

# MARRE DE LA PUB ?

L'association **CULINA** vous propose :

## UNE RECETTE POUR TRANSFORMER LES PANNEAUX PUBLICITAIRES

EN ESPACE DE LIBRE EXPRESSION ET DE RÉFLEXION !

*Pour se ré-appropriier nos rues, il faut :*



★ des affiches, des stylos et du scotch (ça, on s'en occupe)

★ des activistes (nous et vous, si ça vous dit)

*Amenez :*

★ vos instruments,

★ vos déguisements,

★ vos idées

★ et votre bonne humeur !

*Nous déambulerons dans les rues de Nancy, en recouvrant les armes*

*de manipulation massive qui polluent l'espace visuel et les esprits !*

## LA PUBLICITÉ NOUS PREND POUR CIBLE, RÉAGISSONS !

**CULINA** (Culture Libertaire Nancéienne : quelques recettes d'émancipation)

[contact@culina.herbesfolles.com](mailto:contact@culina.herbesfolles.com) ★ [www.culina.herbesfolles.org](http://www.culina.herbesfolles.org)

*(Ne pas jeter sur la voie publique ★ Passer à son voisin ou sa voisine)*

# LA PUBLICITÉ : UNE BELLE ARNAQUE !

## LA PUBLICITÉ NOUS INFLUENCE-T-ELLE ?

63% des français·es pensent que la publicité n'a aucune influence sur elles et eux, et pourtant 73% pensent que la publicité incite les consommateurs·rices à acheter les produits présentés ?!

★ Nous subissons environ **3000 messages publicitaires par jour**.

★ La pub est partout : murs, vêtements, abribus, télés, radios, véhicules, rues, etc.

★ Le budget de la publicité en France en 2005 représente **32 milliards d'euros** (un budget équivalent à celui de l'armée), financé par les consommateurs·rices. Alors que **31 milliards d'euros suffiraient en 5 ans à éradiquer la famine dans le monde**.

★ Seuls celles et ceux qui ont de l'argent peuvent se payer une campagne publicitaire (ce que l'on appelle ironiquement la "liberté d'expression")

★ Les publicitaires connaissent mieux **l'élève consommateur·rice que lui-même**, par le biais d'enquêtes et d'études psychologiques. Ils et elles sont formé·e·s à l'art de la manipulation alors que le reste de la population n'est pas préparé à la repérer et à se défendre.

La publicité a sur nos comportements un effet que nous sous-estimons à tort. Oui, la pub crée de faux besoins : Rappelez-vous du dernier gadget à la con ou d'un film minable que vous n'auriez pas été voir sans la pub.

**TOUS LES JOURS  
JE LAVE MON CERVEAU  
AVEC LA PUB**



## QUELLES SONT LES TECHNIQUES DES PUBLICITAIRES ?

★ **Entretenir la frustration** : Un·e individu heureux·se ne souhaite pas acheter puisque ce qu'il·elle possède déjà suffit à son bonheur. Le travail des publicitaires est donc de nous frustrer puis de nous dire que nous serions vraiment plus heureux·ses si nous achetions leurs produits. Et puisque l'achat ne procure qu'une satisfaction éphémère, il faut toujours acheter quelque chose d'autre.

★ **Nous prendre pour des con·ne·s** : « Keep them simple and stupid », « Les consommateurs sont comme des cafards », etc. Ces citations -véridiques!- proviennent de publicitaires.

★ **Nous matraquer** : Panneaux surdimensionnés, affiches recouvrant tout un immeuble, 10 pubs identiques à la suite, tunnel publicitaire de 10 minutes à la télévision etc. Sans se soucier une seule seconde de notre bien être et de notre cadre de vie, les publicitaires appliquent à merveille le mot d'ordre d'Adolf Hitler : "Toute propagande efficace doit se borner au strict indispensable, puis s'exprimer en quelques formules stéréotypées. Seule la répétition constante réussira finalement à graver une idée dans la mémoire d'une foule".

