

## Réactions politiques sur l'affichage publicitaire

### Introduction

La place particulière qu'occupe la publicité dans notre société est un sujet sur lequel les responsables politiques sont peu enclins à s'exprimer. Le système publicitaire représente 32 milliards d'euros en France, il étend aujourd'hui ses ramifications à tous les secteurs sociaux, environnementaux, économiques et culturels. Son extension incontrôlée est devenue un véritable fléau devant lequel les dispositifs législatifs et réglementaires ainsi que les réactions politiques font bien pâle figure.

L'affichage publicitaire est particulièrement représentatif de ces dérives. Encadré par une loi de 1979 déjà particulièrement laxiste, les afficheurs ne se cachent même plus pour la bafouer allègrement. Ainsi de très nombreux dispositifs sont actuellement en infraction avec la réglementation en vigueur. Au delà même du simple respect de la loi, la question de la légitimité de l'accaparement de l'espace public à des fins mercantiles et du matraquage visuel qui en découle mérite d'être posée [1].

Alors que, depuis des années, plusieurs associations tentent de faire respecter la loi et d'ouvrir le débat sur l'affichage publicitaire et malgré un rejet clair de la situation actuelle par la population, nous observons que les responsables politiques ont, très majoritairement, fait le choix d'ignorer cette question. Partant de ce constat, le Collectif des déboulonneurs s'est constitué fin 2005 pour demander une nouvelle loi sur l'affichage publicitaire qui contiendrait les trois revendications principales suivantes :

- la suppression de toutes les affiches dont la taille dépasse 50 x 70 cm
- des dispositifs d'affichage n'excédant pas 2m<sup>2</sup>, avec une contrainte de densité fonction du nombre d'habitants
- la suppression de tous les dispositifs consommant de l'énergie (lumineux, déroulants, interactifs, ...)

Puisque les voies démocratiques classiques se sont révélées bouchées, il est apparu que le seul moyen pour obtenir un débat public et faire valoir nos arguments était d'entrer en désobéissance civile. Ainsi, chaque mois, le Collectif des déboulonneurs barbouille des panneaux publicitaires dans différentes villes. Ces dégradations symboliques, effectuées à visage découvert et de façon non-violente, ont pour but d'attirer l'attention sur le problème de l'affichage publicitaire et de mettre les dirigeants politiques devant leurs responsabilités [2].

Parallèlement à ces actions, des sollicitations envers le gouvernement, les parlementaires et les principaux partis politiques sont régulièrement menées. La dernière en date est la publication d'une lettre ouverte le 26 février 2007 [3]. Nous rendons compte ici des différentes réactions que nous avons recueillies depuis la constitution du Collectif. Ces réactions sont triées par ordre alphabétique des mouvements politiques.

### 1. Les Alternatifs

A Paris, Jean-François Pellissier, adjoint au maire du 13<sup>ème</sup> arrondissement, chargé de la Démocratie participative et du Développement de la vie associative, est venu à plusieurs reprises apporter son soutien pendant les actions de barbouillage. Il était également témoin au procès parisien du 12 janvier 2007 lors duquel il a exprimé les difficultés qu'il peut rencontrer en tant qu'élu local pour faire appliquer la loi sur l'affichage.

### 2. José Bové

Dans un message [4] qu'il nous a adressé le 22 mars 2007, José Bové apporte son "*soutien total aux Déboulonneurs, à leur combat non-violent, ainsi qu'à leurs revendications*". Comme nous, il fait le constat que "*le système publicitaire porte atteinte au fonctionnement même de notre démocratie*" et que la publicité est assimilable à "*un impôt privé*". Concernant notre mode d'action, il précise que "*la désobéissance civique vise à transformer la loi, à la faire évoluer, quand ce n'est pas tout simplement à la faire appliquer. Elle est une forme d'attachement au droit, à la justice, qui nous protège tou-te-s, et respecte notre dignité.*"

Enfin "*[il s']engage donc à réformer la loi de 1979, pour définir un cadre véritablement contraignant, qui proscrive toute dérogation. L'affichage publicitaire n'excédera pas 50\*70 centimètres, et le nombre de panneaux sera limité, en fonction du nombre d'habitants dans chaque agglomération.*"

