RAP-News Mai 2006

Sommaire :

- **La pub ne ment pas** (pub dans *Metro*)
- **La RTBF dans la *sausseke*** (un climat inquiétant à la RTBF)
- **Suites de notre combat pour la suppression de la pub destinée aux enfants à la RTBF**
- **Pub et Statistiques** (un courrier de sympathisant)
- **Le scandale CycloCity, la version bruxelloise de Velo'V** (article de fond sur la nouvelle stratégie de la JCDucon mise en œuvre avec la complicité des édiles locaux)
- **La pub a encore tué** (un fait divers)
- **Philips dépose un brevet anti-antipub** (celui qui zappe la pub est un criminel par la pensée)
- **Résistants arrêtés à Cherbourg** (inculpation de 6 activistes)
- **Etre ou Avoir ?** (article de fond sur nos valeurs et les suites de la mort de Joe)
- **En Bref… mais à lire !** (quelques brèves et liens intéressants)
-

La pub ne ment pas

Publicité dans le support de pub « metro » pour son service en ligne.
On ne peut pas être plus clair.

Appartenant au groupe Rossel (Le Soir, SudPresse, Echo, De Tijd, 7Dimanche) et entièrement financé par la pub, le quotidien gratuit metro est lu par 500 000 personnes (à titre de comparaison le Soir tire à 100 000 ex.).

Ceux et celles qui ne veulent un bon petit *brainwashing* afin de ne plus penser à rien savent où aller et quoi lire. Nous leur conseillons donc de refermer ce document ;o)

La RTBF dans la *sausseke*

Les jeunes s'en mêlent

Une de nos membres a été invité sur le plateau de cette émission radio de la RTBF intitulée : *« Les jeunes et la pub : séduction ou collision »*. C'est Aurélie qui a représenté la R.A.P. seule face à une quarantaine d'étudiants en phase terminale de publicité et à une porte-parole du JEP (Juge Et Partie, secteur publicitaire).

Ceux et celles qui souhaitent télécharger cette émission diffusée le samedi 20 mai et peuvent le faire sur notre site à la page : http://www.antipub.be/uploadfiles/287

Nous nous demandons bien sûr toujours si nous ne devons pas réclamer un minimum de conditions « équitables » avant d'accepter de telles invitations. Participer à ce type d'émission (en différé => cette émission a été enregistrée un mois avant sa diffusion) où l'on se voit occuper une position ultra-minoritaire (donc placé sur la défensive) et où notre présence sert effectivement de caution morale et démocratique à une pratique qui ne l'est guère, est-il vraiment judicieux ?
Cette question prend plus de pertinence encore lorsqu'on se rend compte, effaré, que la RTBF n'a pas hésité à **censurer** la partie de l'intervention d'Aurélie sur la règle des cinq minutes et du rôle du service public (à la place la conclusion de David Lallemand était même : *« la RTBF est une entreprise comme les autres »*).

Néanmoins, le climat actuel à la RTBF est un climat effrayant où la direction du service public incarnée par JP Philippot (lui-même à la tête de la RMB[1] – Régie Média Publicitaire – dont les intérêts exclusivement privés sont d'augmenter et d'optimiser l'impact de la publicité, notamment à la RTBF mais aussi au Ligueur[2] - le journal à grand tirage de la Ligue des familles) n'hésite pas à menacer ses employés de graves sanctions s'ils ont l'outrecuidance d'émettre des réserves ou de critiquer la politique actuelle de la maison. A ce propos, n'hésitez pas à écouter le témoignage forcément anonyme d'un travailleur de la RTBF (recueillie lors des débats qui se sont déroulés à Bruxelles et à Liège le 19 et 21 avril dernier) où celui-ci décrit la manière dont il subit l'influence de la pub au quotidien. Vous pouvez télécharger ce témoignage sur le site de RESPIRE à la page : http://www.respire-asbl.be/article.php3?id_article=128.

