

La publicité ne s'affiche plus, elle se piétine

Depuis un peu plus d'un an, deux jeunes entrepreneurs de la région de Charleroi transforment les trottoirs du pays en affiches publicitaires.

SÉBASTIEN BAILLET

Regardez où vous marchez. Cette phrase s'applique souvent aux piétons tentant d'éviter les cadeaux canins intempestifs. Elle est aussi devenue le leitmotiv de la jeune start-up carolo Eco'Street Communication. Depuis un an et demi, les deux jeunes entrepreneurs François Wartel, 28 ans et Géry Bochenski, 30 ans, sillonnent les rues belges afin de proposer une autre forme de publicité.

DES TROTTOIRS PUBLICITAIRES

Une ville propre c'est tellement plus agréable à vivre, mais moins pour gagner sa vie. En effet, le service que propose la jeune start-up nécessite des trottoirs sales. Concrètement, à l'aide d'un nettoyeur haute pression et d'une sorte de pochoir, les deux hommes vont venir « imprimer » le message publicitaire grâce à deux techniques assez similaires : le « Clean Ad » et le « Clay Tag ».

Pour la première, on utilise simplement de l'eau impropre à la consommation. Le contraste entre la saleté et la propreté devient une affiche temporaire à même le sol. En moyenne, la publicité met une quinzaine de jours avant de s'effacer en se salissant de nouveau.

Pour ce qui est du « Clay Tag », on utilise une peinture à base de craie. Puisqu'il s'agit d'un affichage plus conventionnel, une autorisation communale est requise. Lorsque la période octroyée par la commune est terminée, les deux hommes viennent nettoyer la surface.

Ces deux systèmes nécessitent une préparation assez minutieuse, comme l'explique François Wartel : « Avec l'aide de différentes ASBL, nous nous sommes créé une base de données des centres-villes wallons et flamands. Nous avons ainsi établi un top 10 des rues les plus fréquentées par centre-ville et nous avons également répertorié tous les arrêts de bus, les gares et bouches de métro du pays. »

GÉOLOGUES DES TEMPS MODERNES

Au volant de leur camionnette, les deux hommes ont déjà parcouru une bonne partie du pays malgré l'existence assez courte de leur start-up. Si les villes sont bien différentes, une chose reste systématique pour François Wartel : l'observation du sol. « Je suis un peu devenu un géologue des temps modernes car je dois connaître les revêtements sur lesquels je veux travailler. Par exemple, les pierres bleues ou les vieux pavés ne sont pas bons. »

Aujourd'hui, ce système d'expression est assez novateur en Belgique et encore assez peu exploité par d'autres sociétés. Si Eco'Street Communication a vu le jour à Gilly, son activité s'étend de plus en plus dans tout le pays, au nord comme au sud. Le but premier est de proposer quelque chose de différent aux gens rompus aux codes publicitaires traditionnels. Cependant, grâce à leur start-up, François et Géry veulent également apporter leur pierre à l'édifice écologique. « Ce n'est peut-être pas LA réponse, mais il s'agit en tout cas d'une bonne réponse écologique au gaspillage de papiers, d'encre, etc. »



Le marquage publicitaire apparaît grâce au contraste entre saleté et propreté.

Une activité basée (en partie) sur un vide juridique

François Wartel et Géry Bochenski exploitent une faille existante dans leur secteur d'activité. « La loi stipule qu'il est interdit d'apposer des publicités sur le domaine public. Or avec notre système Clean Ad, nous ne faisons que retirer de la crasse sans rien apposer. Et il n'est pas interdit de nettoyer le domaine public... », explique François Wartel.

Dans le futur, la jeune start-up aimerait trouver un accord avec les communes pour être encadrées par ces dernières. Si ce système d'affichage n'est pas inégal à l'heure actuelle, le vide juridique sera peut-être un jour comblé. De ce fait, les deux jeunes entrepreneurs aimeraient anticiper un tel cas de figure : « Grâce à ce vide juridique, nous ne demandons jamais d'autorisation, sauf pour le Clay Tag. Cependant, notre but n'est pas de se fâcher avec les communes, même si nous sommes dans notre droit. Si l'une d'entre elles n'accepte pas ce que nous faisons, nous n'allons pas insister, mais plutôt essayer de trouver un terrain d'entente. »

PORTRAIT

Prénom | Sébastien
Nom | Baillet
Âge | 31 ans
Commune | Nivelles



Né le 4 août 1986, je me suis mis sur mon 31 pour cette année.

Ouvrier en reprise d'études à l'IHECS, je suis en Master 2. Nivellois pure souche, je suis tombé dans les folklores locaux quand j'étais petit. Passionné par la langue de Molière et le monde qui m'entoure depuis mon plus jeune âge, c'est tout naturellement que je me suis dirigé vers le journalisme. Je suis également un grand amateur de jeux de mots en toutes circonstances et amoureux inconditionnel de sport.

