

"Le chien est forcément innocent, l'homme forcément coupable"

Thomas Reichlin-Meldegg est directeur de création à l'agence H. Il est à l'origine de la campagne d'appel à don de l'Observatoire international des prisons. Et nous explique tant la genèse de cette affiche que les raisons d'une campagne "choc". Entretien.

Comment est née cette campagne d'appel à don ?

Travaillant depuis deux ans avec l'OIP, nous avons acquis la conviction que, pour qu'une petite structure se fasse entendre, il faut frapper un grand coup. Quitte à choquer. Non pas gratuitement mais en disant la vérité. D'abord, précisons que cette campagne n'a pas vocation à expliquer ce qu'est et ce que fait l'Observatoire. C'est un appel à don au bénéfice d'un organisme qui défend les droits des détenus. Or, il est un préjugé tenace selon lequel ceux qui ont été mis en prison doivent en être privés car ils n'y sont pas par hasard. Nous avons donc opté pour une interpellation de ce préjugé, qui est le plus commun. Certes, ce n'est pas une affiche qui va lui tordre le cou. Mais, ce qu'on espère, c'est qu'elle provoque la réflexion sur la représentation que nous avons en général du détenu.

Pouvez-vous nous expliquer la genèse de l'affiche ?

En fait, ce qui m'est venu en tête, ce sont les propos de l'ancien président de l'OIP, Gabriel Mouesca, qui, lors du procès de Ferrara et en évoquant le fonctionnement des QHS, avait parlé de « fauves en cage ». Derrière, il y a tout le processus de déshumanisation opérée [opéré] par la prison. Mais aussi par certains hommes politiques qui n'hésitent pas, comme on l'a entendu lors du débat sur la récidive, à parler de « prédateurs ». Comme si on n'avait plus affaire à des êtres humains mais à des bêtes, à des monstres !

D'où le choix d'une analogie animalière ?

Oui. Sans faire référence à d'autres campagnes d'appel à don, on sait que montrer un chien en cage suscite la compassion. Parce que, bien évidemment, le chien, lui, est forcément innocent alors que l'homme derrière des barreaux est forcément coupable. Il n'était pas question pour nous de provoquer la pitié ni de nous enfermer dans un tête-à-tête stérile avec l'Administration pénitentiaire. On a donc choisi de montrer un détenu de face – surtout pas de dos, car c'est son regard qui nous interpelle – avec ce slogan : « Si ça peut vous aider pour faire un don, dites-vous que ce détenu est un chien ». Certes, c'est un slogan qui peut être perçu comme choquant. Mais ce que je trouve le plus choquant, à l'égard de la prison, c'est qu'il semble y avoir une volonté de ne pas voir. Pourtant, on sait tous à peu près ce qui s'y passe. Tout le monde est même prêt à s'émouvoir. Mais, au final, peu nombreux sont ceux qui s'y intéressent. Résultat : les conditions de détention n'évoluent guère et la France, en la matière, est la lanterne rouge de l'Europe.

Comment expliquer cette ambivalence entre le fait de savoir et la volonté de ne pas voir ?

La prison -contrairement par exemple à la garde à vue où l'on se dit de plus en plus en plus que ça pourrait aussi nous arriver- reste une préoccupation secondaire. Certes, tout le monde est prêt à s'émouvoir : même le chef de l'Etat a parlé de « honte » de la République. Reste que, dans le même temps, on joue sur la peur des gens pour rendre acceptable l'idée d'emprisonner non seulement les personnes « dangereuses » mais aussi celles qui seraient susceptibles de le devenir. Paradoxalement, cette affiche, par un slogan provocateur, fera en sorte de rappeler, puisqu'il semble que cela soit nécessaire, l'humanité des personnes détenues. Concernant la prison, l'émotion permet souvent de ne pas évoquer les vrais sujets, ici elle est sciemment utilisée pour provoquer la réflexion.

Et comment expliquez-vous cette indifférence alors que la prison, ne serait-ce qu'à travers la fiction, est un sujet éminemment populaire ?

La prison véhicule en effet bon nombre d'images. Selon deux schèmes principaux : soit une sorte de mythologie, soit un moyen détourné pour évoquer la réalité sociale dans ce qu'elle a de plus crue. La force de cette campagne est, me semble-t-il, justement là : jouer sur le préjugé, sur l'émotion, sur les images pour provoquer le débat et la réflexion, ce qu'un argumentaire aurait sans doute eu plus de mal à faire. Afin qu'à terme, la connaissance de ce qui passe en prison change le regard que peuvent porter les gens sur elle.

Entretien réalisé par Stéphane Laurent