

# GARDAREM LO LARZAC ( MAI 2008 )

**G**ardarem lo Larzac se fait très souvent l'écho, depuis dix ans, des différentes initiatives militantes menées contre la dissémination en plein champ des cultures génétiquement manipulées. De nombreux Larzaciens sont d'ailleurs directement impliqués, notamment en tant que Faucheurs volontaires. Ils le font en pensant à la planète et non à leurs intérêts locaux, car il n'y a pas un seul champ de maïs sur le plateau, même biologique.

Il n'y a pas non plus de panneaux publicitaires sur le Larzac, notamment les fameux 4 m x 3 m qui fleurissent dans les désastreuses entrées de ville et les sinistres zones commerciales. Ce n'est pas là le résultat de la vigilance des habitants, cela est dû à l'application de la législation sur les paysages et sur les parcs naturels régionaux, et surtout à l'absence de ville.

Malheureusement, cette situation pourrait bien se dégrader, car la commune la plus peuplée du Larzac, la Cavalerie, se mue progressivement, à la faveur de son échangeur autoroutier, en une agglomération "moderne", c'est-à-dire entourée zones artisanales et commerciales, de lotissements, etc. Comme dans la fable de la grenouille et du bœuf, le maire a en effet décidé de transformer un paisible village fortifié en "grosse Caralerie".

Tout au sud du Larzac, l'échangeur autoroutier du Caylar et son aire d'autoroute, qui vient récemment de s'agrandir, ont également profondément modifié le paysage, et détruit l'harmonie d'un site emblématique. Même si le Larzac est encore épargné par les "4 par 3", il arrive parfois aux Larzaciens de descendre de leur plateau, ce qui leur permet de constater l'inexorable dégradation des paysages par l'invasion publicitaire. Il n'est donc pas inutile de se pencher sur un mouvement qui rappelle celui des Faucheurs volontaires : les "déboulonneurs".

Le mouvement anti-publicité s'est développé progressivement dès les années 1990, notamment autour de l'association Paysages de France. Grâce à des actions essentiellement juridiques, cette association est parvenue à faire démonter plus de 5 000 panneaux publicitaires illégaux, mais il en

reste encore certainement des dizaines de milliers dans l'Hexagone.

Depuis quelques années, le mouvement anti-pub s'est à la fois élargi et radicalisé. Des associations se sont créées : Résistance à l'agression publicitaire, Le Publiphobe, etc.

de consommation conduit à une destruction des liens sociaux traditionnels).

Les Déboulonneurs et les Barbouilleurs agissent, comme les Faucheurs volontaires, en plein jour et à visage découvert. Ils protègent du public (des actions anti-spectacle)



*Les Barbouilleurs en action*

Une revue s'est constituée en 1999, *Casseroles de Pub*, elle-même à l'origine du mensuel *Le Démoussant*, disponible en kiosque.

Une partie des militants anti-pub ne se contentent plus d'actions juridiques contre les panneaux illégaux ou de demandes de renforcement de la législation sur l'affichage publicitaire, ils pratiquent, comme les Faucheurs volontaires, la désobéissance civile, notamment en "barbouillant" les affiches publicitaires, ou en "déboulonnant" les panneaux illégaux et ceux qui dégradent le plus le paysage. Au-delà de l'aspect esthétique, c'est toute l'idéologie véhiculée par la publicité que contestent ces militants, qui dénoncent ses effets néfastes sur la santé (obésité), l'environnement (gaspillage de ressources non renouvelables, déchets non ou mal recyclés, etc.) et même la cohésion sociale (la société

de la même ville) pour manier l'humour dans le métro parisien, depuis 2003, plusieurs actions de barbouillage, le plus souvent spontanées, ont permis à des milliers d'usagers d'exprimer leur ras-de-bol du matraquage publicitaire, de la réduction du citoyen à un simple consommateur, de l'image dégradante de la femme, etc.

Comme la loi protège mieux les paysages que les paysages, plusieurs procès de déboulonneurs ont déjà eu lieu, notamment en mars 2007, où les militants anti-pub étaient défendus par un avocat bien connu sur le Larzac et par les Faucheurs. Francis Buisson, les Déboulonneurs reçoivent des soutiens nombreux dans la population, jusqu'à une secrétaire d'Etat désormais célèbre pour ses coups de gueule, Nathalie Kosciusko-Morizet, qui a déclaré : « *L'affichage publicitaire*