

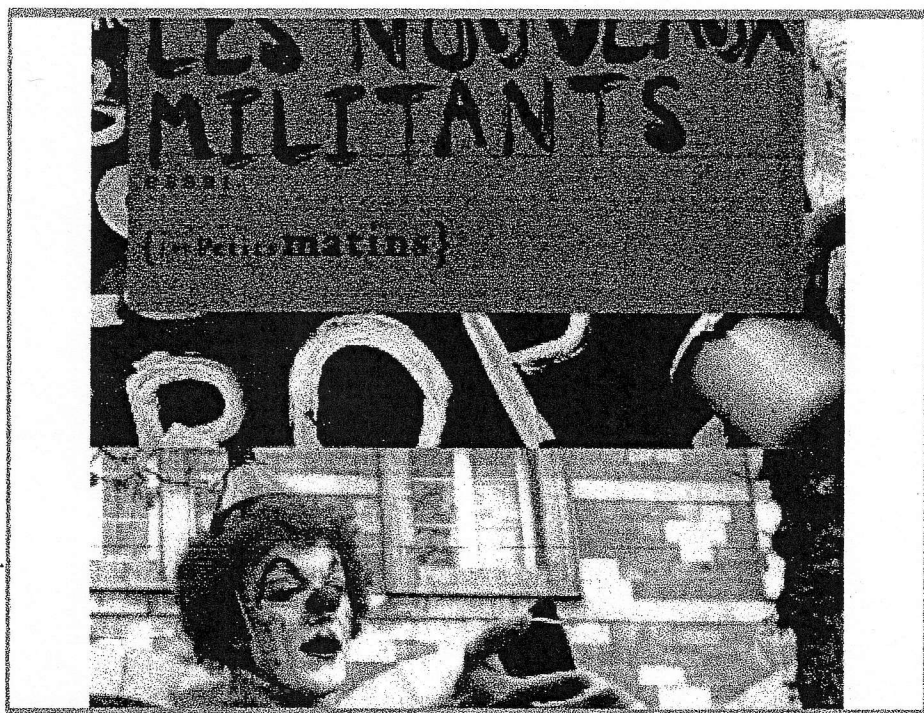
Bordeaux

06-04-2008 Alexandra Bogaert

Qui sont les nouveaux militants

Activistes pragmatiques qui utilisent la dérision comme vecteur de leur message, ils s'ancrent dans le paysage contestataire français.

Décryptage...



Ils renversent les codes de l'action militante traditionnelle. Maîtrisent les règles médiatiques. Recherchent l'écho, plus que la mobilisation de masse. Utilisent l'indignation comme moteur de leur action et la dérision comme arme. Ils s'appellent la Bac (brigade activiste des clowns), les Don Quichotte, les Déboulonneurs, Jeudi noir, Génération précaire, Réseau Éducation sans frontière... Souvent jeunes, ils sont inventifs, pragmatiques, individualistes, passent facilement d'une cause à l'autre. Ce sont les nouveaux militants.

Deux journalistes, Laurent Jeanneau et Sébastien Lernoùld, croisent dans un essai

reportages, entretiens et faits sur ces groupes afin de décoder cette désobéissance civile au nouveau visage. À première vue, on peut noter une certaine filiation entre nouveaux militants et 68ards : « l'usage de la dérision, les slogans drôles et inventifs », mentionne Laurent Jeanneau. Mais il y a en réalité une « rupture de fond » avec ces aînés. D'abord, le contexte diffère. Aux jeunes bourgeois insouciantes qui voulaient bousculer les codes guindés d'une société conservatrice, se sont substitués des actifs confrontés à la précarité. Ensuite, le « grand soir » n'est plus la finalité. « Au lieu de vouloir modifier, en référence à une idéologie, l'organisation globale de la société, on privilégie désormais l'action ponctuelle. » Ces mouvements sont « monothématiques et biodégradables » : ils se fixent un seul objectif et se dissolvent une fois celui-ci atteint. Pour se faire entendre, ces précaires ne bloquent pas les autoroutes, ne lancent pas de pavés. Ils préfèrent le « coup d'éclat », pour attirer les médias et faire parler de leur cause. Et ça marche : ils sont de plus en plus pris au sérieux, par les politiques comme par les organisations traditionnelles.

* Les nouveaux militants, Laurent Jeanneau et Sébastien Lernoùld.

Ed. Les petits matins. 251 pages. 17€

Laurent Jeanneau
Sébastien Lernoùld

LES NOUVEAUX MILITANTS

essai

{ Les Petits matins }

Ils se déguisent en clowns pour nettoyer au Kärcher la mairie de Neuilly-sur-Seine, sablent le champagne lors de visites de studios aux boyers exorbitants, dégonflent les pneus des 4x4 ou « déboulonnent » les affiches publicitaires. D'autres campent avec les sans-abri aux côtés des Enfants de Don Quichotte ou soutiennent les familles sans papiers avec le Réseau éducation sans frontières. Ce sont les nouveaux militants, volontiers festifs, provocateurs, rompus aux ficelles médiatiques.

