

Affichage publicitaire : où sont les politiques ?

Collectif des Déboulonneurs*

10 avril 2007

Cinq déboulonneurs en lutte contre la prolifération publicitaire vont comparaître devant la justice les 2 mai et le 4 juin prochains, pour des actions de désobéissance civile non-violente commises en 2006 et en 2007 ¹. Le Collectif des Déboulonneurs de Lyon appelle les élus et les politiques régionaux et locaux à venir témoigner ou à se prononcer sur cette situation et sur les revendications concrètes portées par ce mouvement citoyen.

L'espace public est un bien commun, c'est un lieu d'échanges et de rencontres qui ne devrait pas être privatisé. Nous référant au format en vigueur pour l'affichage associatif et d'opinions, nous demandons la limitation de la taille des affiches à 50 x 70 cm sur des dispositifs n'excédant pas 2m² et avec une contrainte de densité stricte en fonction du nombre d'habitants. Les dispositifs consommant de l'énergie doivent être interdits.

Rien ne semble en effet pouvoir enrayer le gigantisme de l'affichage publicitaire qui est maintenant de rigueur dans notre pays. Cette situation est un véritable scandale : nous assistons, impuissants, à l'accaparement de l'espace public au profit de quelques-uns. Avec la multiplication aberrante des panneaux de 4x3m, la saturation visuelle dans les transports en commun et l'arrivée des bâches de plusieurs centaines de mètres carrés sur les façades d'immeuble, notre regard est en permanence parasité par la réclame commerciale.

Actuellement, ce constat est très majoritairement partagé et va bien au delà des associations de protection du paysage ou de lutte contre le système publicitaire. Jacques

*Collectif des déboulonneurs de Lyon, 187 montée de Choulans, 69005 Lyon. Courriel : deboulonneurslyon@no-log.org – Site national : <http://www.deboulonneurs.org>

¹Le premier procès lyonnais (2 mai 2007) se tiendra à 9h au Tribunal de Police de Lyon, 67 rue Servient ; le second procès (4 juin 2007) aura lieu à 14h devant le Tribunal Correctionnel de Lyon (8^e chambre), 84 rue Duguesclin. Dans les deux cas, les prévenus sont poursuivis pénalement pour avoir barbouillé (inscription à la peinture) un panneau publicitaire de 8m², en public et à visage découvert, les 27/05/06 et 27/01/07 à 11h du matin dans la ville de Lyon.

Chirac déclarait ainsi en avril 2002 : « La pollution visuelle due à ces publicités intempestives à l'entrée des villes est une vraie préoccupation en matière de protection du paysage »².

Plus récemment, un sondage réalisé en septembre 2004 par Ipsos pour l'agence de publicité *Australie*³ révèle que 73% des sondés considèrent que la publicité est envahissante et 78% expriment le sentiment qu'il y en a trop. L'affichage extérieur est particulièrement visé.

Outre la pollution visuelle, faut-il rappeler le caractère particulièrement antidémocratique du système publicitaire ? Il favorise les annonceurs puissants et dénature complètement l'information commerciale. Le budget annuel des dépenses en communication s'élève en France à environ 32 milliards d'euros⁴ (l'équivalent du budget de la Défense Nationale). Publicité que nous payons, puisque, telle une taxe masquée, elle est incluse dans le prix des produits que nous achetons.

A l'heure où les enjeux environnementaux sont au cœur du débat politique, ce système incite à la surconsommation et au gaspillage. Enfin, il véhicule des messages stéréotypés encourageant les comportements irresponsables et individualistes, avilissants pour la femme et réduisant l'existence à la consommation.

L'affichage publicitaire représente en France 12,5% des dépenses publicitaires, mettant donc notre pays au premier rang mondial pour ce média⁵ (4% aux USA, 3.4% en Allemagne). Comment expliquer cette situation singulière ? Cet affichage est régi par une loi de 1979, co-rédigée à l'époque par les publicitaires. Elle a depuis été intégrée au Code de l'Environnement. Déjà particulièrement laxiste, cette loi est régulièrement amendée pour offrir de nouvelles dérogations aux afficheurs. Ainsi, suite à la dernière loi de finances, on devrait bientôt voir fleurir les affiches publicitaires sur les monuments historiques⁶. Malgré cela, les afficheurs trouvent encore le moyen de bafouer allègrement cette réglementation, et ce en toute impunité. Ainsi environ un tiers des dispositifs sont illégaux⁷.

