

"Légitime révolte"



Crédit Photo : F. LEFEBVRE/TF1/LCI

. Reportage - Face aux alliances objectives entre collectifs "citoyens" et élus locaux contre la publicité en ville, les afficheurs font le dos rond.

. D'un côté, l'invocation de la lutte contre les lobbies ; de l'autre, des grands groupes déstabilisés par les "coups marketing" des "actions antipub".

Franck LEFEBVRE-BILLIEZ - le 30/11/2007 - 15h46

Il y a un tabouret, un accordéon, un mégaphone, des petits groupes qui bavardent ou qui rient... méfiants tout de même devant l'impressionnant déploiement de CRS qui attendent, alignés devant leurs fourgons. Nous sommes rue du faubourg Saint-Martin, à Paris, au soir du 23 novembre. Des membres du collectif des *Déboulonneurs* s'apprêtent à lancer une "opération antipub". L'un d'eux, David Sterboul, expose les motivations de l'action : *"tous les moyens légaux mis en place depuis des années pour lutter contre l'invasion publicitaire sont restés sans effet. Nous allons donc transgresser symboliquement la loi pour appeler au débat public"*. Objectif : barbouiller, à la vue de tous, des panneaux publicitaires. Des orateurs de diverses associations (notamment *Résistance à l'Agression Publicitaire*) grimpent tour à tour sur le tabouret pour chauffer l'assistance, et devant les CRS placides, s'emparent du mégaphone pour une prise de parole aux allures d'AG. Le mot d'ordre est donné : *"C'est une action de désobéissance civile, mais pacifique. Si les CRS interviennent, laissez-les faire"*.

La petite troupe se met en route, au son de l'accordéon, pendant que s'ébranle une colonne parallèle de CRS. Des rires encore, des interpellations gouailleuses ; chaque appareil-photo est braqué vers les forces de l'ordre qui tâchent de faire bonne figure. Les deux cortèges symétriques aboutissent bientôt devant deux grands panneaux défilants et éclairés sur le boulevard de Magenta. Nouvelle prise de parole ; puis deux membres du groupe, un militant et une militante, attaquent leur cible à la bombe de peinture. Ils n'ont guère le temps de fignoler ; chacun est aussitôt entouré par une demi-douzaine de CRS. Dans une certaine confusion, la troupe recule pendant que les forces de l'ordre prennent position devant les panneaux. Mais ni cri, ni bousculade, et comme dans une pièce bien réglée, arrive la scène suivante.

Les afficheurs refusent le "jeu de l'anti-répression"

**"Tous ces policiers
sont là pour elle.**

- Tout ce monde ?

**C'est pas un crime,
quand même !"**

A présent monte une chanson, reprise en cœur par toute l'assistance : une complainte de l'horreur publicitaire sur un air de Boris Vian. Sur un panneau s'étale un slogan inachevé : "LEGITIME REV..." Une militante isolée par les forces de l'ordre fait des pitreries derrière un cordon de CRS qui s'efforcent de garder leur sérieux. La voilà bientôt embarquée dans un fourgon, pour quelques heures ou une nuit au poste. Des passants s'agglomèrent et s'interrogent à haute voix. David Sterboul les renseigne complaisamment : "Elle a voulu barbouiller une affiche. Tous ces policiers sont là pour elle". Ahurissement d'un badaud : "Tout ce monde ? C'est pas un crime, quand même !" Pendant ce temps, un CRS fend la foule et interpelle une jeune fille : "C'est à vous, le tabouret ?" L'objet du délit récupéré, David Sterboul remercie courtoisement les forces de l'ordre d'avoir rendu ce tabouret "qui pourra servir encore aux prochaines actions". Avant de donner le signal de la dispersion, devant des CRS mi-sérieux, mi-rigolards... et de la poursuite de la discussion, pour ceux qui le veulent, dans un café voisin.

Fin de l'acte anti-publicitaire - et pour les manifestants, victoire symbolique. Pour qu'elle soit complète, il ne lui manque qu'une suite judiciaire, de manière à démultiplier l'audience obtenue. Un type d'action qui place les afficheurs dans une situation inconfortable : "Nous n'avons jamais porté plainte pour ne pas entrer dans ce jeu de l'anti-répression", souligne Stéphane Dottelonde, président de l'Union de la **publicité** extérieure (UPE), qui regroupe la plupart des grands afficheurs. Ce qui n'empêche pas des procès intentés par les pouvoirs publics, que les collectifs anti-pub s'emploient à utiliser comme autant de caisses de résonance. Lorsque, par ailleurs, leurs actions parviennent à cristalliser des alliances objectives avec des élus locaux, la démarche de "désobéissance civile" trouve une légitimité accrue. "C'est notamment grâce aux Déboulonneurs qu'ont été retirés des panneaux de 12 m2 qui avaient été installés devant l'ancien couvent des Récollets, pourtant classé monument historique", rappelle Jean-Christophe Mikhailoff, élu PRG du XI^e arrondissement de Paris et présent à la dernière action de "barbouillage".

11 publicités abusives sur 20.000

Profil bas du côté des afficheurs : "La problématique tournant autour du cadre de vie et de l'environnement ne nous a pas échappé, reconnaît Stéphane Dottelonde. Pas plus qu'il ne nous a échappé que nous devons tenir compte du Grenelle de l'Environnement. Il y a une évolution nécessaire pour les afficheurs : rechercher plus la qualité que la quantité, et régler certains points noirs du cadre de vie. Mais soyons honnêtes : ils sont très minoritaires. Un bilan établi en 2006 sur toutes les activités publicitaires qui pouvaient avoir un impact sur l'environnement - affichage et spots radio-diffusés inclus - avait conduit à s'intéresser à 180 cas litigieux sur 20.000. Au final, 11 **publicités** ont été jugées abusives par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe)".

Pourtant, les groupes antipub font mouche. "Les actions des Déboulonneurs ont reçu de nombreux témoignages de sympathie", souligne Charlotte Nenner, élue Verts de Paris. "Il n'y a pas de profil type des militants antipub, même si tous ont une sensibilité écologiste. Le débat transcende les générations. On le retrouve chez les gens de l'association Paysages de France. Ce ne sont pas des petits jeunes qui barbouillent des affiches, mais plutôt des retraités qui mènent des batailles juridiques".

Stéphane Dottelonde, pour sa part, s'interroge sur leur représentativité : "Les actions des Déboulonneurs n'ont jamais réuni plus de quelques dizaines de personnes". Tout en reconnaissant : "C'est le mythe de Robin des Bois, qui fonctionne très bien auprès du public. Résultat : quand je vais voir Jean-Louis Borloo, j'ai une audience beaucoup plus faible que celle de n'importe quelle association. Les collectifs antipub parlent de lutte contre le pouvoir des lobbies, mais la réalité, c'est qu'ils sont bien mieux entendus que les afficheurs. A Paris par exemple, où la révision du règlement local de **publicité** est en cours, je peux me rouler par terre devant le maire de Paris, il n'en sera pas plus ému que ça, et écoutera davantage les

associations". Un aveu que Stéphane Dottelonde conclut sur un constat un peu désabusé, un peu amer : "s'il y en a qui ont tout compris au marketing, c'est bien eux".