Ayant été les témoins directs[3] de ces pressions incroyables et scandaleuses exercées par le lobby publicitaire visant à mettre un terme à tout débat public autour des négociations en

---

[1] Lire aussi dans le journal du mardi l'article de Bernard Hennebert « Irresponsable RMB » page : http://www.journaldumardi.be/index.php?option=com_content&task=view&id=468&Itemid=184
[2] On ne s'étonnera donc pas de voir la Ligue des familles adopter une position inconsistante dans ce débat.
[3] Notamment lorsque nous avons été éjectés manu militari de la sortie de la foire du livre où nous recueillions des signatures pour la pétition, suite au cafardage d'employés zélés de la RTBF désireux de se faire bien voir par leur direction, nous accusant de *dire du mal de la RTBF* .

cours sur le contrat de gestion de la RTBF[4], nous ne pouvons que comprendre et admettre la 'modération' du journaliste des « jeunes s'en mêlent ». Dans ces conditions, une invitation d'un membre de la R.A.P. sur un plateau de la RTBF est déjà fort téméraire en soi.
Nous ne sommes donc ni déçus ni fâchés. Mais nous incitons vivement nos lecteurs et lectrices à se rendre compte que lorsque nous parlons de dictature et de totalitarisme à propos du système publicitaire il ne s'agit pas d'une image destinée à frapper les esprits, il s'agit d'une **réalité** contre laquelle il est impératif de se mobiliser, de toute nos forces et sans temporiser.

Suites de notre combat pour la suppression de la pub destinée aux enfants à la RTBF

Nous avons donc remis la pétition à Fadila Lanaan ce 25 avril dernier. La ministre négociera apparement **seule** avec la RTBF, le parlement venant d'être mis hors-circuit. Voir :
http://www.lalibre.be/article.phtml?id=5&subid=86&art_id=283996
http://www.lalibre.be/article.phtml?id=5&subid=86&art_id=286458
http://www.lesoir.be/statiques/print/rubriques/belgique/page_5718_434811.shtml

Considérant que les points de vue étaient pour le moins divergeants au sein du parlement, nous pouvons sans doute imaginer que la décision de la ministre correspond bien à la nécessité de sortir de l'impasse et du blocage. Même si les appréhensions sont grandes, gageons que la ministre, dont nous voulons croire à l'intégrité, saura défendre l'intérêt collectif (et notre service public) face à l'appétit gargantuesque du lobby publicitaire. Mon sentiment personnel, après l'avoir rencontré, est qu'elle en est bien capable ! … et qu'elle pourra probablement mieux le faire sans le MR et Ecolo dans les pieds.

Enfin, si notre action sur ce dossier est provisoirement clôturée, nous tiendrons à jour la page qui lui est consacrée sur notre site (http://www.antipub.be/articles/121), et tenterons de rappeler nos revendications en manifestant à la rentrée.

[4] Lire aussi dans le journal du mardi l'article de Bernard Hennebert « la règle du zéro débat contradictoire » page : http://www.journaldumardi.be/index.php?option=com_content&task=view&id=590&Itemid=184

Pub et Statistiques

Bonsoir,

Ce soir, je ferai une réflexion au sujet de l'adage : *« Il y a trois façons de mentir, le mensonge, le mensonge par omission et les statistiques. »* Bizarrement, il semble que les publicitaires le découvrent seulement maintenant. Après avoir usé et abusé des deux premiers, les voilà-t-il pas qui découvrent les statistiques!
J'ai relevé cette semaine, sur la RTBF :

- ?? Danacol : Sept adulte sur dix ont trop de cholestérol...
- ?? All Days : 86 femmes belges sur 100 aimeraient être plus fraîches pendant leurs règles...
- ?? Activia : 60% des femmes belges ont des problèmes avec leurs intestins (ou quelque chose comme cela)... [...] 96% ont ressenti des effets positifs...
- ?? Devos-Lemmens : 1,9% des femmes se contentent de citron sur leur salade...
- ?? Head and Shoulders : élimine 100% des pellicules...
- ?? Bénécol : chez 2 personnes sur 3, le cholestérol aboutit dans le sang...
- ?? Actimel : il agit là où se trouvent 70% de nos défenses...