Souvent prompts à dénoncer la délinquance de la jeunesse, les responsables politiques ne brillent pas par leur éloquence en ce qui concerne le non-respect de la loi par les afficheurs. Avides de consignes de fermeté distillées aux préfets, les différents ministres de l'Intérieur sont aux abonnés absents lorsqu'ils sont saisis par les associations qui leur demandent de faire respecter la loi. Ainsi, lorsque *Paysages de France* obtient

²*Stratégies* n° 1233, 19 avril 2002

³*Le Monde*, 18 novembre 2004

⁴Source : aacc.fr <<http://aacc.fr/>>

⁵Chiffres JC Decaux

⁶Article 103 de la Loi de finances 2007 – JO no 299 du 27 décembre 2006

⁷*Que choisir*, avril 2002

la condamnation de l'Etat pour manquement à ses obligations, c'est encore aux frais du contribuable. Il est vrai que, pour les ministres de l'Environnement interpellés par les députés, « [...] les textes, s'ils étaient correctement et spontanément appliqués par les afficheurs eux-mêmes, permettraient de résoudre l'essentiel des problèmes et de protéger le cadre de vie des pollutions visuelles »⁸. Gandhi disait : *celui qui voit un problème et qui ne fait rien, fait partie du problème*.

Un des principaux arguments en faveur de la présence de l'affichage publicitaire est qu'il permet de financer des opérations de sensibilisation, des événements culturels ou des infrastructures relevant en théorie du service public. Le cafouillage qui a vu récemment JC Decaux et Clear Channel se battre à coups de vélos pour le contrôle du marché de l'affichage de la capitale n'en est qu'un triste exemple. Cela ne choque donc personne que l'on délègue à des entreprises privées la collecte de l'impôt et l'arbitrage dans le choix des infrastructures publiques (en prélevant au passage de larges marges bénéficiaires) ?

Les politiques se laissent déposséder de leurs prérogatives. Par paresse ? Par méconnaissance des enjeux ? Pire, par complicité ?

À la liberté d'information commerciale, qui s'est transformée en un droit au matraquage et au harcèlement, le Collectif des Déboulonneurs oppose la liberté de non-réception pour nos concitoyens. La publicité est légitime, mais elle ne doit pas être imposée. Chacun devrait avoir le choix d'accéder ou non à cette information.

Nos propositions qui consistent à réduire la publicité à une proportion raisonnable permettraient de concilier tous les points de vue. Elles éviteraient la pollution visuelle et le matraquage idéologique tout en garantissant l'information commerciale puisqu'il suffirait de s'approcher des panneaux pour accéder à leur contenu.

Il est temps que les politiques s'expriment publiquement sur ce sujet et agissent concrètement, car ils sont pleinement responsables de la situation actuelle. Quel que soit leur niveau de responsabilité, ils doivent organiser le débat démocratique sur ce thème. Souhaitent-ils une reprise en main des dérives actuelles ? Préfèrent-ils laisser ce sujet dans l'ombre ? Face aux enjeux démocratiques, environnementaux et sociaux, la politique a un rôle crucial à jouer.

Verrons-nous fleurir à Lyon et dans sa région un printemps de couleurs et de diversité où chaque citoyen aura la liberté de ne pas subir malgré lui le matraquage publicitaire, où l'affichage commercial sera remis à sa juste place ?

Lyon, qui postule pour être capitale européenne de la culture en 2013, sera-t-elle la

⁸Réponse de Mme Bachelot publiée 8 fois au JO en 2003

première collectivité à s'engager concrètement en faveur d'une limitation de la taille et du nombre de dispositifs d'affichage publicitaire dans l'espace public ?

Lettre de soutien politique

(Cocher les mentions utiles)

- ☐ Je soutiens les revendications portées par le Collectif des Déboulonneurs concernant la réduction du nombre des panneaux publicitaires dans l'espace public et la réduction de leur taille à un format maximum de 50x70 cm.
- ☐ Je soutiens les actions de barbouillages réalisées par le Collectif des Déboulonneurs.
- ☐ Je proteste contre la répression exercée à l'encontre des Déboulonneurs/euses ayant participé à des actions de désobéissance civile non-violente par le barbouillage de panneaux publicitaires.
- ☐ Je suis prêt à témoigner oralement de mon soutien au Collectif des Déboulonneurs :
 - ☐ lors de leur procès
 - ☐ lors d'une conférence de presse.
- ☐ Je souhaite faire la déclaration écrite suivante :
 - ☐ j'autorise le collectif des déboulonneurs à la rendre publique.

NOM :

PRENOM :

MANDAT ou QUALITÉ :

CONTACT :

Fait à :

A la date du :

Signature (obligatoire) :