



ANTI PUB

Le terme « anti pub » ou « mouvement anti pub » est apparu en France après des actions à l'encontre de l'affichage publicitaire dans le métro parisien en automne 2003. Mais le mouvement anti-publicitaire a émergé bien avant : dès 1977 en Californie, en 1987, en France avec les Humains Associés et leurs campagnes d'affichage de contre-publicité humaniste.

LES DEBOULONNEURS

Le Collectif des déboulonneurs souhaite l'ouverture d'un débat national sur la place de la publicité dans l'espace public et la réforme de la loi de 1979 encadrant l'affichage publicitaire. Il souhaite qu'un nouveau droit soit enfin reconnu : la liberté de réception. (www.deboulonneurs.org)



Les anti fils de pub

Paris - Normandie
02/22/08
page 7

ENVIRONNEMENT. Le collectif anti pub des Déboulonneurs était dimanche après-midi à Yvetot pour une action de bâchage et d'enrubannage de panneaux publicitaires.

Le rendez-vous était fixé à 14 h 30, à quelques dizaines de mètres seulement de la gendarmerie, à un carrefour stratégique. Stratégique pour les nombreux panneaux publicitaires qui le bordent. Les Déboulonneurs, un commando d'une vingtaine de personnes venu de Rouen, se sont assurés l'appui d'une dizaine de membres du collectif Action Citoyenne d'Yvetot. Le but de leurs deux heures passées au bord de la route : protester contre la prolifération de la publicité. Principales cibles : les panneaux 4 x 3, mais également les « sucettes » publicitaires et les panneaux des



Un panneau 4 x 3 cible des Déboulonneurs, dimanche à Yvetot

La désobéissance civile est un acte responsable

abribus qui font notre mobilier urbain.

A chacun son rôle : une jeune femme est chargée des contacts avec la presse, une autre des négociations avec les forces de l'ordre, un homme est responsable du bâchage des panneaux 4 x 3, un autre de l'enrubannage des « sucettes », et un autre encore de la distribution des tracts auprès de la population.

« C'est une forme de désobéissance civile non violente pour faire changer la loi sur la publi-

té et exiger des pouvoirs publics que la taille des panneaux publicitaires n'excède pas 50 x 70 cm. C'est un acte responsable et soucieux de l'environnement. Nous ne dégradons pas, nous ne faisons que cacher les publicités qui polluent le paysage », explique la chargée de com' du jour. « Le but est de rester auprès des nos bâchages et enrubannages pour nous faire arrêter par les forces de l'ordre devant la presse, afin de médiatiser notre

combat au travers d'un éventuel procès ».

Voeu pieux. Dans la très grande majorité des cas, nos Déboulonneurs repartent libres comme ils sont venus. Dimanche après-midi, à Yvetot, les gendarmes ont bien surveillés l'action des Déboulonneurs. Ils ont même pris des photographies des panneaux pris pour cibles. Et sont repartis sans intervenir.

Pas déçus pour autant, les Déboulonneurs promettent de nou-

velles opérations de sensibilisation. Ils en font une par mois en moyenne.

En attendant, la publicité continue de fleurir au bord de nos routes et de polluer notre environnement visuel. Et la réduction de ses formats n'est toujours pas à l'ordre du jour de nos parlementaires. Les Déboulonneurs seraient-ils trop discrets sur leur propre publicité ?

FRANK DUBOC

REPÈRES

Le collectif des Déboulonneurs est né en 2005 à Paris. Rapidement, plusieurs antennes se sont formées en province à Rouen, Amiens, Evreux, La Rochelle, Le Mans, Lille, Lyon et Montpellier.

Les Déboulonneurs sont soutenus par de nombreuses personnalités comme José Bové, Edgar Morin, le professeur Claude Got ou Philippe Meirieu.

QUELQUES CHIFFRES

En 2006, on estimait les dépenses publicitaires mondiales à 385 milliards de dollars. La