Et il y en a probablement d'autres. Cela ne peut être un hasard.
Bien entendu, tous ces chiffres ne reposent sur rien du tout.
Celui qui me paraît le plus étrange, c'est celui de *All Days*.
Je constate aussi que deux de ces slogans parlent des « femmes belges », et pas seulement des femmes en général.

En tout cas, c'est une façon ludique de démonter la publicité.

André L.

Pour que ça change votez Nana !

Le scandale CycloCity, la version bruxelloise de Velo'V

*A l'instar de Lyon, la ville de Bruxelles, **en partenariat avec la JCDucon**, mettra à disposition du public quelque 250 vélos au départ de 23 stations situées dans le Pentagone lors la prochaine édition du dimanche sans voiture (à partir du 17 septembre).*
*Une **hérésie** bien digne de l'incompétence notoire de nos excellences Ecolo-Ps.*

Cherchant sans cesse et par tous les moyens à augmenter le déploiement de son arsenal publicitaire (pourtant déjà considérable) JCDecaux, qui connaît son métier, sait quels sont les leviers à actionner aujourd'hui pour faire sauter les verrous. Sachant pertinemment bien que nos villes sont sursaturées de ses affreux panneaux, et que ceux-ci font l'objet du légitime courroux de bon nombre de citoyens, la multinationale qui ne peut plus justifier une nouvelle implantation massive de ses *mobiliers urbains*, met en œuvre une nouvelle stratégie visant à pigeonner à nouveau et mieux encore nos édiles locaux. Cette fois, commençant par Lyon, la JCDucon s'attaque, avec tout le machiavélisme qui lui sied, à la problématique de la mobilité, ou plus précisément à la problématique du *service* en matière de mobilité. La JCDucon est en effet un *prestataire de service* selon le deal suivant : un service[5] minimal contre un panneau de pub à la rentabilité, elle, maximale.

[5] Ce *service* est l'installation de mobilier (aubette de bus, colonnes, planimètres, pot de fleur ou autres), et de son entretien en échange de l'exploitation de nombreux panneaux de 2m² rétroéclairés fixes ou déroulants. Pendant la durée des contrats (10,12 ou 15 ans) chacun de ces panneaux lui rapporte des centaines de milliers d'euros. Ils sont très peu taxés. Leur production industrielle à l'échelle mondiale (les mêmes partout) rendent d'ailleurs le coût de ces mobiliers très bas.
Mais le plus beau de l'histoire est que ce matériel (tel que les aubettes), pourtant largement amorti une trentaine de fois au cours du contrat, reste éternellement la propriété de la JCDucon. En d'autre terme, les villes n'en n'héritent jamais.

Comme tout le monde le sait la mobilité est un solide problème dans nos cités, une sorte de quadrature du cercle paralysante qui stresse un peu nos politiques.
Sachant qu'en de telles circonstances (lorsque rien ne semble possible) tout aide est la bienvenue, les colombophiles de la JCDucon proposent LA bonne idée : location bon marché de vélos (1€/ heure). En effet, qui peut s'opposer à la « promotion » du mode de transport le plus écologique qui soit ? Personne, et surtout pas les zélus écolos, qui semblent désormais prêts à vendre père et mère pour un peu de gratitude[6].

Mais lorsqu'on décortique un peu l'idée de génie de la JCDucon, on s'aperçoit pourtant vite de la supercherie :

- Si la région octroie 100 000 euros de subvention illico, les communes devront mettre également la main au portefeuille pour la gestion de leur parc de 250 vélos, à raison de 150 000 euros par an, voire davantage. De plus, il semblerait que ce soit la JCDucon qui empoche la location des vélos. On se demande donc ce que la transnationale apporte dans cette affaire, si ce n'est qu'elle amène l'idée, les vélos et booste le processus de décision.
- En échange de ce *service* la JCDucon se voit accorder l'exploitation d'au moins 10% en plus de sa surface publicitaire actuelle dans les communes où elle parvient à implanter son CycloCity. Mais à Lyon c'est carrément à une augmentation de 40% du nombre de panneaux à laquelle on a assisté. Méfions-nous donc de la vantardise des politiques en période électorale.
- En quelques années seulement nous avons constaté que le nombre de publicités pour les automobiles dans les aubettes de bus et sur les *sucettes* avaient littéralement explosé. Ce que promotionnent donc la moitié du temps les panneaux publicitaires de la JCDucon c'est le mode de transport automobile, pas le vélo. L'autre moitié du temps est consacré à la promo d'un mode de vie surconsumériste le plus anti-écologique qui soit. Cette publicité là fonctionne à fond, c'est sûr (les annonceurs sont tout sauf des philanthropes).
- Enfin, ces vélos sont peu attirants. Malgré l'absence voulue de porte-bagages ou de siège pour enfants, les bécanes font tout de même leur 25kg (ce sera mieux de les emprunter pour descendre en ville plutôt que pour y monter). A l'origine, ils étaient même destinés à porter de la pub (sur le carénage rouge).