Les auteurs les ont suivis dans leurs combats. Qui sont ces activistes d'aujourd'hui, adeptes du « coup d'éclat permanent » ? Pourquoi ont-ils tourné le dos aux luttes politiques et syndicales traditionnelles ? Leurs actions, ciblées, sporadiques, sont-elles vouées à s'éteindre aussi vite qu'elles ont surgi ? Peuvent-ils réellement changer la société ?

Postface : conversation avec Miguel Benasayag, philosophe et psychanalyste

Laurent Jeanneau est journaliste au mensuel *Alternatives économiques*. Sébastien Lernoùld est journaliste. Il collabore au *Parisien/Aujourd'hui en France*. Pierre-Emmanuel Weck est photographe indépendant. Il est l'auteur des photos de ce livre.

17 euros

ISBN 978-2-915-87934-8

Diffusion en France CED

Diffusion en Belgique Interim Bureau

Photographies © Pierre-Emmanuel Weck



9 782915 879346

2008

12

LES NOUVEAUX MILITANTS

Laurent Jeanneau
Sébastien Lernoùld

{ pm }





« Désobéissance civile » : le terme est presque galvaudé. Refuser de se soumettre à une loi, à un règlement, à une organisation ou à un pouvoir jugés iniques par ceux qui les contestent est devenu un *must* des pratiques militantes. Rien de neuf sous le soleil : le 11 septembre 2006, les adeptes de la non-violence fêtaient le centenaire de cet outil utilisé par Gandhi lors de sa première campagne orchestrée contre les lois discriminatoires qui opprimaient les Indiens en Afrique du sud. Les exemples antérieurs abondent, du mythe d'Antigone à Henry David Thoreau en passant par l'histoire romaine. L'avocat François Roux, spécialiste de la question, en convient : « Ce n'est pas nouveau, je défends les désobéissants depuis trente-cinq ans. » Paysans du Larzac, objecteurs de conscience, Kanaks... Il a été de tous les combats visant à faire tomber une loi en la transgressant. Aujourd'hui encore, il ne chôme pas. À son actif, la défense du collectif des faucheurs d'OGM et des Déboulonneurs, deux mouvements qui se réclament explicitement de la désobéissance civile. « On observe une réappropriation intéressante de cette notion, chacun réinvente sa manière d'agir à l'aune de ce qui a déjà été fait », commente-t-il.

Dépoussiérer les vieilles recettes pour les remettre au goût du jour, voilà un trait commun propre à ceux que l'on appelle « les nouveaux militants ». Au même titre que le recours à la dérision, la « désobéissance civile » s'offre une seconde jeunesse. Faisant fi de la culture de l'obéissance qui domine nos sociétés

- et le discours de certaines personnalités politiques en vue -, plusieurs mouvements s'en réclament ouvertement ou de manière plus intuitive. Les Déboulonneurs assument pleinement cet héritage. Le Réseau éducation sans frontières, lui, sans se référer directement à la désobéissance civile, la met de fait en pratique. Deux mouvements qui partagent cette particularité d'avoir réussi à relancer une dynamique contestataire autour de problématiques en perte de vitesse : la lutte contre le tout-publicitaire et la solidarité avec les sans-papiers.

Transgresser la loi

Quarante-cinq personnes se massent à la sortie du métro Philippe-Auguste, à Paris, samedi 23 juin 2007, à 14 h 30. Un escabeau trône sous un imposant panneau d'affichage publicitaire. Militants et sympathisants s'y relaient pour prendre la parole, énoncer leurs revendications, ou simplement partager une anecdote, un ras-le-bol, exprimer un encouragement. La publicité est au centre de la discussion. « Nous sommes là pour porter le débat. En tant que citoyen, je ne peux pas peser face à la puissance financière des entreprises de publicité. Je revendique le droit de ne pas subir. La pub n'a pas à privatiser la rue », lâche un homme d'une trentaine d'années. L'assemblée opine du chef, largement acquiesce à sa cause. C'est la dix-huitième action de « barbouillage » du collectif des Déboulonneurs parisiens, lesquels se sont fait une spécialité « de déboulonner la publicité, c'est-à-dire de la faire tomber de son piédestal, de détruire son prestige », comme le précise leur manifeste.

soixante-douze

Quelques mètres plus loin, une trentaine de policiers observe le rituel désormais bien rodé. Plutôt discrètement. Aucune provocation n'émane des deux forces en présence. Raphaël, l'un des militants anti-pub, prend même le soin de mettre les choses au clair. « Nous ne sommes pas là pour nous opposer à la police, je vous demanderai d'être respectueux à la fois du public et des agents. Ils ne font qu'exécuter des ordres, malgré eux, pour faire respecter une loi que nous avons décidé de transgresser. » Et d'ajouter : « Si ça se passe mal, il suffit de vous asseoir, de lever les mains et de commencer à chanter une chanson. » Les participants se dirigent vers la cible, trois panneaux situés en contrebas. Les forces de l'ordre les suivent. Quatre personnes dégagent leurs bombes de peinture. « C'est parti, on les laisse faire pour l'instant », chuchote un policier à son collègue. Les quarante personnes présentes observent les barbouilleurs. Elles sont là pour protéger et légitimer les acteurs de la transgression. C'est la méthode dite du « matelas humain ». Rapidement, les trois panneaux sont recouverts de messages tels que « Non à la tyrannie mentale », « Non à la laideur »... La police entre en scène et interpelle les quatre graffeurs, dans le calme. Le public applaudit et entonne un chant, adapté du *Déserteur* de Boris Vian et rebaptisé *Le Barbouilleur*. Quant aux interpellés, ils se laissent faire sans aucune résistance, allant même jusqu'à sortir leurs papiers d'identité pour les tendre aux forces de l'ordre. Ils sont embarqués. Direction le commissariat du 13^e arrondissement.

