

Déboulonneurs de pub

La publicité est un véritable fléau : elle est directement responsable du niveau abérrant de consommation de produits superflus, du surendettement qui voue des milliers de familles à la misère, des frustrations narcissiques de l'individu contemporain, de l'augmentation de l'émission de gaz à effet de serre (publicité automobile), de la violence faite aux femmes, de la domination des grandes multinationales sur nos façons de consommer, etc. Bref, la pub est l'un des piliers du système de domination capitaliste.

Pourtant, la pub, on s'y fait. Certaines affiches ne sont pas laides d'ailleurs. Au ciné, il arrive que les spots nous fassent franchement sourire. Mais la pub est omniprésente : dans la presse, sur l'internet, à la télé, la radio, dans nos boîtes aux lettres, courriels, dans la rue, le métro, les bus, dans les entreprises, les établissements scolaires, les événements sportifs sponsorisés, les téléfilms, films, émissions pour enfants, dans la musique commerciale, sur nos fringues, etc.

La première raison de la servitude volontaire, c'est l'habitude » disait La Boétie. Face à ce matraquage publicitaire, chacun d'entre nous développe des stratégies de défense, mais qui sont souvent individuelles et strictement mentales, donc fragiles. Le langage est hors-jeu, nous sommes acculés à une résistance passive. Les publicitaires le savent et pour passer le blindage de nos cerveaux de plus en plus sollicités, il accroissent la "puissance de feu" des campagnes de communication.

Celle-ci est mesurée par le GRP (Gross Rating Point) : multipliez la couverture sur cible par la répétition moyenne du message par individu exposé. Ainsi une campagne touchant 50 % de la cible (ex. les 14-17ans) avec une répétition moyenne de 4 obtiendra ainsi un GRP de 200. Certaines versions de l'indice applicables au mobilier urbain prennent aussi en compte la taille du dispositif publicitaire, son caractère lumineux, animé ou interactif, etc.

La Boétie disait qu'il suffisait de cesser d'obéir pour que la tyrannie s'essouffle, comme un feu sans combustible. L'initiative lancée par des collectifs de déboulonneurs consiste à désobéir à la publicité, résolument et collectivement. A Lyon, le collectif est composé d'étudiants, de salariés et de chômeurs (pour des raisons encore inconnues de nombreux sudistes composent ce collectif!).

Régulièrement, autour du 4^e vendredi de chaque mois, le groupe organise une action de barbouillage de panneaux publicitaires, en public, et à visage découvert. En comptant celle du 27 avril, cela fait déjà 3 actions organisées, relayées par la presse, avec un nombre croissant de participants.

Nous ne réclamons pas l'abolition de la publicité ! Nous faisons au contraire une proposition concrète et réalisable : changer la loi pour fixer la taille maximale d'affichage publicitaire à 50x70cm (avec une



quantité de panneaux en proportion avec la densité de population). Avec cette revendication simple, nous souhaitons marquer un coup d'arrêt à l'expansion du système, et au moins susciter un débat public sur ce sujet largement passé sous silence.

Le barbouillage périodique de panneaux, ça pourrait ressembler, de loin, à une dégradation gratuite. Et de trop près, à une profanation rituelle.

En fait, par cette action non-violente de désobéissance civile, nous dénonçons publiquement l'inertie des pouvoirs publics face aux enjeux environnementaux et sociaux, face à la privatisation rampante de l'espace public, aux lois bafouées (40% des panneaux sont illégaux), face au non-respect des libertés individuelles (à quand la liberté de réception?)

Nous sommes prêts à répondre individuellement et collectivement de ces actes illégaux devant la justice. D'ailleurs, à Lyon JCDecaux, propriétaire des panneaux barbouillés, a déjà porté plainte. Aurait-il mal pris en particulier la critique des vélo'v ? (Rappel : système de vélos en libre service entretenus par JCDecaux en échange d'un juteux contrat avec le Grand Lyon qui lui permet au nom de la promotion du vélo d'installer de nouveaux panneaux pour vendre.. plus de bagnoles !)

Nous assumons les suites judiciaires de ces actions non-violentes, mais pas question pour le moment de payer des dommages et intérêts. A Montpellier, deux barbouilleurs ont passé la nuit en garde-à-vue, et leur procès devant le tribunal correctionnel est prévu le 27 juin. Ce jour là, il y aura nombre de lyonnais, des rouennais, des parisiens, etc. pour soutenir ce mouvement de résistance à l'invasion publicitaire : légitime réponse !

On a évidemment besoin de soutien. Au moment des actions (important : ceux qui assistent au barbouillage ne risquent rien et jouent un rôle essentiel). Du soutien aussi pour l'achat de matériel de peinture, et peut-être aussi en vue de possibles procès. Pour contacter les déboulonneurs à Lyon, écrivez à deboulonneurslyon@no-log.org et visitez

le site de la coordination : <http://soutiendeboulonneurs.free.fr/>

N.L.