

# Tumbs Up

*De la signification du pouce levé*



Symbole de liberté, fantasme ou simple fait divers, l'auto-stop est source de légendes urbaines, d'exploits personnels et de trajets en pointillés, le tout au moindre coût. Du low cost ultime qui n'est sûrement pas relayé dans le dernier rapport économique-politique concocté par Charles Beigbeder. Et pourtant, voici une façon simple d'économiser de l'énergie et de réduire nos émissions de CO2. Car si aujourd'hui chacun de nos gestes a sa facture « développement-durable », celle de l'autostoppeur semble moins élevée que celle du camionneur ! La réduction de CO2 est donc une première idée de récupération de l'autostoppeur ; un peu tiré par les pneus certes, mais ne sais-t-on jamais... Pour tous les autres symboles qui lui sont associés : voyage, nature, liberté, rencontres, arrêts fréquents, anatomie, sac à dos, voici un petit tour de l'autostop, au pouce levé !



Dernier annonceur à avoir utilisé l'idée du carton pour cette forme de manche particulière, la SCNF. L'entreprise historique a utilisé l'image de l'autostoppeur mais a raccroché son pouce à une main nonchalamment posée sur un plateau presque individuel. Voici une façon de vanter les mérites et les bas-coûts du plus incontinent des trains à des non habitués. Argent et petite distance sont les valeurs reprises ici par la société de fer, qui y voit peut être le moyen de court-circuiter le covoiturage. L'autostoppeur est représenté en jeune chevelu libre et idéaliste, dont le sac à dos est le seul bagage et le carton le seul billet. Pas sûr que les contrôleurs apprécient...

Un rapide coup d'œil sur les publicités suivantes qui nous confirment que le symbole numéro 1 de l'autostop est bien le pouce levé. Pour Mini et Volkswagen, les autostoppeurs s'adaptent à la voiture en étant dos à la route ou collés à celle-ci. Les messages sont clairs. Cependant, dans les deux cas l'autostoppeur choisit son attitude par rapport à la voiture, ce qui est en contradiction avec son esprit d'adaptation, mais heureusement pas avec son esprit de liberté. Il est également intéressant de noter que la publicité pour la Mini est similaire à la publicité pour hotweels. Graphiquement du moins, car l'idée me paraît assez différente entre une miniature qui se prends pour une grande et une grande qui a la petite tête. Pas étonnant que les deux pubs se rencontrent... Dans la catégorie 4\*4 ensuite, comment ne pas être absolument fan du concept de la Mazda qui centre, enfin, son message sur le morceau de carton mythique du stoppeur. Car si le pouce est le symbole numéro 1 de l'autostoppeur, le bout de carton est finalement son concurrent direct, parfaitement complémentaire même. Pour être honnête, remarquons enfin la publicité de BSNL avec une destination rédigée en phonétique ultime.



Touareg



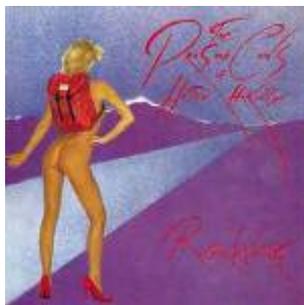
NEW MAZDA, 4000cc, 200 km/h



Comment également ne pas citer le cinéma avec de multiples adaptations reprenant un scénario devenu classique : un angle vissé sur l'imprévu des rencontres. L'inconnu donne une large place à un magnétisme et à une tension féroce, rapidement transformée en violence classant le film dans la catégorie horreur ou XXX. Pour preuve le récent remake sorti en 2007, « The Hitcher », du film homonyme de 1986, ou encore le film italien « Autostop Rosso Sango » ; pas besoin de l'italien pour comprendre l'idée du film. Autre film encore plus étonnant, l'histoire d'Uma Thurman dans « Even Cowgirls get the Blues » qui, affectée de pouces gigantesques dès sa naissance, verra la salut de son drame dans un autostop sans mesure, également. Il paraît que je ne peux pas achever cette catégorie grand écran sans citer un autostoppeur de choix dans Thelma et Louise : Brad Pitt. Voilà, c'est fait.



D'autres médias feront également la part belle à la pratique de l'autostop dont le côté voyage a été décortiqué, analysé, et même mis en musique. Pour la photographie, citons cette photo d'une autostoppeuse bien particulière réalisée par Steven Meisel, ou encore cette exposition de [Chris Coekin](#) qui a filmé et photographié ses rencontres d'autostoppeur (paysages, conducteurs, passagers) avec un travail sur une question bien particulière « pourquoi m'avez-vous pris ? ». Plus légèrement ensuite, n'hésitez pas à vous replonger dans l'Eurovision, ancêtre de la Star Ac pour y trouver une interprétation grecque de l'autostop, ou encore à vous remémorer ce sketch de Coluche dépeignant un autostoppeur un peu trop l'aise avec son chauffeur. En conclusion sachez, si vous êtes un heureux chauffeur, faire attention à l'autostoppeur que vous choisirez d'embarquer : vous pourrez en effet tomber sur Coluche ou pire. Et pour vous les autostoppeurs, n'oubliez pas que le stop est votre publicité ultime ; il vous faudra être précis et concis dans la présentation (et dans les formes). Le carton n'est-il pas en effet la forme de message la plus courte possible ?



En PS, ce petit jeu des 1 différences entre ces deux affiches de la SNCF. Est-ce uniquement une question de placement stratégique pour des utilisateurs parisiens ou clermontois ? Pas sûr... Toujours est-il que le concept de l'autostoppeur avec le panneau « Clermont-ferrand » me paraît moins glamour que celui avec Paris...