Non-violence

Le collectif des Déboulonneurs s'est créé à Paris en 2005 autour d'un procédé élaboré avec soin.

soixante-treize

La phase de préparation a duré plus d'un an, et le premier barbouillage a eu lieu le 25 novembre 2005, à Paris, boulevard Montmartre. « Nous misons énormément sur cette forme d'action, explique David Sterboul, membre du collectif. Ce qu'il y a derrière, c'est la logique de la non-violence. Théorisée et mise en œuvre par Gandhi, elle répond à un critère moral assez simple : le respect de l'adversaire et de chaque individu. C'est une manière d'agir où les moyens sont en cohérence avec la fin recherchée. » Un anti-machiavélisme, en quelque sorte. Mais comment une poignée d'individus peut-elle s'attaquer à un système dont la force de frappe financière est indéniable ? En 2006, 32,5 milliards d'euros ont été dépensés en investissement publicitaire rien qu'en France¹. Que faire face à un montant si colossal ? Là réside justement la spécificité de la non-violence. C'est l'arme à la fois évidente et nécessaire de ceux qui sont soumis à une force physique supérieure. Pour Gandhi, la résistance non-violente à l'oppression révèle la supériorité morale de l'opprimé. Cela doit, à terme, inciter l'oppressé à prendre conscience de ses errements moraux et à faire marche arrière. C'est le concept de *satyāgraha* – comprendre « force de l'âme » ou « force de l'amour ». Le but est de sensibiliser l'opinion publique, prompt à s'émouvoir que des personnes soient punies sans avoir commis aucune violence. Cette notion de *satyāgraha* a inspiré nombre de mouvements militants. Entre autres, les pacifistes, le mouvement américain des droits civiques, les antinucléaires, les féministes et les défenseurs des droits homosexuels.

1. D'après les chiffres de l'Institut de recherche et d'études publicitaires (Irep) et France-Pub.

Les Déboulonneurs s'inscrivent donc dans cette filiation. En la nourrissant toutefois d'une autre source d'inspiration : la « désobéissance civile », expression empruntée au titre d'un ouvrage du philosophe américain Henry David Thoreau, publié en 1849. Pour protester contre les lois d'un gouvernement corrompu, accusé d'entretenir l'esclavage et de mener une guerre impérialiste contre le Mexique, ce dernier refusa de payer ses impôts. Un acte de désobéissance qui lui coûta une nuit en prison. « Plutôt que de manifester la supériorité morale de la personne qui agit de façon non-violente, comme le fera Gandhi, Thoreau s'intéresse à la supériorité morale de l'acte – c'est-à-dire qu'il axe sa réflexion non sur ce que la personne est, mais sur sa manière de faire quelque chose », explique le chercheur anglais Tim Jordan². De la même manière, les Déboulonneurs privilégient l'acte, la transgression. « À ceux qui me demandent contre qui on se bat, quel est le responsable de cette invasion publicitaire, j'ai coutume de répondre : "Le responsable, c'est moi quand je n'agis pas." À partir du moment où je presse le bouton-poussoir de ma bombe et que je barbouille le panneau, je ne suis plus responsable. Nous sommes coupables dès lors que nous n'agissons pas. Notre culpabilité cesse quand nous agissons. Les procédés auxquels nous nous en prenons ne tiennent que par la passivité, la résignation des masses », considère Yvan Gradis, cofondateur du collectif.

2. Tim Jordan, *Sengager ! Les nouveaux militants, activistes, agitateurs...*, Autrement, 2003, p. 53.

Responsabilité pénale

Cette réflexion a incité les Déboulonneurs à se porter responsables de leurs actes devant les tribunaux. Un réflexe quelque peu masochiste, certes, mais jugé nécessaire pour porter le débat jusque dans les cours de justice. Quitte à risquer l'emprisonnement. Car le fait d'inscrire des slogans sur des panneaux publicitaires n'est pas un acte anodin. Ce faisant, les militants anti-pub s'inscrivent dans la plus parfaite illégalité. Selon le code pénal (articles 322-1 et 322-3), «le fait de tracer des inscriptions, des signes ou des dessins, sans autorisation préalable, sur les façades, les véhicules, les voies publiques ou le mobilier urbain» est en effet un motif de mise en examen. Le masochisme n'étant pas l'attitude la mieux partagée du monde, il est parfois difficile de trouver des gens motivés pour se faire arrêter volontairement. «Ce n'est pas facile, c'est sûr. Mais nous essayons de démocratiser l'accès au barbouillage. Entre 2001 et 2003, des personnes prêtes à barbouiller et à se faire arrêter en France, il y en avait deux : Yvan Gradis et François Vaillant. Aujourd'hui, à Paris, vingt-trois personnes ont barbouillé, dont certaines sont multirécidivistes, car une fois qu'on y a goûté...», explique, avec une certaine malice, David Sterboul. Avant d'enchaîner : «Cela progresse. Nous tentons de mettre en place des outils pour aider les gens à entrer en désobéissance civile. Comme des fiches explicatives sur les risques encourus. Nous suivons également des petites séances de formation, des mises en situation.» D'ailleurs, le mouvement essaime en province. On recense des collectifs à Lille, Rouen, Lyon, Montpellier, La Rochelle, Le Mans, Nîmes ou encore Alès.