### 3. CAP21

Dans un mail du 14 décembre 2006, Corinne Lepage nous explique qu'elle est "*comme [nous] exaspérée par les débordements de la publicité, par la non application du droit dans ce domaine, lié notamment aux liens étroits entre afficheurs, publicitaires et politiques. Si, par définition, [elle est] legaliste et ne [peut] prôner ou soutenir la dégradation volontaire de biens, [elle peut] en revanche [nous] soutenir dans [notre] action visant à dénoncer des pratiques et une pollution inacceptables*".

### 4. LCR - Ligue Communiste Révolutionnaire

En réponse à notre lettre ouverte, un texte a été publié sur le site de campagne d'Olivier Besancenot [5]. On peut

notamment y lire que *"la LCR est solidaire des actions anti-publicitaires de désobéissance civile appelées entre autre par le collectif des Déboulonneurs."* De plus, *"les procès des militants antipub permettent d'ouvrir une vraie réflexion, un débat public sur le rôle de la publicité dans notre société. Des solutions concrètes sont par exemple proposées par le collectif des Déboulonneurs"*.

#### **5. PCF - Parti Communiste Français**

Dans un courrier du 7 janvier 2007, Marie-George Buffet nous précise qu'elle *"partage [notre] critique de l'invasion de l'espace public par l'affichage publicitaire et son «incessant défilé d'images et de slogans», la course au gigantisme, les contournements de la loi."* Elle ajoute qu'elle *"considère légitime [notre] exigence d'un débat public sur cette question de l'affichage publicitaire, légitimes également [nos] propositions, dont [elle va] faire bon usage dans le cadre de la campagne présidentielle"*.

#### **6. PRG - Parti Radical de Gauche**

Dans un communiqué de presse du 7 mars 2007, Bernard Castagnede [6], porte-parole du PRG nous indique que *"le Parti Radical de Gauche réaffirme son attachement particulier à une politique environnementale de préservation de l'esthétique urbaine, condition du bien être des citoyens. Il demande le renforcement des mesures d'encadrement de l'affichage publicitaire et, au préalable, l'application rigoureuse des dispositions restrictives existantes"*.

De plus, Jean-Christophe Mikhailoff, conseiller du 11<sup>ème</sup> arrondissement de Paris est venu à de nombreuses reprises apporter son soutien lors d'actions. Nous notons également la présence de Christiane Taubira à la sortie du tribunal pour le rendu du verdict parisien le 9 mars dernier.

#### **7. PS - Parti Socialiste**

Nous avons été reçus le 6 mars dernier par Béatrice Marre, secrétaire nationale à l'environnement et au développement durable du PS, membre du Bureau National. L'entretien a duré une heure. Elle nous parle spontanément de *"pollution visuelle et mentale"*, de *"privatisation de l'espace public"* et des problèmes d'éducation des enfants. Elle évoque également la *"différence flagrante entre les quartiers riches et les quartiers pauvres par rapport à l'affichage et aux ressources financières liées"* et *"les problèmes de sécurité routière"* que posent les panneaux. Elle reconnaît que le PS n'a pas eu de réflexion poussée sur les questions d'affichage publicitaire mais pense que nous allons dans le bon sens avec nos revendications. A titre de comparaison, elle nous parle de ce que le PS avait mis en place pour encadrer l'affichage politique (plafonnement des dépenses, périodes d'affichage, tailles et emplacements contraints, ...). Une démarche analogue pourrait être envisagée. Elle a également parler d'amendes réellement dissuasives pour ceux qui sont en infraction (elle nous reparle de l'importance du principe pollueur/payeur). Le but pour elle serait d'arriver à un *"processus irréversible avec un objectif global de réduction de l'affichage"*. Elle est toutefois bien consciente que ce genre de démarche va s'affronter à de très gros lobbies économiques. Enfin, elle a été scandalisée d'apprendre que via les Règlements Locaux de Publicité (RLP) il était possible d'avoir des réglementations plus laxistes que la loi nationale. Elle nous assure que le PS est favorable à un travail avec les différentes associations pour faire évoluer la loi actuelle.

