

«Sans la pub, disent les publicitaires, pas d'information». Ce à quoi certains audacieux répondent «et alors?». Ne nous arrêtons pas à cette réponse pleine de bon sens. Voici trois arguments pour soutenir la thèse que la publicité s'apparente plus à du harcèlement qu'à de l'information.

► **Le nombre.** Informer, c'est dire, pas dire, redire et reredire. **Un parisien est soumis à plus de 1000 annonces publicitaires par jour (1).** Un voyageur peut croiser dans la journée des centaines de Lætitia (2) réclamant une visite. C'est encore par centaines que le client de la ratp (3) subit les annonces des tabloïds.

Je peux demander à quelqu'un de m'offrir un café. Mais si je le poursuis à travers les couloirs en lui répétant mon message 200 fois par jour? Il est probable que je finirais avec un procès pour harcèlement...

► **Le choix.** Je réclame le droit, si des témoins de Jévéor viennent m'apporter un message divin, de fermer ma porte. Cette élémentaire liberté de ne pas entendre un

message n'est pas respectée par la pub. Dans le métro, je n'ai pas le choix. Dehors des bus, où la moisissure publicitaire a pris, viennent encore me narguer. *Réclamons des espaces non-pubeurs.*

► **L'indépendance des sources.**

1000 fois par jour, ça ne s'appelle pas de l'information, mais bien du harcèlement.

Une information fiable vient d'un media indépendant. *On ne demande pas aux éleveurs bretons si les porcs sont bons pour les nappes phréatiques.* Des associations pourraient nous informer, pas la pub.

— Notes —

(1) Les estimations divergent, mais les plus basses sont de l'ordre du millier. Certains avancent le chiffre de 4000.

• Lendrevic, J., & Brochand, B. (2001). *Le Publicitor*. Paris : Dalloz.

(2) «Lætitia casse-toi!»

(3) RATP: Réseau Agressif pour le Tout Publicitaire



► Dazibao Sauvage ◀

Feuille informative publicide paraissant quand il n'y a pas trop de flics.

LA PUB: INFORMATION OU HARCELEMENT?

► Copyleft — Front de Libération des Panneaux — Année 2004 ◀