[6] Aah, le pouvoir et le confort, « *au plus que tu le goûtes, au mieux que ça te goûte !* »

Bref, nous ne sommes pas du tout d'accord avec le développement de cette nouvelle vague de l'agression publicitaire qui entre dans nos murs comme le cheval de Troie. Le culot de la JCDucon n'a ici d'égale que l'incurie de nos politiques !

Vous croyez avoir tout vu ? que nenni, en voici encore une meilleure:

Alors que ses énormes **obstacles** publicitaires se font légions sur nos trottoirs, alors qu'avec son Vélo'V il y en a des centaines en plus, voici ce que la JCDucon a le culot invraisemblable d'afficher : *« On n'empiète pas sur le trottoir des autres…en vélo » !*
Regardez bien cette image, elle vaut son pesant de symboles.

Bien d'autres arguments plaident encore contre cette opération Vélo'V / CycloCity, vous en trouverez un paquet sur le site d'infos alternative de lyon, notamment à la page : http://rebellyon.info/article1681.html

Si nos autorités voulaient réellement s'attaquer à la problématique de l' immobilité et lutter contre les modes de transport polluants qui asphyxient nos villes, elles commenceraient par stopper la propagande de l'industrie automobile. En aucun cas elles ne se rendraient plus complice de son augmentation, car cette propagande normalise et légitimise à grande échelle le comportement égoïste et irresponsable caractéristique de l'automobiliste (alors qu'il faudrait plutôt rendre à ce comportement sa véritable image asociale et anti-écologique). Nos autorités le savent, elles connaissent fichtrement bien l'efficacité de la pub en ce qui concerne la normalisation des comportements malsains et ont d'ailleurs déjà su prendre des mesures pour la limiter voire l'interdire totalement dans certains domaines comme celui du tabac.

Il n'est donc nullement question ici de prendre des mesures efficaces pour enrayer l'asphyxie de nos villes, d'ailleurs l'expérience Lyonnaise montre que seulement 7% des utilisateurs des Vélo'V auraient effectué leur déplacement en voiture, les 93 autres étaient déjà piétons.
Ne s'agirait-il alors que d'un jet de poudre aux yeux à visées électoralistes ? Possible, mais cette poudre là est particulièrement sulfureuse et irritante.

Promouvoir l'utilisation du vélo en ville est certes une bonne chose. Dans cette affaire la ville de Bruxelles s'apprête à investir dans chaque vélo quelques 600 euros par an. Pour que l'opération puisse bénéficier d'une réelle dimension (et utilité) citoyenne, il fallait la financer dans sa totalité. Combien même les caisses publiques seraient vides et l'obligation de recourir à l'aide du privé pressante, ce recours au privé devrait au moins avoir un caractère temporaire et les contrats élaborés de manière à le garantir[7]. Or, avec la JCDucon rien n'a jamais été fait dans ce sens. Nos politiques n'ont pourtant pas à favoriser outrancièrement les activités commerciales d'une transnationale de pub et encore moins lui offrir notre espace public et nos cerveaux en pâture pour leur exploitation. En le faisant, ils se montrent soit corrompus jusqu'à l'os, soit pigeons du bout des pattes jusqu'à la pointe du bec.
Ces contrats sont un véritable scandale ! Sachant que toutes les communes sont invitées à les signer, nous espérons vivement que les cyclistes, comme tous ceux et celles qui attachent de l'importance à la qualité de notre environnement, nous aideront à les dénoncer et les combattre avec détermination !
PM

A gauche sucette JCDucon sur trottoir. A droite Vélo'V sur parking pour personnes à mobilité réduite.