solitaire-seize

Les Déboulonneurs se sont donc inspirés des théories sur la non-violence et la désobéissance civile. Encore fallait-il les adapter au contexte actuel et à la lutte spécifique qui est la leur. Comment neutraliser la publicité et son emprise sur les paysages et les esprits ? Quel est l'angle d'attaque pertinent ? Il faut d'abord trouver son point faible, celui sur lequel il est possible d'avoir prise et qui peut permettre d'ouvrir une brèche. Là encore, l'exemple de Gandhi est précieux. Pour obtenir l'indépendance, ce dernier a choisi de se focaliser sur la loi la plus inacceptable que les Anglais infligeaient aux Indiens. Soit la loi qui instaurait un impôt sur le sel, une ressource naturelle normalement accessible à tous, mais dont l'extraction et la vente étaient monopolisées par les colonisateurs. Gandhi a créé une mobilisation axée sur un objectif précis, limité et atteignable : obtenir l'abolition de cette loi. Ce qui lui a permis d'établir un rapport de force avec l'adversaire. Il a engagé sa célèbre «marche du sel» vers les marais salants de Jabalpur, le 17 mars 1930. Après avoir parcouru trois cents kilomètres, accompagné de quelques milliers de sympathisants, il arrive sur place le 6 avril 1930 et commet un acte de désobéissance civile symbolique en prélevant du sel sur la plage. Arrestations, violences : la réponse des autorités ne se fait pas attendre. Mais, au bout de quelques semaines, le gouvernement finit par céder.

Vingt ans de réflexion

Dans le cas de la publicité, la cible est toute trouvée : les panneaux d'affichage. Pour les Déboulonneurs, l'affichage est à la fois la forme la plus nocive mais aussi la plus vulnérable de matraquage :

solitaire-dix-sept

« Les affiches sont imposées à la vue des gens dans l'espace public, personne ne peut y échapper, c'est vraiment une agression majeure, alors que la télé on peut choisir de l'éteindre, et que les journaux on peut ne pas les acheter, considère David Sterboul. Mais les affiches sont également le point faible du système, dans la mesure où elles sont à portée de la main. On peut les atteindre, les toucher, les détourner, les désaccorder symboliquement en écrivant dessus notre désaccord. » Élémentaire ! Il a pourtant fallu plus de vingt ans de réflexions, d'atermoiements, de tentatives avortées, avant d'en arriver à cette conclusion.

L'idée est venue d'Yvan Gradis, 49 ans, correcteur et militant historique de l'anti-pub par vocation. L'homme se définit comme un « artisan et un autodidacte du militantisme ». Il est tombé dans l'anti-publicité le 11 octobre 1981. « Brutalement », précise-t-il, alors qu'il était un étudiant plutôt tranquille. « Certes, j'avais un monde intérieur plutôt rebelle, anarchiste et surréaliste, mais je n'avais pratiquement jamais milité, ou uniquement par bribes. » Tout seul, il a donc commencé à tisser sa toile, en contrôlant en permanence le sens de son engagement et les méthodes utilisées. « J'ai tout inventé pour moi car, au départ, c'était une technique de protection personnelle vis-à-vis de la pub, raconte-t-il. J'ai quand même traversé six ans et demi de solitude politique et intellectuelle complète. Six ans et demi à subir le mépris, les quolibets et le regard ironique des autres. » La rencontre de deux autres militants anti-pub, Robert Haymann et Jean-Paul Lerat, en 1988, au sein de l'Association nationale pour la défense de la télévision (Anadet), le sort de son isolement. Deux ans plus tard, il lance une feuille sporadique :

Le Publiphobe. Puis, en 1992, il fonde avec le philosophe non-violent René Macaire et l'écrivain sémiologue François Brune l'association Résistance à l'agression publicitaire (RAP). Avant de participer au lancement du magazine *Casseurs de pub* en 1999. De fil en aiguille, la mouvance se structure. « Il n'y a jamais eu de plan originel, ni de complot, ni de stratégie délibérée, cela s'est fait par aggrégation successive de personnes et de mouvements », précise Yvan Gradis.

« Au grand jour »

Le premier passage à l'acte a lieu à Paris, le 20 janvier 2001. Quatre-vingts personnes assistent au barbouillage de cinq panneaux publicitaires par une demi-douzaine de citoyens. Quatorze autres actions de ce type suivront, identiques. Cette première série, baptisée « Au grand jour », pose les jalons de ce qui deviendra la tactique privilégiée des Déboulonneurs, l'organisation d'actes collectifs assumés. Bilan : sept interpellations, aucune amende, aucune poursuite. Mais le mouvement s'essouffle, indique Yvan Gradis : « J'avais l'habitude d'organiser un nouveau barbouillage uniquement si un certain nombre de personnes étaient intéressées. » La dernière action a lieu le 24 juin 2003. Ils sont seulement quinze à avoir répondu à cette sollicitation, sur un envoi à cent cinquante personnes.