Le 8 mars 2007, Bruno Rebelle, conseiller environnement de Ségolène Royal nous envoyait un courrier au nom de la candidate. En voici les principaux extraits :

*"[...] Vous avez raison de souligner le problème que pose le développement souvent mal contrôlé des affichages publicitaires dans et autour de nos villes[...] Cette pollution visuelle confine, parfois, à l'agression.*

*Il nous apparaît que les dispositions actuelles de la loi de 1979 sont intéressantes mais incomplètes. Pour autant, il est nécessaire d'assurer l'application rigoureuse, en tout lieu et en toute circonstance de cette loi. [...]*

*Il est donc urgent d'engager avec tous les acteurs un débat, dont l'organisation pourrait être confié à la Commission Nationale du Débat Public. [...]*

*Il semble assez évident qu'il faut revoir le principe selon lequel une installation provisoire qui n'aurait pas été contestée dans les délais devient, de facto, légale. Il faut revenir à un principe d'autorisation administrative préalable à l'installation.*

*Une des dispositions qui pourrait être explorée est l'idée de limiter par la loi la surface maximum d'espace publicitaire qui serait autorisé pour un certain nombre d'habitants. Cette limitation permettrait aux collectivités locales d'échapper aux pressions qu'elles peuvent subir pour approuver l'installation de nouveaux panneaux ou enseignes.*

*[...] il faudra aussi étudier les dispositions réglementaires nécessaires pour limiter le recours aux installations publicitaires consommatrices d'énergie."*

#### **8. UDF - Union pour la Démocratie Française**

Malgré de nombreux contacts téléphoniques enthousiastes, l'UDF n'a finalement pas souhaité nous recevoir, ni même répondre par écrit à nos questions. Il est probable que la réflexion sur la place de la publicité dans notre société n'ait pas été approfondie au sein de l'UDF, comme c'est le cas pour le PS et l'UMP. Toutefois, ces deux derniers ont eu la décence de le reconnaître... Espérons que le récent ralliement de Corinne Lepage apportera quelques pistes à leur réflexion.

## 9. UMP - Union pour un Mouvement Populaire

Eric Raoult, député UMP et vice-président de l'Assemblée Nationale, a déposé une question écrite [7] au gouvernement lui demandant de préciser la position des pouvoirs publics sur l'évolution de la législation sur les panneaux publicitaires ainsi que sur les revendications du Collectif des déboulonneurs. Les questions au gouvernement sur les problèmes de l'affichage publicitaire sont relativement fréquentes, de la part de députés de toutes tendances, faisant souvent échos aux demandes des associations. Nous suivrons toutefois avec intérêt la réponse que le Ministère de l'Environnement apportera à celle-ci puisqu'une évaluation de nos revendications par les conseillers du Ministère fournira un éclairage intéressant sur cette problématique. Selon des bruits de couloir au Ministère, il semble cependant que cette réponse ne doive pas arriver avant la prochaine législature, car la question est trop ... politique !

Dans un mail du 12 décembre 2006 la députée Nathalie Kosciusko-Morizet, secrétaire nationale à l'environnement de l'UMP nous indiquait : *"à titre personnel, je suis favorable à une limitation, notamment sur les entrées de ville, de même qu'à une réglementation sur la pollution lumineuse (pas seulement sur les affichages). A ce jour, ce sujet n'a pas fait l'objet de discussion spécifique"*. Elle nous a reçu le 28 février 2007. L'entretien a duré 30 minutes. Elle nous explique que *"la loi est trop complexe et inadaptée à la situation actuelle, ce qui explique qu'elle ne soit pas appliquée"*. Elle se prononce pour une refonte complète de toutes les lois sur le paysage. Cela devait être fait entre 2005-2007 mais a pris du retard. Il s'agirait de parler du cadre de vie au quotidien et pas uniquement des sites et paysages exceptionnels. Elle nous dit que *"l'affichage publicitaire est une agression, que les gens ne savent pas quoi faire pour s'y soustraire ou pour le contester. Il faudrait des mécanismes plus simples"*. Elle souhaite la mise en place d'un lieu de débat national sur ces questions. Cela permettrait en plus de faire en sorte que les gens s'intéressent au problème si la structure de débat existe. Elle pense en plus qu'il pourrait facilement y avoir un consensus national sur ces questions. Concernant les mesures qui seraient prises sur l'affichage, elle ne sait pas encore. Elle est demandeuse de propositions concrètes et souhaite pouvoir travailler avec les associations.

