

27-4
2009



FAIT DU JOUR

REGION

FRANCE

ECONOMIE

SPORT

Montpellier | Alès | Agde | Bagnols | Beaucaire | Béziers | Carcassonne | Lodève

ACCUEIL > INFO VILLE > MONTPELLIER

MONTPELLIER

DEMARRAGE

FAVORIS

FLUX RSS

Édition du lundi 27 avril 2009

Conso Les déboulonneurs déboulent sur la ville



D. CRÉSPIN

RAPPEL

Samedi, le collectif

a entrepris une action de bâchage de panneaux de publicité **Nouvelle opération commando**, samedi dernier. Il est 14 h 50 à l'arrêt de tram Saint-Éloi. La rame passe et repasse. Aucun signe de rassemblement imminent. 15 h : sortie de

nulle part, une trentaine de personnes fait bloc. Une discrète pancarte pointe : « *La pub rend son mateur.* » Le ton est donné. Dix minutes plus tard, c'est à un panneau 4 X 3 déroulant que les déboulonneurs s'attaquent. « *Non seulement ce panneau agresse par son gigantisme mais son dispositif animé et lumineux est hautement énergivore* », explique un membre du collectif.

Rapidement, les publicités pour Alinéa, Lacoste ou le Polygone disparaissent sous une bâche géante. Non-violente, l'action est applaudie par les participants... et même par les passants. Le Collectif des déboulonneurs n'a qu'un seul objectif : déboulonner la publicité, c'est-à-dire la faire tomber de son piédestal et détruire son prestige. De 17 à 77 ans, les militants entendent désobéir à l'invasion publicitaire. Pour Christiane, « *on n'est pas contre la pub en soi mais on n'a pas besoin pour autant d'agresser les personnes vulnérables, comme les enfants par exemple* ».

En clair, les déboulonneurs ne crient pas à la suppression pure et dure de la pub mais souhaitent qu'elle devienne moins omniprésente. Concrètement, ils espèrent obtenir des pouvoirs publics une loi et un décret d'application qui ramènent la taille maximale des affiches à celle pratiquée pour l'affichage associatif, soit un format de 50 X 70 cm. Au delà, les déboulonneurs prônent une limitation des dispositifs à 2 m 2, avec une densité raisonnable en fonction du nombre d'habitants.

Selon une étude récente, 80 % des Français seraient favorables à la réduction de l'espace publicitaire. Reste à convaincre les municipalités. « *En 2007, à Montpellier, les taxes versées par les afficheurs ont rapporté 92 000 € à la Ville, soit 0,03 % de son budget.*

» Comme pour dire que la pub, ce n'est pas vital.

MONTPELLIER - Les déboulonneurs de pubs déboulent en ville