Le mouvement anti-publicitaire n'a pas rendu l'âme pour autant. Quelques mois plus tard, il rebondit de manière inattendue, par l'intermédiaire des intermittents du spectacle. Alors qu'ils viennent d'essuyer un printemps 2003 difficile, consacré à la défense de leur système d'indemnisation chômage, ces derniers cherchent de nouveaux fronts de lutte. Certains

considèrent que la pub est une cible naturelle au regard de leurs préoccupations et de leurs revendications. Discrètement, ils prennent contact avec Yvan Gradis et un spécialiste de la non-violence, Christian Brunier. En juillet, une réunion se tient à Paris entre ces divers protagonistes. « Pendant une ou deux heures, Christian et moi avons exposé nos méthodes, nos idées, relate Yvan Gradis. Un mois après la mort de mes barbouillages, j'étais très content de leur faire part de mon expérience. »

« Stop pub »

Cela débouche, en octobre 2003, sur les grandes actions dites « Stop pub » qui ont pris d'assaut le métro parisien. Massifs, spontanés, quatre coups d'éclat s'enchaînent. Des milliers d'affiches sont détournées, recouvertes, déchirées. Un forfait commis par plusieurs centaines de personnes. Yvan Gradis y assiste en touriste, les mains dans les poches. Cette fois-ci, on ne le surprendra pas avec une bombe de peinture. Il est là pour observer. Les interpellations sont nombreuses : quatre cents. « Sur ces quatre cents personnes, l'État a prélevé soixante-deux bous émissaires de façon arbitraire. Ils ont été poursuivis par la RATP et Metrobus qui leur demandaient un million d'euros. » Le procès a lieu le 10 mars 2004. Les plaignants écotent d'une amende collective de 17 000 euros de dommages et intérêts. Une somme suffisante pour démobiliser les anti-pub.

Enfin, pas tous. Quelques irréductibles réfléchissent à la meilleure manière de relancer le mouvement. Le choix de la non-violence s'impose d'emblée. Car entre-temps, après la rencontre avec les intermittents, une autre interaction a lieu. Cette fois-ci, les

anti-pub vont se rapprocher du courant des faucheurs d'OGM, né au cours de l'année 2004. « François Vaillant nous a fait rencontrer le grand manitou des faucheurs d'OGM. Pas José Bové, contrairement à ce que beaucoup de gens croient, mais Jean-Baptiste Libouban, 75 ans. C'est le "patron" de la communauté de l'Arche, le mouvement des adeptes de Lanza del Vasto, lui-même étant le principal émule de Gandhi en France. C'est lui qui a eu l'idée des fauchages d'OGM, mais comme il n'a pas une grande gueule, il est allé chercher José Bové pour porter le mouvement », avance Yvan Gradis. Pendant trois heures, Jean-Baptiste Libouban forme aux principes de la non-violence et de la désobéissance civile le noyau dur de ce qui deviendra le collectif des Déboulonneurs : Alex Baret, Yvan Gradis, François Jourde, David Sterboul et François Vaillant. Fin 2005, les cinq compères accouchent d'un manifeste de quatre pages. Depuis, chaque dernier vendredi du mois, ils se retrouvent pour barbouiller des panneaux d'affichage. Autant dire qu'ils ont de quoi occuper leurs week-ends : en 2004, on recensait 540 000 supports d'affiches publicitaires sur le territoire français pour une superficie de 544 435 kilomètres carrés, soit près d'une affiche par kilomètre³. Une tâche titanesque ! Sauf que les Déboulonneurs ne cherchent pas à recouvrir l'ensemble des pubs de graffitis. C'est un prétexte. Leur objectif est d'être entraînés devant les tribunaux pour y faire le procès de la publicité.

3. Chiffre cité par le journaliste Sébastien Darsy dans son livre *Le Temps de l'anti-pub. L'emprise de la publicité et ceux qui la combattent*, Actes Sud, 2005, p. 27.

Le collectif des Déboulonneurs a réussi son pari : remobiliser une mouvance anti-publicitaire ankylosée depuis le « procès des 62 ». La crainte des actions en justice n'a plus lieu d'être puisque c'est désormais l'objectif recherché. Au nom de la loi, arrêtez-moi... La désobéissance civile peut catalyser les énergies lorsqu'elle est assumée.

Ce n'est pas toujours le cas. Parfois, des collectifs y ont recours sans vraiment le savoir. Cette forme de révolte est beaucoup plus instinctive, dictée par l'urgence d'une situation. La désobéissance civile devient un outil pour des gens qui ne se sont pas forcément plongés dans la lecture de l'opuscule de Henry David Thoreau. La plupart d'entre eux ne sont d'ailleurs pas issus d'une culture militante. Ce qui les pousse à agir, c'est l'indignation.

