the very, very, very unlikely event that the police get involved, here is some legal advice from Green and Black Cross: The basic rule of thumb is "No Comment".

In the worst case scenario, a charge is likely to be that 'criminal damage', which holds minor penalties. We really stress that this is very unlikely to happen - and has not happened for any of Brandalism's previous street interventions since 2012.

For more information check out:
greenandblackcross.org/guides/laws/6-criminal-damage-theft/

After Brandalism's COP21 project in Paris, Google and Apple asked two lawyers to write a legal briefing for corporations on what to do in the event of a 'brandalism attack.' As you can see, their legal advice is that corporations can basically do nothing about a subvertising attack once it's happened:
brandalism.ch/surviving-a-brandalism-attack-legal-advice-for-corporations

SOME OTHER BASIC TIPS

Photos

Please advise your photographers that they should be wary of what photos they take, and carry on them, and not to include people's faces. Photos should be deleted or stored securely afterwards.

Text messages

Be wary of what you communicate by SMS text message and don't include anything incriminating: e.g "I changed this bus stop ad on the High Street."

Emails

Similarly, be wary of what you write in emails to each other before or afterwards.

SHOUT OUTS

Special Patrol Group //
@SpecialPatrols

Public Ad Campaign //
publicadcampaign.com

Subverters international //
subverters-international.net

Adblock Bristol //
adblockbristol.wordpress.com

Dr.D //
@Subvertiser

Beast //
Beastmaster.tv

Vermibus //
@Vermibus

Art In Ad Places //
artinadplaces.com

Dog Section Press //
dogsection.org

Revolt Design //
revoltdesign.org

Published under Creative Commons Attribution-NonCommercial
4.0 International Public Licence

PHOTO CREDITS

Cover// Riot City by Bill Posters

One of the designs used in Brandalism's bus stop
ad action in 2014.

Photo credit: Blacklist Support Group

p.5// Vermibus installs Aida Wilde's artwork
for #SubvertTheCity 2017, a global week of
#subvertising organised by Subverters
International.

Photo credit: brandalism.ch

p.7// Unlocking a cabinet with a key

Photo credit: brandalism.ch

p.13// No Ad Day

Image showing empty ad space in Berlin

Photo credit: NoAdDay.org

p.15// Stop Right There by Stanley Donwood
Insert showing Stanley Donwood (Radiohead)
artwork installed in Manchester, 2014.

Photo credit: Jody Hartley

p.19// Ad Nauseam by Dr.D

Artwork installed in Bristol during Brandalism
2014.

Photo credit: unknown / brandalism.ch

p.23// Subvertising in action

An all female team installed subvertising in Paris during
the COP21 Climate Talks intervention in 2015

Photo credit: brandalism.ch

p.24-25// Subvertising in action

Artists install Bill Posters artwork on Portobello Road, London, 2014.

Photo credit: brandalism.ch

p.33// Simulated Uniforms

Over 100 fake uniforms were screen printed for the COP21 Climate Talks intervention in Paris in 2015.

Photo credit: Thomas Dekeyser

p.39// #YeahWeGotKeysForThat

A selection of keys used for subvertising

Photo credit: Jordan Seiler

p.41// All you need - a H60 key and a Bally

Member of Special Patrol Group shows us all we need to hack ad spaces

Photo credit: Special Patrol Group

p.45// Artist: Paul Insect

'6 sheet' size silk screen printed artwork for Brandalism 2014

Photo credit: brandalism.ch

p.48// Unknown Artist

Hand drawn artwork installed in Brussels during Anti-TTIP project

Photo credit: BrandWashing

p.48// Riot City by Bill Posters

Silk screen print, 2014

Photo credit: brandalism.ch

p.49// Tackling Climate Change? by Matt Bonner

One of the designs used in Brandalism's COP21 action in 2015.

Image credit: revoltdesign.org

p.51// Subvertising in action

Artists in London hack a bus stop ad space

Photo credit: brandalism

p.52// Sisters Uncut

Subvertising to support the fight against cuts to services for survivors of domestic violence

Photo credit: Sisters Uncut

p.55// Brandalism in action

Still image taken from 'Cop21 Paris Climate Talks' (video) showing Brandalism in action in the streets

Photo credit: brandalism.ch

p.64// Designed in Heaven by Princess Hijab

Silk screen printed artwork for Brandalism 2014

Photo credit: brandalism.ch

Back cover// Artist: Mr Lister

One of the designs used in Brandalism's bus stop ad action in 2014.

Photo credit: brandalism.ch

Brandalism est une révolte contre l'entreprise la maîtrise de la culture et de l'espace.

Nous sommes un collectif international d'artistes qui remettent en question le pouvoir, la cupidité et l'avidité des entreprises la corruption dans le monde.

Intervenir dans des espaces publicitaires qui habituellement célèbrer la consommation, l'utilisation du Brandalisme subvertising' comme une lentille à travers laquelle nous pouvons de voir l'intersection entre le social et l'environnemental les problèmes de justice que crée le capitalisme.

La publicité d'entreprise influence tous les aspects de notre vie moderne : de ce que nous ressentons par rapport à nous-mêmes ; nos corps ; nos compréhensions du sexe, de la race et de la classe sociale ; jusqu'à notre les perceptions des autres et du monde dans lequel nous vivons à l'intérieur. La publicité ne se contente pas de nous vendre des produits - elle façonne nos attentes quant à la façon dont le sens doit être produit dans la vie.

Renforcer la résistance et la résilience à ce phénomène le pouvoir des entreprises est au cœur de la culture les guerres du 21e siècle. Ainsi, avec rien de plus que des vestes fluo des clés spéciales et des principes créatifs communs, nous piratons des espaces et des lieux pour tenir le pouvoir des entreprises responsables, et rêver d'un monde au-delà du capitalisme.

Nos interventions, expositions et ateliers ont pour but de s'efforcer d'agiter, d'éduquer et de faciliter le travail de ces personnes qui veulent défier le pouvoir des entreprises.



Twitter @BrandalismUK
Instagram @brandalismproject
www.brandalism.ch

Clear Channel

DESIGNED
IN HEAVEN
ASSEMBLED
IN CHINA





£3