[7] Une bonne façon de le garantir serait rédiger les contrats avec la transnationale de façon à ce qu'en échange d'un temps limité d'exploitation publicitaire la firme cède définitivement le matériel (aubette, vélos) à la collectivité, sans aucune autre contrepartie. L'exploitation de quelques-uns de ces panneaux publicitaires pendant une dizaine d'années est déjà bien suffisante en elle-même pour faire vivre confortablement JCDucon et sa petite famille, croyez le bien.

La pub a encore tué

Le Maire de Tarbes a renversé et tué une veille dame qui traversait un passage pour piétons avant hier. Son excuse? Elle sortait de derrière un panneau de publicité !

LE MAIRE DE TARBES IMPLIQUÉ DANS UN ACCIDENT.
Une piétonne renversée par M. Trémège

Fait divers. Gérard Trémège, le maire de Tarbes, est «effondré», «profondément choqué, bouleversé», comme le stipule un communiqué émanant du service presse de la ville de Tarbes. L'information relatant un accident de la route, hier matin (9 heures) avenue de la Marne à Tarbes, est en effet peu banal. Circulant sur cet axe au volant de son véhicule - «Je roulais à 20 km/heure», nous a assuré M. Trémège par téléphone - le maire de Tarbes ralenti d'abord pour vérifier une priorité à droite mais ne peut éviter une vielle dame de 84 ans qui s'engage alors sur un passage piéton. «L'accident est inévitable malgré la faible allure du véhicule», indique le communiqué de presse. Mais la personne âgée est grièvement blessée. Arrivés rapidement sur les lieux, les sapeurs-pompiers de Tarbes ont pu faire le nécessaire et conduire d'urgence la vieille dame au centre hospitalier où elle a subi une première intervention, nous a précisé par téléphone M. Trémège, manifestement très ému. «Je ne l'ai pas vue, affirme le premier magistrat de la ville. **Elle était derrière un panneau de publicité avant qu'elle ne traverse le passage piéton**. Je suis allé la voir à l'hôpital, le médecin m'a dit que ça devrait aller après son intervention. Vous n'imaginez pas dans quelle situation de détresse je me trouve actuellement. Je suis complètement effondré. C'est malheureusement quelque chose qui peut arriver à n'importe quel citoyen et je suis avant tout un citoyen comme tout le monde». Au service communication de Tarbes, on précise que le maire «se tient régulièrement informé de l'évolution de son état de santé, en relation directe avec la famille» de la dame âgée. Hier,du reste, les secours avaient consigne de ne donner aucune information à la presse.
Gérald Camier.
Article paru le 18/05/2006 - La dépêche du Midi

Il semble que le panneau en question ait été enlevé dès le lendemain matin.

Philips dépose un brevet anti-antipub

Les enregistreurs numériques à disque durs permettent de regarder les émissions télé avec un petit décalage permettant notamment de zapper facilement les tunnels de pub. Les américains sont déjà très nombreux à posséder de tels appareils et cela ne plait pas du tout aux publicitaires. La parade est donc en chantier. C'est l'industriel Philips qui dépose le premier brevet *« pour ne pas zapper la pub »*, voir : http://www.clubic.com/actualite-33958-philips-un-brevet-pour-ne-pas-zapper-les-pubs.html
Gageons que la pression du lobby sera assez forte pour que tous les futurs enregistreurs soient équipés de cette fonctionnalité qui force à regarder les pub (ou à débrancher la télé, ce que nous vous conseillons de faire).

Attention, celui qui zappe la pub est un *criminel par la pensée* ! ;o)

Résistants arrêtés à Cherbourg

Il y a vingt ans, c'était Tchernobyl, aujourd'hui la France veut se remettre à construire des réacteurs nucléaires, c'est dans ces conditions qu'une grande manifestation s'est déroulée à Cherbourg le 16 avril dernier.

