

## DÉBATS

# Les ronds-points, symbole de la France moche et emblème du malaise français

Ces dernières années, l'universitaire\* a perçu et dépeint avec une particulière précision, au fil de ses tribunes accordées à notre journal, de nombreux maux de « la France invisible » qui viennent de se cristalliser dans la crise des « gilets jaunes » : activités productives en déclin ; cultures populaires et professionnelles laminées ; paysages défigurés ; règne de la grande distribution et de la restauration de mauvaise qualité ; caporalisation moralisatrice de nos compatriotes par une partie des gouvernants et des médias. Aujourd'hui, l'historien dresse un tableau complet de l'arrière-plan culturel de la fronde des « gilets jaunes ».

VERMEREN, PIERRE

L'hommage involontaire rendu par les « gilets jaunes » au rond-point est un clin d'œil dont l'histoire a le secret. L'anneau giratoire, importé d'Angleterre - le « rond-point anglais », comme on l'appelait encore dans les années 1970 - a presque tué la vieille « priorité à droite » à la française. Il est devenu le symbole de la décentralisation des années 1980. Depuis 1984, la standardisation du rond-point a été érigée par l'État en principe, et les maires en ont construit partout. Fatalement, les « gilets jaunes », habitants de la France périphérique, devaient investir ce lieu omniprésent qui ceinture toutes les villes du pays. La France compterait, au bas mot, plus de 30 000 ronds-points, soit la moitié des giratoires du monde : même l'Angleterre, battue à plate couture, n'en compte que 10 000 !

En dépit ou à cause des efforts d'aménagement des services municipaux, qui rivalisent souvent de mauvais goût pour les individualiser, ceux-ci restent souvent laids, comparés aux petits carrefours d'antan qu'ils ont engloutis. Or un rond-point coûte entre 500 000 et 1 million d'euros : à ce prix, aménageurs et entreprises du BTP consentent à le parsemer de quelques petits buissons, d'une vilaine œuvre d'art en ferraille ou de quelque symbole évoquant un passé révolu (tonneau, bateau, vigne, poisson ou autre). Trente milliards d'investissements publics ont été consacrés en trente

ans aux ronds-points. On mesure avec quel discernement sont dépensés les deniers publics de l'aménagement de l'espace. Or celui-ci compose le quotidien de deux tiers des Français, banlieusards et ruraux de la France périphérique. Si les « gilets jaunes » ne protestent pas contre la dégradation physique de leur environnement, ni contre la décomposition de leur univers culturel et esthétique hérité, on ne prend pas un grand risque en présumant que cela participe du climat morose dans lequel baigne la France.

Cette évolution culturelle procède de deux traits du caractère et des mentalités de la France moderne. Le premier est le mimétisme. Du haut en bas de l'échelle des communes, c'est-à-dire de la grande métropole au plus petit village, les maires sont à l'affût des nouveautés et ils singent la grande ville. Un secteur florissant de l'économie les presse en ce sens, qui démarché et fournit toutes les collectivités locales en matériaux, équipements, matériels de construction divers, schémas d'aménagements et techniques de construction, outils, végétaux. Plus le matériel est standardisé et diffusé, plus les marges sont conséquentes.

Très rares sont les régions et les villes ayant conservé leur âme et leurs spécificités de construction ou d'aménagement : le Pays basque, l'Aveyron, certaines communes de Bretagne ou sites exceptionnels comme Saint-Émilion, les grands châteaux de la Loire, le Périgord noir, les vignobles alsacien ou bourguignon. Ailleurs, le rouleau compresseur de l'aménagement communal est passé, semant voies rapides, rocades, hideuses zones commerciales. Partout on plante de l'olivier, de faméliques palmiers et des espèces florales et arbustives à la mode, rarement endogènes. Comme si un ailleurs pouvait masquer le réel.

La France communale a toujours agi par mimétisme : ce furent les clochers au XIXe siècle, puis les mairies, les écoles communales, les monuments aux morts et enfin les zones d'aménagement. Maintenant qu'elle croit agir pour le bien commun, au titre des fameux investissements publics en matière d'infrastructures qui ne sont rien d'autre que de la dépense publique sans effet sur la productivité ni la recherche-développement, le rond-point et ses sœurs sont érigés en priorité nationale.

