

Correctionnelle

LE PARISIEN 12-1-2007

Sept militants antipub au tribunal

YVAN GRADIS, 48 ans, a des allures de Monsieur Tranquille. Il ne se départ jamais de sa cravate, a toujours les cheveux bien taillés et n'élève jamais la voix. Chaque fin de mois, cet homme impassible sort dans la rue, une bombe de peinture à la main, parfois un escabeau sous le bras — mais toujours cravaté — pour barbouiller avec des amis des panneaux d'affichage. Il compte à son actif trente-cinq dégradations. Il a déjà été embarqué au poste de police plus d'une dizaine de fois, relâché aussitôt à chaque fois, sans poursuites.

Le 28 octobre dernier, le procureur a décidé de le renvoyer devant le tribunal, lui et six autres hors-la-loi, après une séance supplémentaire de « dégradations de panneaux publicitaires » devant la gare d'Austerlitz (Paris XIII^e) en plein après-midi. L'audience se tient ce matin et les sept prévenus s'y présenteront, déterminés à expliquer leur motivation. L'afficheur Clear Channel ne s'est pas porté partie civile. Cette société demande néanmoins une réparation du préjudice subi. Les prévenus encourrent cinq ans de prison et 75 000 € d'amende.



DEVANT LA GARE D'AUSTERLITZ (PARIS XIII^e), le 28 OCTOBRE 2006. Les militants antipub, qui dénoncent une pression publicitaire croissante, ont été interpellés pour avoir dégradé des panneaux d'affichage. (LP/GERALDINE DOUTRIAUX)

Leur objectif : que les panneaux ne dépassent pas le format de 50 x 70 cm

Pourquoi donc, une fois par mois, les membres de ce Collectif des déboulineurs et ses huit extensions en province — dont Lille, Lyon et Montpellier, où un premier procès s'est tenu en juin dernier à l'issue duquel deux militants ont écoupé de 200 € d'amendes avec sursis — provoquent-ils ainsi les forces de l'ordre et les juges ?

Les sept prévenus, par ailleurs des citoyens lambda qui exercent les métiers d'ingénieur, de photographe, de représentant de commerce, de régisseur... l'ont expliqué mardi dernier lors d'une conférence de presse soutenue par des élus verts : « Je ne supporte plus que mon enfant soit agressé par des slogans et des images à la sortie de l'école », justifie Céline Rambos, 34 ans. « Cette pression pour nous forcer à consommer est insupportable », ajoute Laurent

de Soras. D'où leur slogan : « Légitime réponse », un condensé de légitime défense et de droit de réponse.

Ils dénoncent une législation obscure, qui permettrait aux afficheurs d'installer de plus en plus de publicités partout. Leur objectif : que les panneaux ne dépassent pas le format de 50 x 70 cm et se voient soumis aux mêmes contraintes que les affichages associatifs et politiques. « Nous estimons que les discours publicitaires ne présentent pas plus d'intérêt que ceux des associations. Pourquoi occuperaient-ils donc une place démesurée dans l'espace public ? »

Chez les annonceurs, ces militants ont tendance à agacer. Pour Vincent Leclabart, président de l'agence de pub Australia : « Ils ont une audience très limitée. Nous avons réalisé des études montrant que les Français ne toléreraient pas un monde sans publicité. »

NELLY TERRIER

Les autres « désobéissants »

YA-T-IL un nouveau type de militantisme ? Les « anti » et les « sans » se veulent aujourd'hui adeptes de la désobéissance civile. Les faucheurs anti-OGM, les anti-biométrie qui refusent de se soumettre au prélèvement ADN pour dénoncer le fichage de masse, les antipub mais aussi ceux qui soutiennent les sans-papiers dans le réseau RESF ou les sans-domicile fixe, comme les Enfants de Don Quichotte, n'hésitent plus à agir.

La désobéissance civile consiste à transgresser la loi, toujours de manière non violente et au nom d'un intérêt collectif. Le militant ne se dérobe pas au juge si celui-ci lui demande des comptes. Il se laisse arrêter et comparait ensuite devant un tribunal où il espère un débat public. Cette idée remise au goût du jour date du XIX^e siècle, lorsque

son concepteur américain, Thoreau, luttait contre la guerre du Nouveau-Mexique.

« Le plaisir de l'action »

« Le plus bel acte de désobéissance civile reste l'Appel du 18 juin du général de Gaulle, explique M^e Roux, avocat de nombreux « désobéissants » dont les antipub jugés aujourd'hui. Tout le droit du travail, notamment le droit de grève, a été obtenu par des actions illégales. » Souvent cité, « le manifeste des 343 salopes », ces femmes qui avaient avoué publiquement avoir illégalement avorté, a permis de modifier la loi deux ans plus tard.

