

Démarque-toi

T'es jeune, t'as plein de rêves. T'en as marre de te faire pourrir la tête par la pub. T'as au moins 10 bonnes raisons de te démarquer en refusant d'entrer dans le troupeau, de marcher au pas et de te noyer dans la masse.

1 - Les marques disent que t'es nul

La pub a besoin pour exister de dénigrer tout ce que, toi, tu es vraiment : elle ignore ton pays - celui où tu vis maintenant ou celui d'où tu viens -, elle oublie ton histoire, elle ignore le boulot et les idées de tes parents, elle ridiculise ton quartier, ton école et tes profs qui seraient des ringards. Elle voudrait créer, en toi, un vide mortel, qu'elle s'y prendrait pas autrement. Elle a besoin que t'aies honte de ta vie, que tu la trouves bête, sans valeur. Regarde comme elle représente ta cité. T'as vu l'image qu'elle donne de ton quartier, des jeunes et des femmes, l'idée qu'elle se fait des pauvres ? Pourquoi elle montre jamais des vieux, des handicapés ou des chômeurs ? Peut-être qu'elle croit qu'ils ne sont pas assez beaux, qu'ils le méritent pas ? La pub s'amuse pas à casser tout ce que tu aimes par simple plaisir. Elle en a besoin pour t'imposer ses Marques et pour t'en rendre esclave.

2 - La pub te ment

La pub te fait croire que le bonheur, c'est de posséder et de consommer. Comme elle se veut gentille pour t'endormir, elle te laisse un choix bidon. - Tu peux surconsommer des produits sans marque : comme si d'avoir dix fois plus, ça te rendait dix fois plus intelligent ou dix fois plus heureux. à ce petit jeu, tu seras nécessairement perdant, car t'en auras jamais assez. La seule chose que t'auras gagnée, ce sera de bousiller un peu plus la planète, car tous ces trucs inutiles, faut bien les produire avant de les jeter très vite. - T'es libre aussi de te transformer en homme-sandwich et de porter du matin au soir des marques, comme si ce qui comptait, ce n'est pas ce que tu es, toi, vraiment, mais ces foutus logos que tu trimbales sur tes fringues. Les marques t'appartiennent pas, c'est toi, qui leur appartiens, elles te possèdent. Faut pas croire la pub : la vraie vie, c'est d'avoir des rêves, de faire des tas de choses et de pouvoir être fier de ce que tu es !

3 - La pub trafique ton identité

La pub, elle en a rien à faire que tu sois un garçon ou une fille. Tu peux être blanc, beur, black, pour elle, t'es rien d'autre qu'un porte-monnaie. Tout ça, pour elle, c'est une façon de vendre toujours plus, elle est prête à voler des morceaux de tes identités pour te les revendre au prix fort. Le rap, les tags, c'est pour elle qu'une occasion de plus de faire du fric ! La pub rapetisse les personnes et les peuples en les passant à la moulinette. Elle veut te faire fantasmer : que tu te croies tout-puissant ou immortel. Comme si de porter telle marque, ça donnait des potes et des rêves à soi ! La pub joue sur les fantasmes des gens un peu malades dans leur tête.

4 - La marque engendre de la violence

On dit que les Jeunes seraient des voleurs, des violents et des violeurs. C'est la pub qui crée la violence, ce sont les marques qu'il faut enfermer. La pub engendre de la

violence car elle fait croire que des tas de choses sont indispensables alors que presque personne ne peut se les payer. Elle cause des disputes dans les familles en poussant des gamins à croire que leurs parents qui refusent d'acheter des marques ne sont pas à la hauteur. Elle fait croire que le manque d'argent serait une tare dont on doit avoir honte. Faut pas s'étonner qu'il y ait des trucs qui tombent des camions ! Le racket, c'est archidégueulasse car il s'en prend aux plus petits. Mais on sait bien que ce qui est racketté, ce sont des produits de marque. Le racket, c'est la conséquence du culte des marques et de ses fantasmes ! On ne veut plus de racket : on veut une école sans marques et sans pub !

5 - La pub, c'est une mauvaise intégration

La pub te fait croire que la vraie intégration, ce serait la consommation. Elle te dit que, plus tu consommes, plus tu t'intègres dans la société. Faut pas la croire : la vraie intégration, c'est de faire un métier qui te plaît, qui est utile, avec une sécurité de l'emploi et un vrai salaire, pas d'attendre le Smic ou le RMI pour aller le dépenser aussitôt à Carrouf. Tu crois vraiment qu'être une machine à consommer, c'est la "vraie vie" ? être intégré, c'est avoir des rêves plein la tête et des combats pour les réaliser !

6 - La pub te manipule

La pub t'informe pas. Elle te manipule. Elle te prend pour un benêt. Crois pas que les pubs, ce soient de belles images et de chouettes musiques ! La pub n'a que trois buts : vendre, vendre et vendre. Elle ne pense qu'à te bourrer la tête. Elle te répète cent fois la même chose comme si t'étais "tebé". Elle te manipule à grands coups d'images débiles. La pub cherche à imposer ses marquesaux bébés âgés de quatre mois : elle sait que, si elle les transforme, dès le berceau, en adeptes de ses logos, ils lui resteront, ensuite, plus facilement fidèles, comme de petits moutons. Tu trouves pas que c'est dégueulasse ? Laissons les gamins vivre leur vie !