En marge de cette manifestation se tenait le VAAAN -- Village Autogéré Anti-capitaliste et Anti-Nucléaire -- sur le modèle des rassemblements typiques des opposants aux sommets de G8.

Anti-capitaliste et anti-nucléaire, ce ne sont là que deux étiquettes emblématiques, les participants à ce village étaient bien d'autres choses, convergences et divergences, nombre d'entre eux, d'entre elles étaient aussi des résistants à l'agression publicitaire.

Pour marquer cela, ils ont organisés une action le dimanche soir, où des slogans ont été peints, des affiches surcollées ou arrachées (et proprement déposées dans les poubelles à proximité).

Une présence massive des « forces de l'ordre » avait été mobilisées, la manifestation du samedi s'était déroulée sans le moindre heurt, l'action anti-publicitaire a été interrompue de manière brutale par des membres de la BAC (Brigate Anti-Criminalité) qui ont mis à terre et sans ménagement trois personnes. Trois autres, qui étaient alors à proximité, ont entendus les cris et sont allées voir ce qui se passait.

Ces six personnes ont été arrêtées et conduites pour garde à vue au commissariat de Cherbourg, où elles sont restées la nuit du dimanche au lundi, nuit où une trentaine de personnes sont descendues du village vers le trottoir dudit commissariat pour y apporter un joyeux et bruyant soutien aux prisonniers. Ils furent finalement relâchés en fin de matinée, munis d'une convocation au Tribunal de Grande Instance de Cherbourg ce jeudi 11 mai.

Le nuage radioactif ne s'est pas arrêté aux frontières en 1986, la résistance à l'agression publitaire ne s'y arrête pas en 2006, si vous voulez marquer votre soutien aux inculpés, vous pouvez faire un don à RAP, 979-618.54.09-15, avec "Cherbourg" en communication. Ceux-ci serviront exclusivement au soutien financier des inculpés de Cherbourg, tant pour les frais de justice que pour la possible amende à venir.

Merci,

Fred

Note : Le jugement sera rendu le 6 juin. Une amende de 450 euros chacun (6 inculpés) a été requise par *l'enfoiré de substitut du procureur* (je cite d'après un compte rendu de la première audience).

PM

Etre ou Avoir ?

Le meurtre de Joe a déjà fait couler beaucoup d'encre, mais bien trop peu sur l'essentielle question des valeurs communément admises comme celles de notre société et dont le système publicitaire est devenu le vecteur de diffusion principal.

Temps de folie

L'aveuglement dont font part les médias sur le meurtre de ce garçon est confondant. La meute aboie et les chiens-journaleux sont lâchés. Que l'écume des vengeurs se répandent sur l'ennemi ! Effroyable et pathétique sont les raisons d'un tel comportement dont les racines sont profondément plongées dans le mal-être d'une société publicitaire qui fait passer l'être derrière l'avoir, qui promeut la religion de l'objet et de l'accumulation.
A force de fourguer des crasses produites en masse pour combler le néant de vies serviles qui peut honnêtement s'étonner de voir les vies effacées comme on pousse sur « delete » ?

Raisons de la perte de raison

Comment en est-on arrivé là ? Etrange que cette question n'émerge nulle part des réflexions de tous ces cerveaux fondus qui prétendent éclairer notre chemin. Comme souvent quand la baignoire déborde il est plus facile d'accuser le manque d'éponges plutôt que de se demander comment fermer le robinet. Notre société ne veut plus se poser la question sur les causes et s'acharne sur les conséquences avec un goût prononcé et abject pour accuser les victimes des malheurs qu'elle engendre. Comme la publicité qui vous culpabilise à longueur de message-mensonge, qui invente vos maladies et vous vend le faux remède. Le matraquage de tels messages ne peut que répandre la folie de ceux qui les engendrent. De la folie à la violence, de l'envie de posséder à celle de tuer mille fois, ces limites sont franchis chaque jour,

jusqu'aux ravages produits par les pollutions - la destruction de la planète, les guerres de contrôle économique et ... le meurtre pour la possession des icônes de notre société de « consumation ».