L'indignation, moteur de l'action

La cloche sonne. C'est la sortie des classes. Les élèves se ruent dehors, freinés dans leur course par le poids d'un cartable surdimensionné. Les grandes vacances approchent. Il est 17 heures, vendredi 8 juin 2007. Mais aujourd'hui, il va falloir patienter encore un peu avant de fêter la fin des cours. À voir les mines réjouies de ces gosses, ce ne sont pas des heures de colle qui les attendent. De toute façon, l'école est en grève depuis trois jours. Les enseignants se sont relayés pour accueillir les élèves et ne pas embarrasser leurs parents, mais l'ambiance n'est pas à la pédagogie. Plutôt à la solidarité. Comme en témoigne cette banderole, accrochée sur la grille qui entoure l'école du Cios, dans le 20^e arrondissement de Paris. Sur le

tissu noir, ces quelques mots écrits en blanc :

« Laissez-les grandir ici ! »

La mère de Fengzhai, 9 ans, élève en CE2 à l'école du Cios, a été arrêtée le jour de l'anniversaire de son fils, une semaine et demi plus tôt. De nationalité chinoise, sans titre de séjour, elle risque d'être expulsée. Alors, avant d'aller goûter aux plaisirs du week-end, enseignants, parents et élèves se sont donné rendez-vous devant l'établissement scolaire pour manifester leur indignation. La mobilisation n'a pas tardé. Le soir même de l'interpellation de Jianmin Cai, une délégation s'est rendue à la préfecture. Il faut dire que l'équipe pédagogique de l'école du Cios est rodée. Au mois de mars, c'est le père de Fengzhai qui s'est retrouvé derrière les barreaux. La chaîne de solidarité s'est mise en branle une première fois, obtenant la libération de monsieur Cai à peine une heure avant que son avion ne décolle et ne le ramène en Chine, loin de sa femme et de ses deux enfants. Pour la deuxième fois en quelques mois, Fengzhai et son frère de trois ans, Clément, subissent l'angoisse d'être séparés de l'un de leurs parents.

Volonté d'intégration

Mardi 5 juin, le tribunal administratif a confirmé l'arrêt de reconduire à la frontière de Jianmin Cai. Aussitôt, neuf enseignants de l'école du Cios sur onze se sont mis en grève. Quelques parents les rejoignent rapidement dans leur combat. Pour eux, il est d'autant plus intolérable de briser cette cellule familiale que les Cai ont maintes fois fait preuve de leur volonté d'intégration. Aux dires de ses professeurs, Fengzhai témoigne d'un grand attachement à son école et de sérieux dans son apprentissage. Dans la cour de

n'était pas en pleine contradiction avec les diatribes qu'il vient d'asséner du haut de sa tribune.

Autre illustration de cette défiance, pendant la mobilisation contre le CPE, il n'était pas rare que les étudiants débattent en AG de l'opportunité d'«auto-riser» les journalistes à écrire un article sur leur mouvement. Dans les cortèges, professionnels de l'information et jeunes activistes se regardaient en chiens de faïence. Et les leaders un peu trop prompts à porter la parole des manifestants étaient vivement critiqués.

Schizophrénie

Dans ce contexte, le rapport décomplexé que les nouveaux militants entretiennent avec les médias est presque déroutant pour le journaliste qui s'intéresse à la part rebelle de notre société. Habitué aux quolibets et aux regards en biais, il est subitement érigé en canal d'expression prioritaire. Ce contraste entre les adeptes d'une critique radicale et des activistes qui jouent habilement avec les codes journalistiques explique sans doute le capital de sympathie dont jouissent ces derniers dans les rédactions. Même si la réalité est plus nuancée. Les nouveaux militants sont loin d'être naïfs. Ils connaissent les arcanes du quatrième pouvoir et sont conscients des limites d'une surexposition permanente. Ce débat est loin d'être clos, comme l'illustre l'attitude ambivalente des Déboulonneurs.

Les états d'âme d'Yvan Gradis, fondateur de ce collectif anti-publicitaire, résument bien la situation. «En général, les militants d'inspiration libertaire n'aiment pas les médias. Moi, j'ai toujours eu des rapports très ambigus, j'allais dire schizophréniques,

avec eux.» Le militant anti-pub se définit comme «médiaphobe». Il ne regarde plus la télévision depuis 1993, n'écoute plus la radio depuis 1995 et ne lit plus les journaux depuis 1998. «C'est une évolution personnelle profonde et vivace, vécue au quotidien», explique-t-il. Avant de nuancer : «En tant que militant et personnage en vue du mouvement anti-publicitaire, j'ai été ballotté, refusant de passer à la télé à certaines époques et puis acceptant à d'autres.»

Éviter la «bovatisation»

Aujourd'hui, fort de son expérience en la matière, Yvan Gradis considère les médias comme une extension de ses cordes vocales. «Si je me mets à hurler on m'entendra peut-être dans un rayon de 50 mètres, mais si j'ai un message à faire porter à l'autre bout de la France, les médias sont un instrument que je considère comme digne de jouer ce rôle-là.» Il convient toutefois que leurs limites sont réelles : censure, autocensure, publicité, etc. C'est donc un outil qu'il convient de manier avec des pinces. «Les journalistes sont tentés de s'intéresser davantage aux personnes qu'aux problématiques. Nous cherchons à tout prix à éviter la "bovatisation" de l'un d'entre nous. C'est-à-dire qu'un personnage, parce qu'il est plus charismatique ou plus à l'aise que les autres, sorte du lot vis-à-vis du grand public au détriment du discours. Cela se travaille et se discute», souligne David Sterboul, son camarade des Déboulonneurs. Ainsi, lorsque *Le Monde* a contacté le collectif pour faire un portrait d'Yvan Gradis, les Déboulonneurs ont décliné la proposition.

