

# L'Orient Le Jour

(quotidien libanais d'expression française)

Début octobre 2006

<http://www.lorient-lejour.com.lb/page.aspx?page=article&id=323253>

« Halte au matraquage publicitaire ! ». Inscrit à la peinture rouge, le slogan barre rageusement l'affiche géante. C'est devenu un rituel : une fois par mois à Paris, des militants antipub font « acte de désobéissance civile », devant des policiers souvent bienveillants.

« Laissez la police faire son travail ! » intime David Sterboul à ses troupes, une soixantaine de sympathisants du collectif des « Déboulonneurs » venus applaudir ce soir-là le « barbouillage » de trois panneaux lumineux place du Trocadéro, devant la tour Eiffel. Adeptes de la non-violence, les militants exhibent leurs cartes d'identité dès qu'arrivent les forces de l'ordre. Leur espoir : comparaître en justice pour faire parler d'eux et transformer la question de l'affichage publicitaire en débat de société.

Les policiers ont pour consigne de les « contrôler gentiment », explique leur chef d'équipe à l'AFP. L'affaire est réglée en dix minutes : escortés, les barbouilleurs s'en vont au poste sous les vivats de la foule. Malgré leur allure bon enfant, les Déboulonneurs, nés en novembre 2005, sont partis en croisade pour « remettre la publicité à sa place ». Mais « dans le respect » et le calme, et à visage découvert. Vieux routiers de la mouvance antipub ou jeunes « alter » en guerre contre la société du tout-consommable, Laure, Jean-Claude, Marine ou Yvan dénoncent le « harcèlement publicitaire » que constituent ces affiches géantes qu'« on ne peut pas zapper ». « C'est un problème de démocratie », estime David Sterboul, un responsable du collectif, déplorant « la démission » des autorités face à la « privatisation de l'espace public ». « Nous transgressons la loi parce que, depuis 15 ans, tous les recours légaux ont été épuisés », dit-il. Nés à Paris, les Déboulonneurs ont déjà essaimé dans plusieurs grandes villes de province où ils continuent de faire des adeptes. Objectif : obtenir une loi qui limiterait le nombre des affiches publicitaires (au prorata des habitants) et leur taille, les ramenant au format « humain » du 50 cm sur 70 cm, déjà imposé à l'affichage associatif et politique, hors campagnes électorales. « La pub n'est légitime que si on a le choix de ne pas la subir », plaide David Sterboul. Un discours qui a reçu le soutien de philosophes comme Michel Serres ou Alain Finkielkraut. Fin juin à Montpellier (Sud), lors du premier procès de « déboulonneurs », le politologue Paul Ariès, spécialiste de manipulation mentale, a témoigné en leur faveur. « La publicité est une forme de manipulation car elle entretient l'illusion que le bonheur serait dans la consommation et que la consommation de produits de marques peut compenser la perte des repères, des valeurs », explique-t-il à l'AFP.

La mouvance antipub en France compte d'autres collectifs, comme les « Casseurs de pub » (fondés par un ancien publicitaire), les « Brigades antipub » et autre « Résistance à l'agression publicitaire ». « Mais le geste des Déboulonneurs est intéressant parce que c'est de la désobéissance assumée devant la justice, comme le faisaient les militants antiavortement ou les objecteurs de conscience, pour resituer le questionnement sur le terrain politique », juge Paul Ariès. Selon lui, « si le mouvement prend de l'ampleur, le pouvoir politique sera obligé de l'entendre. Des communes commencent d'ailleurs à réfléchir à des zones sans publicité, comme près des écoles ».

En novembre 2004, 78 % des Français estimaient qu'il y avait trop de publicité, à commencer par les affiches. A Montpellier, les deux militants poursuivis ont écopé de 200 euros d'amende avec sursis. Une clémence jugée « scandaleuse » par certains publicitaires. Et saluée par David Sterboul comme « une reconnaissance de la légitimité » des barbouillages.

---