(Imprimé par nos soins sur papier recyclé)

## LA PUBLICITÉ EST-ELLE DE L'INFORMATION ?

La pub masque la réalité, car elle vise à nous faire oublier la réalité du monde : que la plupart des vêtements sont fabriqués dans des conditions déplorables par des esclaves modernes (comme les produits Nike en Asie) ; que les entreprises sont responsables de désastres écologiques, humanitaires ou économique : pensons à Total et ses plages noires, à Nestlé et son lait en poudre, au Crédit Lyonnais et ses milliards de dettes, etc.

La publicité n'est pas objective. Elle n'est pas un moyen de communication puisque le message est à sens unique. Pour se tenir réellement informé·e, utilisons le bouche à oreille, les guides de consommateurs·rices, notre propre bon sens, etc.

## LA PUB EST INATTAQUABLE CAR ELLE CRÉE DES EMPLOIS !

Certes la publicité donne des emplois. De la même manière, l'insécurité routière donne du travail aux carrossier·e·s, aux garagistes, aux assureur·euse·s, aux médecins, aux vendeur·euse·s de prothèses, de cercueil, de chaises roulantes, etc... Doit-on promouvoir les accidents pour autant ? La prévention routière et la limitation de la publicité, si elles suppriment des emplois, permettent également d'améliorer les conditions de vie de la population.

## LA PUBLICITÉ EST-ELLE DANGEREUSE ?

★**La pub n'a aucune morale** : Qu'une marchandise soit utile ou inutile, polluante ou non, nuisible ou non, du moment que l'annonceur·euse paye, la publicité en fera la promo.

★**La pub pousse à la surconsommation** : Alors que notre mode de vie représente un grave danger écologique, on voit une pub pour une voiture à chaque coin de rue !

★**La pub formate nos enfant·e·s**, qui ne sont pas en mesure de distinguer une publicité d'une information. Les panneaux publicitaires

entrent dans les cours de récré, les manuels scolaires contiennent des références à des marques, les kits pédagogiques sont "généreusement" offert par des entreprises... Veut-on faire des enfant·e·s des individus intelligent·e·s et autonomes ou de dociles consommateur·rice·s ?

★**La publicité nuit à la démocratie** : En réduisant toute pensée à un simple slogan, il ne s'agit plus de convaincre par la justesse de ses arguments et de ses projets, mais de se faire voir le plus possible. La grande majorité des partis politiques font d'ailleurs désormais appel aux publicitaires.

(Ne pas jeter sur la voie publique ★ Passer à son voisin ou sa voisine)



★ **La publicité est un danger pour la liberté d'information** : chaînes télé, presse et radios non libres sont dépendantes financièrement des entreprises et de leurs pubs, et servent majoritairement leurs intérêts privés. D'ailleurs la plupart sont la propriété d'une minorité de puissants industriels, banquiers et vendeurs d'armes.

★ **La pub propage des idéologies néfastes** : Culte de l'apparence, compétition, sexisme, etc. Se battre pour une société plus juste, où chacun.e pourrait vivre sans se soucier du regard de l'autre, c'est aussi se battre contre tout ce qui véhicule ces stéréotypes, donc, en partie, la publicité.

★ **La publicité contre l'esprit de révolte** : L'esprit de révolte, c'est se poser sans cesse la question d'une meilleur société, c'est trouver des solutions en sortant du cadre, en explorant d'autres modes de vies. La publicité, avec son discours uniformisateur, massificateur, stigmatise les marginaux.ales et nous pousse à ne se révolter qu'en choisissant une marque "alternative" plutôt qu'une autre.



## RÉSISTONS!

Pourtant la publicité n'est pas indispensable. Elle fait de l'espace public un espace marchand. Pourquoi autant de place réservée aux commerces et pas d'avantage aux artistes, aux associations, aux individus ? **Il est temps de placer l'être humain, et non l'Économie, au centre de nos vies !**

Par la mobilisation, la manifestation, le boycott, etc., exprimons notre hostilité à la publicité et aux entreprises qui l'utilisent et établissons un rapport de force suffisant pour inverser la tendance.

(Imprimé par nos soins sur papier recyclé)