

Le dernier vendredi de chaque mois, les Déboulonneurs barbouillent panneaux et affiches dont ils ne supportent plus l'omniprésence dans leur environnement.

Quand la pub devient la cible

Il se réunissent le dernier vendredi de chaque mois, depuis novembre 2005. En général, ils choisissent leurs cibles en fonction de leur emplacement, de leur taille et de leur nombre. Puis ils lancent l'assaut dans la joie et la bonne humeur. Les Déboulonneurs, collectif antipub né l'automne dernier, barbouillent les grands panneaux publicitaires avec une peinture «*délibérément dégradante*». Comprendre: qui ne s'efface pas. Un acte délictueux passible de 75 000 euros d'amende et de 5 ans d'emprisonnement. Une huitième session de peinture est organisée ce soir dans toute la France (1), et, mardi prochain, deux des membres des Déboulonneurs comparaitront devant le tribunal de Montpellier pour *dégradation de biens en réunion. Panneaux 4x3*. A travers ses peinturages, le collectif antipub souhaite obtenir un durcissement de la loi qui régit l'affichage publicitaire en France. Après les gangs de barbouilleurs qui descendaient dans le métro, les attaques en règle du RAP (Résistance à l'agression publicitaire), ils ont choisi la désobéissance civile pour arriver à leurs fins. A leur naissance, les Déboulonneurs voulaient carrément démonter (déboulonner...) les grands panneaux 4x3 qui constellent nos avenues et nos rues. «*Parmi nos activistes, nous comptons des grimpeurs formés à ce type d'opérations. Mais comme nous avons des collectifs partout en France, c'était trop dangereux d'inviter des personnes non-formées à démonter des 4 par 3*» raconte Laure, une des militantes du groupe. Qu'ils soient à Lille, Lyon, Montpellier ou ailleurs, les Déboulonneurs tendent toujours leurs papiers d'identité et leurs poignets quand les policiers débarquent. «*Une attitude qui les déstabilise*», précise la militante. Objectif: se faire prendre, aller - si possible - jusqu'au procès pour «*porter le débat sur la place publique*», assène David Sterboul, membre du collectif parisien. «*C'est ce qui nous différencie des autres mouvements, nous voulons des procès pour faire le procès de la pub*» Ils auront l'occasion de le faire à Montpellier le 27 juin. Parce qu'ils veulent obtenir une refonte de la loi de 1979 sur la publicité, qu'ils jugent inopérante pour protéger le ci-



Un panneau publicitaire barbouillé dans le métro parisien.

toyen des assauts publicitaires permanents. «*Que ce soit dans la télé ou les journaux, je peux choisir de zapper ou de boycotter des supports/médias qui portent trop de pub. Mais dans la rue ou le métro, je me sens prisonnière*», s'énerve Laure. Par ailleurs, 30 à 40% des panneaux installés seraient illégaux. Paysages de France, une autre association qui lutte avec des moyens légaux pour faire retirer ces enseignes, ramène régulièrement pour faire appliquer la loi (lire ci-contre). «*Les actions légales sont assez inopérantes*, déplore David Sterboul, *cela aussi légitime nos actions*». Pour lui, «*la liberté des publicitaires doit s'arrêter là où commence ma liberté individuelle de ne pas subir la pub*».

Pugnacité. Il y a le barbouillage mais aussi les pieds de nez. A Mérignac (Gironde), à force de pugnacité et de recours admi-

nistratifs, la mairie est parvenue à faire retirer plus de 450 panneaux dans sa ville de 65 000 habitants. «*Le boulot des publicitaires est d'utiliser leur imagination. Or, pour*

contourner un règlement municipal, un afficheur avait placé ses pubs sur les clôtures des particuliers. Nous avons masqué ces panneaux à l'aide de plantes vertes», raconte Gé-

rard Chausset, élu Verts de Mérignac. L'adjoint soutient les Déboulonneurs sans hésiter. «*Les publicitaires sont les premiers à ne pas respecter les règles. Il est naturel qu'un mou-*

vement alternatif veuille dénoncer tout cela.»

LAURE NOUALHAT

(1) A Paris: angle rue de la Boétie-Champs-Élysées, 18 heures. www.deboulonneurs.org

Comment faire bouger le paysage

Une association traque et attaque les contrevenants à la loi sur l'affichage.

«*S* idéjà la loi de 1979 était respectée...», soupire Amélie Lecocq, juriste de l'association Paysages de France. Ce texte du code de l'environnement qui encadre l'installation des publicités sur la voie publique est une loi à tiroirs, impossible à synthétiser. Pour préserver le cadre de vie, les enseignes et affiches sont interdites près des monuments historiques, dans les parcs naturels, les sites clas-

sés, hors agglomérations. Mais, en plus, le texte de base se décline en une foule de décrets et d'ordonnances. Les critères d'autorisation varient en fonction de la taille de la ville, de la proximité des habitations, de l'endroit où sont placées les affiches: sur toiture, au sol, sur façade, sur les fleuves navigables, sur des véhicules terrestres à moteur. Pour couronner le tout, les maires peuvent user de leur pouvoir de réglementation, pour établir un zo-

nage de leur ville qui permet de déroger aux normes générales. «*Ce n'est pas vraiment complexe, mais c'est très varié. Il faut lister tous les cas de figure*», explique Amélie Lecocq. En gros: chaque panneau est un cas particulier. **Respect.** Malgré tout, certains cas constituent des violations tellement flagrantes que, sans avoir un mètre dans sa poche, un connaisseur peut les détecter à l'œil nu. A fortiori, les personnages responsables du res-

pect de ce genre de règles: préfets, élus locaux. Mais il semble que les représentants de l'Etat et des citoyens ne saisissent jamais les tribunaux pour la violation de ce texte. «*En dehors de l'action associative, il existe peu de procédures au regard du nombre d'infractions commises*», constate la juriste de Paysages de France. Des dizaines de milliers de panneaux publicitaires sont illégaux, assure-t-elle. En Bretagne, l'association a ainsi compta- ●●●