Fondement d'une société de divisions

Pauvreté rime avec maladie dans notre société qui n'arrête pas de subir sans réagir. Les populations, baignées dans l'illusion de la richesse marchande sont de plus en plus frustrées. Ceux qui ont tout se rendent compte qu'ils ne sont pas plus heureux, qu'ils ne sont pas devenus tout d'un coup des anges qui voyagent entre les planètes et transforment l'air en eau, l'eau en or et l'or en bonheur. Ils doivent continuer de respirer, manger et boire pour ne pas mourir. Faire leurs besoins comme le petit peuple duquel ils pensaient se détacher si aisément.
Ceux qui ont un peu, juste de quoi, voient leurs petites mains tenter d'attraper la lumière et souffrir de ne point y parvenir. Tristesse oblige la réalité a prise sur eux comme sur tous leurs contemporains. Sont-ils heureux d'avoir plus faible qu'eux ? Se persuadent-ils qu'ils "y arriveront", qu'ils seront parmi l'élite de la crème du top... un jour, ou une lune ? C'est là où le rêve n'a plus le sens premier, il se transforme en envie, rage et frustration permanente.
Ceux qui n'ont rien sont déjà assez occupés à souffrir de cela même si cela ne les empêche pas d'ajouter à leurs soucis la douleur issue du message dominant : *"Tu n'as rien, tu n'es rien"*.

« Au moins une chose dans tes rêves existe vraiment » dit la pub

Le règne des choses

Le maelstrom actuel des sociétés mélangées, où les repères et les "valeurs" se sont matérialisés en objets, produit un environnement de plus en plus brutal qui fait s'entrechoquer

les êtres avec une violence décuplée. Sortis de l'obscurantisme religieux les peuples ont été happés par le mirage consumériste devant lequel la vie s'efface de plus en plus. Beaucoup réagissent avec une force proportionnelle à celle qu'ils subissent : sectes, éclatement des communautés, rébellions et ... violences physiques. Ces meurtrissures s'effectuent souvent sur soi à travers le mal que l'on s'inflige pour se sentir vivre : scarifications, drogues, projections virtuelles, sensations poussées à l'extrême mais qui peut déboucher sur l'attaque physique de l'autre. Le viol, l'agression et le meurtre résultent de cette société schizophrène qui vénère la grandeur de quelques uns en écrasant tous les autres.

Tuer pour un MP3 est devenu la suite logique de notre mode de « vie ». Nous, les fiers tenants de la civilisation occidentale-libérale, avons réduit en esclavage des peuples entiers pour piller leurs ressources, nous avons participé et organisé des génocides pour s'assurer le contrôle de précieuses ressources à travers le monde et en Afrique surtout, nous avons accepté et soutenu les dictatures pétrolières pour qu'elles nous permettent de nous déplacer sans fin dans notre circuit en boucle, nous avons supporté toutes les guerres pour le gaz et les minerais du moment que nous pouvions acheter le modèle dernier cri de Prout-TV, nous supportons le conso-communisme-éclairé « Made in China » pour pouvoir acheter des chaussettes de merde à 1 euro la paire... Comment, après cela, s'étonner de voir mourir des enfants dans la rue ou dans les bordels lorsque l'on vénère à ce point le « pouvoir de l'argent » ?

Campagne Dexia 2003 (voir : http://www.antipub.be/dexia-che)

Maréchal Pubardino

Rien de tout cela ne serait possible sans une pression permanente, totalitaire, unidirectionnelle et massivement financée[8]. Les villes d'abord, les villages ensuite et finalement les campagnes ont été envahies par le mensonge organisé : la publicité. Goebbels n'aurait pas rêvé mieux. Avec un tel arsenal en place une épuration ethnique aurait toutes les chances de ne laisser aucun survivant en un temps record. L'adhésion-aliénation des masses

[8] Les dépenses publicitaires mondiales sont supérieures à celles de l'armement. 2,4 milliards d'euros ont été claqués en pub en Belgique en 2004, soit plus de 230 euros en moyenne par habitant. Chacun.e paye cette facture.

au système de valeurs de notre société mortifère est tel que l'on peut faire faire ce qu'on veut à une écrasante majorité de la population. Les faire bouffer du poison, leur mentir sur tous les sujets, les inciter à lire/voir/parler les pires stupidités.