Actions-spectacles

Rien à redire sur le principe. Comme tout individu, les militants sont propriétaires de leur parole et tout à fait libres de refuser de s'exprimer. À cette contradiction près : les barbouillages sont construits comme des spectacles qui supposent une personnalisation du mouvement. La bombe à la main, les militants s'exposent en tant qu'individus et assument la responsabilité de leurs actes. « Sauf que c'est nous qui choisissons la mise en scène. Nous n'allons pas faire venir des gogos danseuses pour faire parler de notre sujet. C'est une mise en scène en lien direct avec ce que nous souhaitons dénoncer », rétorque David Sterboul. Hors de question de débarquer sur un plateau télévisé avec un char à bœufs, à l'instar d'un José Bové. Il ne s'agit pas d'amuser la galerie. « La subversion risque d'être anéantie par la force de récupération du système. La survie et le succès d'un certain nombre de luttes vont dépendre de notre capacité à gérer le risque médiatique. »

« Pétage de plombs »

Cette politique du grand écart entraîne des tensions. Si Génération précaire assume son rapport aux médias, le collectif prend tout de même des précautions. Certes, à l'origine, l'idée de se cacher derrière un masque blanc répond à l'impératif de rester anonyme pour ne pas avoir de problèmes avec un éventuel employeur. Mais, de manière paradoxale, si les masques assurent une visibilité au mouvement, ils sont également une protection contre la surexposition. « Ils nous ont permis d'éviter d'avoir un leader. Il faut se méfier. Les médias, c'est comme une drogue. Quand tu as pris un shoot, tu ne peux plus t'arrêter,

cent trente-quatre

Les Déboulonneurs, eux, veulent déboulonner la publicité. Tout un programme ! Dans la lignée de Gandhi, ils se sont fixé un « objectif précis, limité et atteignable ». « Ce que nous dénonçons, c'est une loi injuste, la loi de 1979, qui réglemente l'affichage publicitaire en France et permet aux afficheurs de confisquer l'espace public, explique David Sterboul. Nous demandons à ce que la taille maximale des affichages soit limitée à 50 x 70 cm. » Une revendication qui n'a pas été choisie au hasard : c'est la réglementation en vigueur pour l'affichage associatif à Paris. « Nous demandons simplement que tout le monde soit logé à la même enseigne. Nous ne sommes plus sur le mode de la simple contestation, comme le mouvement du métro de fin 2003 qui dénonçait uniquement l'agression publicitaire, nous proposons la solution. Une solution à la fois réaliste, raisonnable et très radicale car cela reviendrait à éradiquer 97 % de la surface d'affichage publicitaire dans l'espace public. »

Un objectif simple et limité

« Raisonnable », le Réseau éducation sans frontières l'est également. À titre individuel, il y a des militants de RESF qui revendiquent la régularisation de tous les sans-papiers. Ce que le réseau en tant que tel se garde bien de faire. « L'objectif de la lutte est simple et limité. Notre but n'est pas de faire la révolution mondiale mais d'éviter les expulsions de mères et de familles, point », explique Pierre Cordelier. RESF se focalise sur les cas qui se présentent à lui. Et évite les prises de position trop connotées. Catherine Gégout, conseillère municipale communiste dans le 20^e arrondissement à Paris, reconnaît et respecte cette spécificité. « Le Réseau fait très attention à ne pas tomber

cent quatre-vingt

action, il a sauvé de nombreuses familles condamnées à quitter le territoire français. Ce n'est pas rien. Pour les personnes concernées, c'est même primordial. Toujours est-il que le contexte reste défavorable à l'immigration. En 2006, 24 000 expulsions ont eu lieu alors que la mobilisation battait son plein. Les objectifs assignés aux préfectures pour 2007 augmentent encore la cadence : pas moins de 25 000 reconduites à la frontière et 125 000 interpellations sont réclamées par le pouvoir en place.

L'invasion publicitaire continue elle aussi. Il suffit de mettre le nez dehors pour constater que les affiches sont loin de mesurer les 50 x 70 cm revendiqués par les Déboulonneurs. Ces derniers persistent à dégainer leurs bombes de peinture et à défendre leur cause devant les tribunaux. Mais le jugement rendu par le tribunal correctionnel de Lyon le 18 juin 2007 a fait l'effet d'une douche froide aux activistes anti-publicité. Deux Déboulonneurs lyonnais, Marion, 20 ans, et Nicolas, 30 ans, ont été condamnés à des peines d'amende de 500 euros avec sursis. Le troisième prévenu, Guillaume, 27 ans, qui avait participé à l'action sans barbouiller, a été relaxé. Ce jugement marque un revirement de la justice à l'égard du collectif. En effet, les deux précédents procès leur ont été favorables : une dispense de peine à Lyon et un euro symbolique à Rouen. « Le juge avait envie de nous déstabiliser », commente Maude, venue soutenir ses camarades, en sortant de la salle d'audience. Le magistrat n'a en effet pas été tendre avec Marion. Morceaux choisis :

– Madame, comment expliquez-vous les faits qui vous sont reprochés ?