Le deuxième trait du caractère national ainsi révélé est la préférence donnée aux idées sur les faits. En France, on aime la République plus que la démocratie, car cette abstraction semble contenir tout entière la seconde. Que les mécanismes démocratiques fonctionnent de manière bancal importe peu : ainsi, presque toujours, le maire est roi en son conseil municipal, même dans les grandes villes. De même, on aime l'idée d'égalité, même si une multitude de privilèges, d'exemptions, de niches et de passe-droits en ruinent le principe : ce ne sont que viles réalités. Il en va de même en matière d'aménagement du territoire et de l'espace. Depuis trente ans, plus la France se désindustrialise et perd son maillage agricole, plus les villes et villages sont ceinturés de zones d'activités (marchandes, industrielles et tertiaires). Le bilan en emplois est négatif, mais qu'importe : chaque maire peut ainsi attester de ses efforts en la matière.

Les maires ont signé à tour de bras des permis de construire pour multiplier hangars métalliques et pavillons par millions, ainsi que des zones commerciales - en dépit de toute considération esthétique ou architecturale -, or d'autres solutions existent. Le maire déshabille son centre-ville, vidé de ses commerces et de toutes ses activités. Ce qui compte à ses yeux, c'est l'idée d'une zone industrielle (souvent sans industrie) et d'activités. Cette dynamique, qui a enlaidi les périphéries des agglomérations, s'étend désormais aux villages. Elle a causé des dommages difficiles à réparer pour l'esthétique, le tourisme ou le cadre de vie. L'espace entre la ville-centre et la campagne est devenu la France moche des abords urbains ; c'est une épreuve pour qui a connu l'ancienne France (mais au diable la nostalgie, nous répète-t-on) ainsi que pour les touristes à qui on le cache pudiquement dans tous les dépliants touristiques.

Cette question introduit celle du progrès. Les Français aiment l'idée de progrès, même quand il les ruine. Puisque les machines peuvent ramasser les feuilles, on a supprimé les cantonniers ; puisque les caisses automatiques existent, on a supprimé les caissiers des autoroutes, et on s'attaque à ceux des supermarchés ; puisque les nouveaux matériaux sont moins chers, on a liquidé tous les savoir-faire et le recours aux matériaux traditionnels dans le bâtiment. Nous importons des pavés taillés de Chine, et nos chênes - le bois noble par excellence - sont achetés par les Chinois, puisque les Français préfèrent désormais utiliser des bois tropicaux prêts à l'emploi. Tout cela a plongé des secteurs entiers dans le chômage et constitue autant d'aberrations environnementales auxquelles on remédie à grands frais, en créant des jardins urbains sur les toits des immeubles.

Au pays de la gastronomie (à peine labélisée par l'Unesco), manger de la cuisine française variée et de qualité est devenu une gageure : il faut y mettre un prix souvent élevé au terme de recherches spécialisées. Mais qu'importe : l'idée de la gastronomie française survit à sa réalité. Faute de transmission des savoir-faire en ce domaine d'excellence - peut-être trop éloigné de notre idée du progrès -, il a fallu former à la va-vite des milliers de cuisiniers indiens et sénégalais pour restaurer les millions de touristes parisiens, friands d'escargots et de morilles importés de Chine ou des Balkans. Et voilà notre pays champion d'Europe de la consommation de burgers, de fast-food, de pizzas surgelées, de sandwiches, de kebabs, et de la concentration d'hypermarchés.

Tout cela est si absurde qu'il est difficile de le concevoir. Au pays d'Ubu roi, il n'est pas étonnant que les contestations se terminent en révolution. Le réel méprisé finit par se venger. L'histoire politique de la France et de ses sursauts est ainsi faite. Derrière le symbole des ronds-points, tout un monde a été abîmé et lessivé au nom de la « modernisation » et du progrès.

La violence de la mondialisation sous parapluie européen, du reste, est une donnée nullement appréhendée par les élites françaises. Pour elles, l'ouverture des frontières européennes, la libéralisation des échanges, la fin des monopoles, la banalisation de la langue anglaise, la création de l'euro, l'arrivée de la main-d'œuvre immigrée à bas coût, le règne d'un droit abstrait et

impersonnel, l'envolée des prix de l'immobilier des métropoles (là où elles possèdent leurs biens), la transformation brutale des modes de vie, tout cela est perçu comme autant d'opportunités nouvelles. À cela s'ajoute l'avènement d'une économie numérique et tertiaire qui a permis aux femmes, aux cadres matures et aux diplômés de mener une vie changeante, papillonnante (jusqu'à un certain point) et ouverte sur le vaste monde.