Ces positions se retrouvent dans le discours de Nicolas Sarkozy à Bordeaux le 1er mars 2007 : *"La politique de la vie c'est la politique de la qualité de la vie. C'est la politique qui arrache l'homme à la laideur. C'est politique du paysage. C'est la politique des entrées de ville qui cesseraient d'être défigurées. C'est la politique de la ville. Pas seulement des quartiers mais de la ville tout entière, de l'architecture, de l'urbanisme, c'est la politique de la ville durable, de la qualité de la ville, de l'écologie urbaine."*

## 10. Les Verts

Nous devons noter qu'en dehors des sollicitations que nous avons eu en direction des Verts, plusieurs élu-e-s locaux de ce parti viennent de longue date soutenir physiquement les actions de barbouillage. A Paris, nous avons ainsi vu René Dutrey, premier adjoint au maire du 14ème, et Charlotte Nenner, conseillère de Paris et adjointe au maire du 10ème déléguée aux transports et à la voirie. Jacques Boutault, maire du 2ème arrondissement nous a accueilli pour une conférence de presse lors de laquelle il a clairement exprimé son soutien. En province, nous pouvons noter le soutien de Francis Chalot, maire de Janville-sur-Juine, de Gérard Chausset, adjoint à l'environnement de Mérignac ou encore de Silvain Pastor, conseiller régional du Languedoc-Roussillon, venu témoigner au procès d'Alès.

Au niveau national, Noël Mamère nous écrit le 6 décembre 2006 qu'il *"déploie la situation actuelle qui contribue au mitage du paysage urbain, et peut être considérée comme une agression. [Il] pense que la loi actuelle est bien insuffisante pour espérer une quelconque amélioration en ce domaine. [Il est] d'accord avec [nos] propositions, et [il] ne doute pas qu'il en est de même pour Les Verts et que [nos] propositions puissent être intégrées à [leur] programme"*. Dans un courrier du 22 décembre 2006, Yves Cochet précise : *"Rejoignant votre analyse sur la situation actuelle, j'apporte tout mon soutien à l'action de votre collectif. Aussi, je m'engage à faire intégrer vos propositions de réglementation stricte de l'affichage publicitaire et de son application, au cours de la prochaine législature."*

A l'occasion du procès parisien du 12 janvier dernier, la porte-parole Anne Souyris est venue apporter son soutien au tribunal et Les Verts ont écrit un communiqué de presse national [8] : *"Pénaliser les barbouillages publicitaires, c'est pénaliser l'écologie et la démocratie"*. Il y est notamment précisé que *"Les Verts sont solidaires du collectif des déboulonneurs et demandent à ce que leur action ouvre une vraie réflexion, un débat public sur le rôle de la publicité dans notre société afin de protéger bien plus efficacement notre environnement et notre planète. L'application plus stricte du code de l'environnement, la révision de la réglementation et la réduction drastique de la place de la publicité dans les lieux et services ouverts à un large public devront, à cette occasion être abordée concrètement"*.

En réponse à notre lettre ouverte et à l'occasion du procès d'Alès, Dominique Voynet a publié sur son blog de campagne le 8 mars 2007 un long texte critique envers la publicité : *"publicité contre écologie"* [9]. En voici quelques extraits : *"On le pressent, ce n'est pas pour avoir souillé quelques panneaux que ces militants sont poursuivis, mais parce que leur combat est éminemment subversif. Inciter nos concitoyens à ouvrir les yeux sur la place de la publicité dans notre société de consommation, dénoncer la taille sur-dimensionnée (et parfois illégale) des panneaux d'affichage, interroger"*

