

SAMEDI 24 MAI 2008

MILITANTISME ● Contre la pub

Un nouveau barbouillage dimanche

Romain Katchadourian

Le Collectif des déboulonneurs de pub a prévu une nouvelle action d'envergure nationale dimanche.

Le rendez-vous est fixé à 17 heures, à la sortie de la station Jules-Joffrin sur la ligne 12 du métro parisien. Pour cette vingt-septième action, les douze membres de l'association se concentrent sur Paris mais seront rejoints par des sympathisants de la France entière. Après un rappel des objectifs de leur groupe, ils barbouilleront avec de la peinture les espaces publicitaires qu'ils rencontreront sur leur chemin. A 17 h 40, tout sera terminé. Nicolas Hervé, un des membres du collectif, interrogé par *France-Soir*, insiste sur l'aspect symbolique de leur action : « que l'on touche un panneau ou plusieurs, c'est pareil. Le but de cette réunion est de montrer que certaines personnes n'acceptent pas l'agression des messages publicitaires. »

C'est d'ailleurs la colonne vertébrale de leur militantisme. Ils ne veulent pas supprimer la publicité, acceptant parfaitement l'idée que les entreprises communiquent sur leurs produits, ils souhaitent juste la remettre « à sa place ». En ce sens, ils militent pour la limitation de la taille des affichages publicitaires à une taille raisonnable de cinquante par soixante-dix centimètres comme la loi l'oblige pour l'affichage des associations et des partis politiques. « Au même titre que les gens acceptent ou non de regarder la télévision, de lire les journaux, on voudrait qu'ils aient le choix de recevoir ou non les publicités. »

Une référence à Gandhi

Sur le site de leur association, une citation de Gandhi montre qu'ils se réfèrent aux préceptes de non-violence et de désobéissance civile prêchés par le Mahatma en son temps. Si les circonstances ne sont évidemment pas les mêmes, la pratique est pour eux similaire, tant l'invasion de la publicité sur l'espace public leur paraît dangereuse. Parmi les enjeux qu'ils mettent en avant se trouvent des problématiques médicales ou sociétales. « Trop de publicité engendre de l'obésité et véhicule une conception dangereuse de l'image de la femme. Il en est de même pour la société de sur-consommation qui pousse à l'endettement. Si chacun tente de résister, il en reste toujours quelque chose », insiste Nicolas Hervé. Forts de ces inquiétudes, les déboulonneurs militent pour une modification de la loi sur l'affichage publicitaire. Une étude du magazine *Que Choisir* avait montré que 40 % des publicités étaient illégales mais « la loi est une telle jungle, que les mairies voulant se conformer à la législation sont désemparées pour la faire », s'indigne le membre du collectif.

L'action illégale à l'image du barbouillage prévu dimanche reste donc leur seul moyen d'agir en attendant que les pouvoirs publics acceptent de se mettre autour de la table pour discuter sérieusement du problème. ■

FRANCE-SOIR
24-5-2008

