

En appel, les "débouleurs" dressent le réquisitoire de la publicité

PARIS (AFP) - Sept militants du "collectif des débouleurs", poursuivis pour dégradation de panneaux publicitaires, ont invoqué jeudi la protection du cerveau humain, en particulier celui des plus jeunes, dans une audience d'appel parfois émaillée de moments comiques.



Des membres du collectif des Débouleurs "barbouillent" des panneaux publicitaires lors de l'action mensuelle du collectif, le 26 janvier 2007 à Paris (© AFP/archives - Thomas Coex)

L'avocat général a requis des peines de 45 à 300 euros contre chacun des prévenus, en fonction de leurs revenus déclarés à la barre, après s'être assuré qu'aucun n'accepterait de travaux d'intérêt général. Le jugement de la cour d'appel de Paris a été mis en délibéré au 5 mars.

Yvan Gradis, fondateur du collectif, a dédié sa "défense à la ville d'Arles (Bouches-du-Rhône), dans laquelle on ne peut pas entrer sans se recevoir une giclée de publicité", avant de proposer à la cour "un marché".

"Si mes six compagnons et moi étions relaxés, je cesserais de barbouiller", a-t-il déclaré. "Pendant toute l'année 2008", a-t-il ensuite précisé, provoquant l'hilarité générale.

Sur un ton plus grave, d'autres militants ont évoqué leur expérience de parent face à l'impact de la publicité sur les cerveaux des plus jeunes.

Céline Ramboz s'étonne de connaître dans le détail les caractéristiques techniques d'un véhicule.

"Comment se fait-il que je connaisse ça par coeur alors que je n'ai pas de voiture?", lance-t-elle. "Comment se fait-il que ma fille me parle de contrat de confiance alors qu'elle ne sait pas ce que ça veut dire?"

"Comment se fait-il qu'un monument historique soit protégé de la publicité," interroge-t-elle, "et pas le cerveau humain?"

Alexandre Baret raconte qu'il est "difficile d'expliquer aux enfants pourquoi il y a de la pornographie dans la rue, pourquoi on les prend pour des clients, pourquoi on ne considère les individus que comme des consommateurs".

Témoin de la défense, Isabelle Darnis, qui accompagne des enfants atteints d'obésité, observe au quotidien les ravages de la "double contrainte" du message publicitaire : "D'un côté, consomme, et de l'autre, sois mince".

"Mon travail consiste essentiellement à déconstruire les messages publicitaires", indique-t-elle.

Un des deux avocats, François Roux, a cité la formule glaçante de l'ex-PDG de TF1, Patrick Le Lay, sur "le temps de cerveau humain disponible".

L'avocat général Pierre Darbeda a néanmoins rappelé qu'il ne s'agissait pas du procès de la publicité, mais des prévenus, auxquels il a reproché de "demander un traitement exceptionnel" pour enfreindre la loi sans en subir les conséquences.

Ils ont été condamnés en première instance le 9 mars 2007 à une amende symbolique d'un euro, à la suite de leur interpellation le 28 octobre 2006 devant la gare d'Austerlitz à Paris (XIIIe) lors de leur opération mensuelle de barbouillage.

"A partir d'un jugement très bienveillant pour eux, ils en ont tiré argument pour dire que le tribunal a reconnu la justesse de leur cause", a déploré l'avocat général.

La défense, assurée par Me Roux et sa consœur Aïcha Condé, a demandé une dispense de peine ou la relaxe.

Me Roux, vétéran des procès pour désobéissance civile, a cité les exemples de la prise de la Bastille et l'appel du 18 juin.

Il a lu un extrait d'une lettre du sociologue Edgar Morin, qui devait témoigner à l'audience, mais, souffrant, a dû se contenter d'un soutien écrit.

Dans cette missive, Edgar Morin considère les actions des "débouleurs" comme "un petit électrochoc psycho-sociologique", et y voit "une légitime réponse à des agressions malheureusement encore légales mais nocives".