7 - La pub, c'est la superexploitation des plus pauvres

La pub n'est pas séparable de la surexploitation des plus pauvres. - Elle les exploite en tant que salariés car les produits de marque que tu achètes sont, très souvent, fabriqués dans les pays les plus pauvres par des salariés, voire des enfants, que l'on jette, ensuite, comme des mouchoirs en papier. - Elle exploite aussi les clients les plus pauvres car elle leur impose des produits inutiles et qui servent, seulement, à faire croire qu'on est quelqu'un. Les marques ne sont donc plus en soi une garantie de longévité ou de sécurité. Crois-moi, c'est pas parce que tu portes des marques que tu cours vite ! Les marques des pauvres ne fonctionnent pas comme celles des riches.

8 - La marque, c'est pas du luxe

La pub te fait croire que les marques, ce serait ce qu'il y a de mieux. Il existe en vérité des marques pour les riches et d'autres pour les autres. Les riches achètent, eux, des trucs de qualité et des choses qui durent. Le bourgeois achète des biens de luxe qui ne sont des marques qu'en plus : une belle maison pour les riches, ça reste en soi une belle maison. Le luxe, pour eux, c'est d'abord d'augmenter

toujours plus leur richesse. La pub voudrait que le smicard gaspille sa paye pour de simples signes : ils ne valent rien d'autre que ce que la pub arrive à leur faire croire à la TV. Les marques conçues pour les pauvres, ce sont des trucs qui durent pas. Dix ans plus tard : t'es pas plus riche, t'as pas plus de choses ! Un produit de marque pour les pauvres, ce n'est qu'une illusion coûteuse.

9 - La pub fait vieillir plus vite

La pub, c'est la mode, et la mode, c'est ce qui se démode. T'es sans cesse obligé de jeter des trucs qui marchent encore, qui sont encore portables. Les marques se débrouillent pour les user plus vite, soit en les rendant démodés, soit même en prévoyant des éléments qui cassent très vite. Le but, c'est de t'obliger à gaspiller, c'est de te rendre toujours plus pauvre. N'écoute pas la pub, refuse les marques, tu vieilliras moins vite ! Les marques existent pour des objets dont tu peux très bien te passer, elles ne concernent pas toutes ces choses qui assurent la vraie sécurité. Les jeunes et les pauvres accèdent peu à ce qui permet de mieux vivre : le logement, la santé, l'éducation, la participation civique, etc. Refuse les marques, sois acteur des transformations sociales de ton quartier !

10 - La pub dévore les enfants

La pub vise les enfants car elle sait qu'elle peut plus facilement les dompter : les gosses, ça ne fait pas bien la différence entre la réalité et des histoires, ils croient encore que ce qu'on montre à la télé, c'est toujours la vérité. La pub utilise les enfants pour qu'ils obligent ensuite leurs parents à acheter. Les enfants choisissent aujourd'hui 2 fois sur 3 ce qu'on mange en famille, 1 fois sur 2 la voiture qu'on achète et très souvent où on part en vacances. Ce n'est pas ça, les droits des enfants, ça, c'est le droit d'être manipulé. La pub ne respecte rien : pas même le corps des gamins et de leurs mères. Elle exhibe des corps dénudés pour faire fantasmer sur ces corps et elle veut ensuite utiliser ces fantasmes pour mieux vendre ses produits. Elle croit que c'est en montrant une femme à moitié nue qu'on vend des yaourts ! Elle oblige à croire qu'être belle ou beau, c'est être toujours plus maigre. Conséquence : des millions de jeunes suivent des régimes alimentaires sans en avoir besoin et c'est alors qu'ils tombent malades. Il faudrait que tu ne te plaises pas, pour plaire à la pub : les marques ne sont pas tes amies !

La pub, c'est pas elle la plus forte. La pub voudrait te faire croire que, sans les marques, tu serais nul. Faut pas la croire, tu es beaucoup plus fort qu'elle : tu peux diriger ta vie ! La pub, c'est interdit à l'école car on sait bien qu'elle exploite les enfants. Fais-toi respecter, oblige les grands à respecter la loi et à refuser toute pub à l'école : pas de logo, ni dans les livres d'école ni dans les cours de récré ! Presque la moitié des panneaux publicitaires qui polluent ta ville sont illégaux. Fais-toi respecter, tu peux obliger les grands à en libérer ta rue ! Tu peux aussi décider d'agir dès maintenant en refusant de porter des vêtements avec des marques en cachant les logos sous des trucs sympas. Tu crois vraiment que c'est parce que tu portes leur logo que tu as des potes, un copain ou une copine, que c'est toi qui seras perdant si tu agis ?

Paul Ariès