« On assiste nettement à un réveil de mouvements sociaux qui utilisent des actions spectaculaires

non violentes pour faire avancer leur cause, constate Isabelle Sommier, directrice du centre de recherches politiques de la Sorbonne. Il y a une perte de confiance et d'attractivité vis-à-vis des partis politiques et des syndicats, poursuit-elle. Les militants ne veulent plus être de simples adhérents, ils veulent s'impliquer et retrouver l'engagement et le plaisir de l'action. » L'essor de ce mouvement se juge aussi au nombre des audiences qui se tiendront en 2007 : plusieurs militants anti-OGM, antipub ou encore anti-fichage génétique. Un combat parfois couronné de succès, puisque, par deux fois, les anti-OGM ont obtenu des relaxes.

N.T.

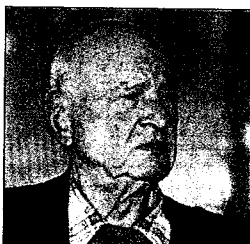
* Coauteure avec Xavier Crettiez de « La France rebelle », Ed. Michalon.

« Ouvrir le débat sur le matraquage publicitaire »

EDGAR MORIN, philosophe

Pourquoi soutenez-vous les militants antipub ?

■ **Edgar Morin.** Je ne suis pas contre la pub. On peut même penser qu'il y a une esthétique de la publicité et certaines affiches sont même des œuvres d'art. Cependant, l'agressivité, l'insolence et parfois la laideur des affiches dénaturent les paysages dans les villes et les campagnes. L'action de ces militants met le doigt sur quelque chose d'important : trop de pollution urbaine aujourd'hui dégrade la qualité de notre vie quotidienne, comme la publicité, mais aussi le trafic automobile par exemple. Regardez la beauté des rues parisiennes le week-end lorsqu'il n'y a pas d'auto. Ou certains quartiers qui ont la chance d'avoir peu de panneaux d'affichage. La publicité participe à la pollution psychologique qui a transformé nos villes en mégapoles anonymes.



Edgar Morin. (LP/OLIVIER CORSANI)

La publicité a pourtant envahi l'espace sans que personne ne s'y oppose pendant longtemps, non ?

Il y a toujours un seuil de saturation qui, une fois atteint, génère un refus. C'est comme le mouvement des sans-logis. Tout le monde voyait le

nombre des SDF augmenter, sans que rien ne se produise. Et subitement, les Enfants de Don Quichotte ont surgi et ont servi de catalyseur. Un petit groupe peut provoquer la prise de conscience collective et permettre aux gens de comprendre, analyser le monde dans lequel ils vivent et agir. Cela démontre que les Don Quichotte ne se situent pas dans l'utopie.

« La loi ne doit pas être aveugle »

N'est-il pas gênant que ces actes transgressent la loi ?

Il est vrai que ce sont des actes de rupture. Un adage latin dit que « l'excès de droit tue le bon droit ». Quand il s'agit du « bon droit », le respect de la loi ne doit pas être aveugle. Il faut « désaveugler » les citoyens. Si les ac-

tions du Collectif des déboulineurs d'Yvan Gradis peuvent ouvrir le débat sur le matraquage publicitaire, c'est positif. La transgression des Don Quichotte occupant l'espace public a permis l'émergence d'une nouvelle loi. Celle des antipub devrait le permettre aussi. Mais il est vrai qu'il est difficile de savoir à l'avance quand la transgression de la loi a des effets positifs. La prise de la Bastille par exemple, qui au départ pouvait paraître un acte idiot car la forteresse ne renfermait aucun prisonnier, a en fait été le choc qui a ouvert la voie à la Révolution : elle a frappé le symbole de l'absolutisme. Gradis, lui, frappe le symbole de l'omnipotence du profit. Une certitude : ces actions n'ont de sens que pour défendre l'intérêt collectif. C'est la légitimation de l'illégalité du procédé.

Certains parlent d'actions engendrées par une crise de la représentativité de la classe politique...

Il y a un isolement réel de la représentativité nationale par rapport aux problèmes concrets vécus par les citoyens. La publicité n'a pas de lien direct avec cela, sinon par le biais qu'elle constitue une prolifération métastatique du pouvoir de l'argent. C'est pourquoi la prise de conscience est importante pour réformer. Nous vivons une période de crise du futur dans toutes les sociétés. Nous la traversons ici dans l'apathie, le découragement et la rouspéance. Ces militants sont des éveilleurs. Il faut qu'ils se multiplient dans tous les domaines pour que la France se réveille.

PROPOS RECUEILLIS PAR N.T.