Or chacune de ces caractéristiques peut être retournée terme à terme pour les classes populaires françaises. Du statut d'avant-garde reconnu aux ouvriers par le PCF et de classe ascendante par le reste de la société française dans les années 1960, les voilà passées au statut de gens en trop, condamnés à rentrer dans leurs provinces d'origine ou à changer de vie et de milieu sous le coup des millions de suppressions d'emplois industriels et agricoles (notamment dans l'Est et le Nord) ; sans espérance d'ascension sociale, voire de maintien des conditions de vie pour leurs enfants. C'est pourquoi leur natalité diminue fortement.

Le paradoxe est que cette déréliction de la France périphérique se constate alors que prélèvements obligatoires et dépenses publiques n'ont jamais été aussi élevés dans notre pays. Il reste que pour les gens ordinaires, qui constituent la majorité du peuple, la mondialisation à la française, dans sa radicalité, a dégradé leur mode de vie. En quelques décennies, l'individualisme a progressé dans des proportions considérables. Les sociabilités ouvrières se sont dissoutes au rythme des fermetures d'usines. Ce qui restait des sociabilités paysannes s'est évaporé faute de peuplement agricole et en raison de l'arrivée dans les zones rurales d'ouvriers ou d'employés des villes chassés par les loyers urbains, ou par l'exclusion des classes populaires des logements sociaux occupés par les nouveaux arrivants. Les structures d'encadrement qui auraient pu favoriser l'insertion des ouvriers et employés se sont volatilisées. Églises et cafés ont fermé (90 % des cafés en France depuis les années 1960, selon France Boissons, sauf dans les grandes villes pour les touristes), les services publics se sont rétractés (à l'exception des maisons de retraite). Le maillage syndical, politique et associatif, notamment lié à l'Église, s'est fort distendu, tant à la campagne que dans les vastes zones pavillonnaires. Partout, le supermarché s'est imposé comme le lieu des rencontres. Faut-il épiloguer sur la nature des relations qui peut s'instaurer entre le prolétariat sous-payé qui y travaille et la classe moyenne appauvrie qui s'y approvisionne ?

Dans cet univers, la télévision familiale est l'autre lieu de sociabilité. Mais la multiplication des chaînes et des appareils, l'avènement d'Internet et de la sexualité formatée qu'il véhicule n'ont pas œuvré au lien social. Il faut entendre les « gilets jaunes » s'enthousiasmer de la sociabilité retrouvée des ronds-points, des barbecues et des barrages filtrants, confirmant la solitude des individus. Sait-on que plus de la moitié des femmes adultes vivent seules en France, qu'elles soient célibataires, divorcées, veuves ou seules avec un ou deux enfants ? Contrairement aux femmes jeunes des grandes villes et de la bourgeoisie, leur opportunité de faire des rencontres et de construire ou reconstruire leur vie est très aléatoire.

Assignés à résidence, 20 ou 30 millions de Français ne traversent jamais les frontières (et plutôt moins qu'à la fin du XXe siècle), ne bénéficient donc pas des avantages de l'euro - vécu comme un booster d'inflation pour les produits de la vie courante (cigarettes, pizzas, café, bière, journal, viande) -, ne possèdent pas les compétences de la Net économie et ne se résolvent pas à habiter dans les métropoles pour un salaire de misère au regard des loyers. Ils sont les spectateurs de la vie des autres, charriée par la télévision. Animée par des journalistes et présentateurs dont les vedettes émargent à 10 000 ou 20 000 euros, peuplée de jolies filles insouciantes et de jeunes hommes évoluant dans un autre monde, la télévision est le porte-voix des gens heureux. Elle met en scène des débats et des préoccupations qui n'intéressent pas les spectateurs, au point que la jeunesse l'a à peu près abandonnée. Les débats sociétaux qui saturent les ondes sont à mille lieues des préoccupations des gens ordinaires. Si bien que l'irruption des « gilets jaunes » sur le petit écran et dans les médias a été une divine surprise, plébiscitée par 70 ou 75 % de l'opinion publique. En fait par tout le monde, à l'exception des 25 % de Français représentés dans les médias, parce qu'ils habitent à Paris et dans les métropoles. Jusqu'à la crise en cours, la « France invisible » n'avait jamais aussi bien porté son nom.

\* Ancien élève de l'École normale supérieure, agrégé et docteur en histoire.

**PIERRE VERMEREN**

---

Le Figaro - mercredi 19 décembre 2018