

MANIFESTE CONTRE LE SYSTÈME PUBLICITAIRE



TOTALITAIRE

La publicité est omniprésente. Elle a coûté 200 milliards de francs en 2000 (à comparer par exemple aux 380 milliards de l'éducation nationale); il y a en France un million de panneaux publicitaires et assimilés (dont probablement un tiers sont illégaux); 40 kilos de prospectus par an et par boîte à lettre... mais **il n'y en aura jamais assez pour elle** ! Son matraquage est incessant et ses intrusions toujours plus sournoises : coupures TV et radio, téléphone et télécopie, Internet, tables de cafés creuses, autobus et métro emballés, sacs, vêtements, objets, etc.

Nous subissons chacun quelques 3 000 publicités par jour. **Toutes les disciplines et ressources créatives sont utilisées** pour accroître la force de leur persuasion. La publicité fait progressivement son **entrée dans les écoles** (matériel pédagogique, griffé, partenariats, ventes de boissons). Avec le sponsoring, elle **altère l'esprit du sport et s'imisce dangereusement dans la culture**.

À coups de millions, **les lobbies font leur propagande quels que soient les risques sur l'environnement et les répercussions sur la santé physique et mentale** (nucléaire, automobile, alcool, cigarettes...).

RÉTROGRADE ET DANGEREUSE

La publicité propage des **idéologies néfastes** : **sexisme, ethnocentrisme, culte de l'apparence, compétition, violence, en une escalade sans but et sans fin**.

Elle n'hésite pas à **jouer sur nos pulsions animales, nos souffrances et nos frustrations** pour nous vendre cette **recette trompeuse qu'est le bonheur par la seule consommation**.

La publicité **génère la violence chez ceux qui sont exclus** de tous les biens dont elle dicte l'achat pour acquérir le bonheur. Elle provoque la **frustration** de ceux qui ne peuvent acheter parce qu'un produit ne tiendra jamais cette promesse-là... et des **complexes** en terme d'image de soi face à ses modèles.

Son seul objectif est de **pousser à la consommation au mépris des réalités humaines, écologiques, et sociales**.

ANTIDÉMOCRATIQUE ET INÉGALITAIRE

Quelqu'un qui souhaite vivre en société ne peut pas échapper à la publicité.

La publicité n'est **pas de la communication** puisque l'envoi de message se fait à sens unique. Elle a le monopole de l'expression (réduite à un " faire-vendre ").

Seuls ceux qui ont de l'argent peuvent l'utiliser. Dans ce système, une grosse entreprise peut **se doter d'une image positive et vendeuse même si elle a des mauvais produits à vendre et un comportement irresponsable.** Au contraire, un petit producteur aux procédés éthiques se retrouve noyé, faute de moyens...

Elle construit un système de prétendue compétition où ce n'est pas le meilleur qui gagne mais le plus riche.

La publicité lie les médias (puisqu'elle les finance) aux **exigences des annonceurs-entreprises**, donc elle les pousse et les réduit à **(ne) rechercher (que) le " chiffre " et l'audimat au détriment de la qualité et de l'esprit critique.**

La publicité crée aussi **un danger pour l'information** : avec la menace de retirer **les budgets dont les médias dépendent**, les **pouvoirs économiques deviennent intouchables.**

INUTILE ET COÛTEUSE



La publicité **crée de faux besoins** et **provoque des dépenses inutiles et le surendettement.**

En poussant vers une consommation superflue et futile, la publicité **contribue à l'épuisement des ressources et à la création de déchets.**

Elle n'est **pas nécessaire à l'économie** (sur les 5 dernières années, elle a augmenté six fois plus vite que la croissance réelle), mais uniquement à la bataille des parts de marché dont elle est l'arme favorite.

Au contraire, **nous payons son coût inclu dans le montant de nos achats.**

Pire encore, ce que les entreprises dépensent en publicité est hélas compensé par des **réductions de budget sur les autres postes** (emplois supprimés ou délocalisés, conditions de sécurité négligées, salaires et conditions sociales indécentes). C'est sur cette réalité que repose la stratégie de bien des multinationales.

SORTIR DU SYSTÈME PUBLICITAIRE

En raison de leur influence néfaste sur de nombreux problèmes de notre société, **les abus de la publicité doivent être combattus de façon prioritaire.**

La publicité est la **main droite de l'économie libérale outrancière**, celle qui ne produit que pour mieux exclure, exploite sans vergogne les ressources des pays pauvres en prétendant les aider, renforce les inégalités et réserve la richesse à ceux qui en ont déjà trop.

La **publicité préfère les con-sommateurs suiveurs et égocentriques aux citoyens éveillés et responsables**, qu'elle **rabaisse toujours le rôle du citoyen et des institutions** est significatif...

La publicité doit **revenir à un rôle purement informatif**, elle doit être **contenue, localisée et égalitaire** d'accès.

Le commerce ne doit **pas avoir plus de moyens d'expression que la culture et les arts** (qui embelliront nos villes et nous divertiront sans arrière-pensée commerciale), que **la philosophie, la poésie, l'humour et la littérature, que les associations, la politique locale et les initiatives sociales, que l'expression libre, individuelle et gratuite.**

RÉSISTONS !

En plus des quelques moyens pour se protéger de la publicité et au-delà des résistances individuelles (boycott, interpellation des élus et des responsables, réponses et détournements), des résistances collectives s'organisent déjà ! **Actions ludiques, créatives et non-violentes**, actions **juridiques**, **travaux** avec des élus, **réflexions et sensibilisation** auprès des médias et du public...

Toute participation est la bienvenue, quelle que soit sa forme (morale, active, financière). À chacun son rythme, à chacun son possible...

Résistance à l'Agression Publicitaire
53 rue Jean Moulin. 94300. Vincennes
01 43 28 39 21 ; www.antipub.net