– J'ai barbouillé parce que je pense que la publicité est fondamentalement sexiste. Par exemple...

deux cent dix-neuf

– On ne va pas vous demander de commenter la totalité des publicités qui sont montrées en France. Ce qui intéresse la cour, c'est en quoi cela vous concerne directement. Remarquez bien que vous n'êtes pas poursuivie pour votre opinion, mais pour des faits que vous avez commis. C'est différent. C'est la nuance.

– Je ne me souviens plus exactement ce que c'était que cette pub, il y en a tellement...

– Ah, parce que vous faites ça très régulièrement ?

– Non !

« Plus le combat est long, plus il est bon »

Déstabilisée, la jeune fille n'a pas réussi à faire valoir son argumentation. Impossible d'engager le débat sur le caractère sexiste de la publicité. « Il n'y a pas de femme sur la publicité que vous avez taguée », lui rétorque le juge à chaque tentative, soucieux de ne pas laisser son tribunal prendre des allures de tribune anti-publicitaire. « L'audience a été un peu dure, nous confiait l'avocat des Déboulonneurs, François Roux, après sa plaidoirie. Cela oblige les militants à mieux s'expliquer, à être plus pédagogiques vis-à-vis de la justice, qui a toujours du mal à comprendre la désobéissance civile. » Le mot de la fin revient au juge : « Plus le combat est long, plus il est bon. » Pied de nez à ces nouveaux militants qui envisagent l'engagement sous le prisme de l'urgence.

S'ils sont pragmatiques, ces derniers ont pourtant du mal à prouver leur efficacité. Question de timing, sans doute. Il est encore difficile d'apprécier l'impact de cette recomposition de l'univers contestataire, car elle n'est pas achevée. Une chose est sûre, comme le souligne Yves Contassot, adjoint Vert au maire de Paris : « Le modèle du militant PC stakhanoviste, à qui

deux cent vingt

Collectif Justice pour tous

Création : 2005.

Mot d'ordre : Réformer de fond en comble le système judiciaire. Le collectif a mis en place une charte. Parmi ses revendications : développer la médiation gratuite et obligatoire pour désengorger le système judiciaire, offrir des conditions de vie décentes aux prisonniers, mettre en place un barème de sanctions à l'encontre des magistrats en cas de faute.

Actions marquantes : Le collectif a réalisé un tour de France pour manifester devant toutes les cours d'appel en 2005.

Site Internet : www.collectif-justice.net

Les Déboulonneurs

Création : 2005.

Mot d'ordre : Déboulonner la publicité, c'est-à-dire la faire tomber de son piédestal, détruire son prestige. Les Déboulonneurs revendiquent une taille maximale d'affichage de 50 x 70 cm, accompagnée d'une contrainte de densité et de la suppression des panneaux lumineux et animés.

Actions marquantes : Le collectif barbouille des panneaux publicitaires tous les quatrièmes vendredis du mois, selon un rituel bien rodé. Et passe le reste de son temps à répondre de ses actes devant la justice.

Site Internet : www.deboulonneurs.org

Les Dégonflés

Création : 2005.

Mot d'ordre : Fustiger les véhicules tout-terrains en milieu urbain, responsables d'un accroissement de la pollution. Pour eux, les 4x4 sont le symbole de la théorie libérale du « toujours plus ».

deux cent quarante-quatre

Actions marquantes : Tel un commando, armés de leurs valves, les Dégonflés passaient à l'action la nuit pour mettre à plat les roues de tous les 4x4 qu'ils trouvaient sur leur passage. Leur dernier coup remonte à mars 2006.

Blog : <http://degonfle.blogg.org>

L'Église de la Très Sainte Consommation

Création : 2004.

Mot d'ordre : Tourner en dérision les dérives consuméristes de la société occidentale en parodiant les rites catholiques.

Actions marquantes : Les fidèles se réunissent dans un lieu public et participent à une « messe » animée par leur prêtre. Très actif en 2004-2005, le collectif se fait plus discret aujourd'hui et organise des « prières » de manière épisodique.

Site Internet : <http://consomme.free.fr>

Les Enfants de Don Quichotte

Création : 2006.

Mot d'ordre : Permettre à tous les SDF de retrouver un toit. Profiter de l'attention médiatique pour faire pression, comme un lobby, sur le gouvernement afin qu'il prenne le problème à bras-le-corps.

Action marquante : Le 16 décembre 2006, ils installent un campement de fortune le long du canal Saint-Martin, à Paris. Les tentes rouges restent plus de trois mois. Un an plus tard, le 15 décembre 2007, les Don Quichotte tentent de récidiver en s'installant sur les berges de la Seine, près de la cathédrale Notre-Dame. Mais, cette fois, ils sont aussitôt brutalement évacués par la police. Preuve que leur action dérange.

Site Internet : www.lesenfantsdedonquichotte.com

deux cent quarante-cinq