*le sens même de l'accumulation de biens matériels, voilà le crime !". "Nous le mesurons chaque jour : il est difficile de conduire un débat ouvert sur des sujets sur lesquels associations, syndicats, élus locaux, voient leur influence contestée par le rouleau compresseur des plus gros acteurs économiques et de leur porte-voix, la publicité". "La politique représente l'exact contraire de la publicité. Alors même que la politique est peu à peu envahie par les méthodes publicitaires : sondages, groupes qualitatifs, formatage de l'esthétique, des idées et des discours, c'est elle seule qui est capable de réduire son emprise dans la société". "Les responsables politiques, et singulièrement les écologistes, sont donc fondés à formuler des propositions pour diminuer progressivement la place de la publicité dans nos vies".*

### **Conclusions**

La principale conclusion que nous pouvons tirer de ces réactions est que l'ensemble des partis politiques qui se sont exprimés sur l'affichage publicitaire sont d'accord avec nos constatations sur la situation actuelle. Les termes de *pollution visuelle*, *d'agression* et de *manque de contrôle* sont largement partagés. La nécessité de la réduction de l'affichage publicitaire et de la tenue d'un débat national sur la place de la publicité dans notre société sont également admis. Ils sont prêts à travailler avec les différentes associations sur ce sujet.

Ce constat positif doit toutefois être nuancé. La période électorale actuelle est certainement favorable aux déclarations de bonnes intentions. Nous n'oublions pas les promesses, les engagements fermes et autres prises de position qui ont été faites par les gouvernements et qui sont restés lettres mortes. Les actions des différents ministres de l'intérieur et de l'environnement (en charge de faire respecter la loi de 1979 sur l'affichage) nous laissent plutôt sceptiques sur une réelle volonté de changement. On pourrait par exemple parler du Conseil National du Paysage [10] qui est régulièrement mis en avant par le Ministère de l'Environnement et Matignon pour expliquer l'action du gouvernement sur l'affichage publicitaire. Il ne s'est jamais réuni depuis 5 ans. On apprend sur le site internet que son président est Yves Cochet. L'intéressé a été ravi de l'apprendre ! Pire que l'inaction, des dérogations continuent d'être votées pour offrir toujours plus d'espace aux afficheurs [11].

Nous ne sommes pas naïfs, nous attendons maintenant des actes en accord avec les engagements pris. Les responsables politiques sont conscients des problèmes, la balle est dans leur camp. Il ne fait donc aucun doute pour nous que les partis vont très prochainement ouvrir le chantier de la révision de la loi de 1979 dans le sens de la protection de l'environnement et de la réduction de l'affichage. Le Collectif des Déboulonneurs fera des propositions dès la rentrée parlementaire pour que ce dossier puisse avancer au plus vite. Nous veillerons à ce que le gouvernement et le parlement mettent en place la structure de travail nécessaire en concertation avec les différentes associations sur ce sujet. En attendant, les actions de barbouillage continueront pour maintenir ce sujet à l'ordre du jour et pour que le débat s'instaure au niveau national.

### **Notes**

[1] On lira avec intérêt l'argumentaire du professeur Morange sur la légitimité de la contestation de l'affichage publicitaire : <http://www.deboulonneurs.org/article146.html>

[2] Le manifeste du Collectif est disponible à cette adresse : <http://www.deboulonneurs.org/article14.html>

[3] Affichage publicitaire : où sont les politiques ? - <http://www.deboulonneurs.org/article119.html>

[4] Visible notamment ici : <http://www.unisavecbove-rhone.org/spip.php?article160>

[5] <http://besancenot2007.org/spip.php?article642>

[6] <http://www.radicale-attitude.net>

[7] Question N° 116711 publiée au JO le 23/01/2007, page 695

[8] [http://lesverts.fr/article.php?id\\_article=3057](http://lesverts.fr/article.php?id_article=3057)

[9] <http://blog.voynet2007.fr/index.php?2007/03/08/217-publicite-contre-ecologie>

[10] <http://www.ecologie.gouv.fr/Conseil-national-du-paysage-CNP.html>

[11] Article 103 de la loi de finances 2007 – JO n° 299 du 27 décembre 2006