Jamais aucun système n'a pu arriver à un tel consensus sans recourir à l'armée et au totalitarisme musclé. Aujourd'hui nous avons échangé nos coeurs contre un porte-monnaie.

Le système publicitaire est actuellement le moyen le plus sûr de tuer l'humanité, sa liberté et sa créativité. Il vise à nous formater et nous transformer en objets car le seul dieu de la pub c'est la Chose.
Le hic c'est que l'humain reste malgré tout un animal dont l'énergie est un chaos permanent qui ne peut pas être enfermé dans une telle illusion. Il trouve donc ses propres moyens de s'exprimer. Il explose, fait ou se fait violence car dans la mort se trouverait une « issue » hors du carcan. Ce système basé sur la soi-disant perfection, la norme est le reflet d'une vision figée de la vie, une « mort » pendant le temps de vie de l'individu.

Il n'y pas pire aveugle que celui ou celle qui ne veut pas voir
---
Aujourd'hui un jeune homme est massacré par deux crétins pour un gadget aussi stupide qu'inutile et la populace dénonce les arabes. Cela aurait pu être les tziganes avant-hier et les juifs hier... ou les roux demain, ou peut-être vous après-demain. Ce qui est effrayant c'est de voir la douleur des gens s'exprimer en haine de l'autre face à ce qui n'est en fait que la résultante du système actuel.
Opprimés, conditionnés et écrasés les individus sont en plus manipulés par le discours dominant et se retournent contre d'autres individus généralement encore plus miséreux qu'eux. Qui gagne dans l'affaire ? Les mêmes, toujours les mêmes. Les nantis et enfants du dieu argent qui parviennent, tels des gloutons maléfiques, à manger à tous les râteliers.

A nous de résister contre cette folie, dénoncer ses mensonges, lutter et nous libérer de cette prison qu'ils peignent en paradis. N'attendons pas d'être « salis » par le sang du voisin pour réagir. Nous sommes faibles si nous le croyons et forts si nous le voulons.
TNT

No comment.

En Bref… mais à lire !

- **L**a revue MORTIBUS (critiques du capitalisme incarné) publie un texte de Michaël Lowÿ (RAP-France) intitulé ***« Eloge de la publiphobie ».*** Disponible en ligne à la page : http://assomortibus.free.fr/index2.php?page=text&text=4

- **N**ous avons mis en ligne sur notre site un texte de notre ami Jean Louis Fauchet intitulé *« Du rejet de la publicité à la critique de la société de consommation et à la mise en cause du capitalisme »* qui constitue une bonne **troisième approche** de « pourquoi résister ». Ce texte se trouve à la page http://www.antipub.be/articles/119

- **L**es ***« Etats généraux de la décroissance équitable »*** se tiendront le 7, 8, 9 Juillet 2006 à SAINT NOLFF dans le MORBIHAN (près de VANNES). Une délégation de la R.A.P s'y rendra. Si vous êtes intéressés de vous y rendre également n'hésitez pas à nous contacter. Infos sur http://www.decroissance.info/Les-Etats-Generaux-de-la

- **V**oici un diaporama (un fichier .pps qui peut s'ouvrir avec OpenOffice) de cette fameuse bande dessinée antipub de Clavé parue dans le journal *Pilote* en 1971 intitulée *« **Histoire sans parole – La vie en couleur** »* qui dit tout en quelques images. Vous pouvez télécharger le fichier sur notre site à la page : http://www.antipub.be/uploadfiles/278 . Un souvenir de jeunesse actualisé... pour les "fossiles" dans mon genre :-) mais les plus jeunes peuvent en profiter pour voyager dans le temps !

A bientôt,

Philippe, pour la R.A.P.

Résistance à l'Agression Publicitaire - Belgique (R.A.P.)
Reklame Afbraak Project - België (R.A.P)

Site: www.antipub.be
Votre participation sur le compte **979-6185409-15**, au nom de R.A.P.