

LA PUBLICITÉ POLLUE. Omniprésente et multiforme, elle prolifère en dégradant l'environnement. Cette hydre a un appétit de chancre.

5 LA PUBLICITÉ AGRESSE. Elle nous obsède et harcèle, nous matraque et mitraille, nous viole et vampirise, et nous retient dans un embouteillage mental

10 LA PUBLICITÉ TROMPE. Elle n'informe pas, mais séduit. Fausse communication, elle est un piège, un miel empoisonné, la boulette de viande où l'on cache le comprimé pour le chien malade. Dictature des apparences, elle crée des frustrations. Elle pervertit l'art en débauchant les artistes au profit du seul art à sa portée : l'art de tromper.

LA PUBLICITÉ MANIPULE. Par becquées anesthésiantes, elle nous ensorcelle jusqu'à l'hypnose et nous injecte sa propagande occulte après que notre esprit critique a été broyé par la moulinette subliminale.

15 LA PUBLICITÉ ALIÈNE ET CONDITIONNE. Cette drogue crétinisante uniformise et dépersonnalise. Elle opère aussi, sans qu'il soit besoin de séjourner parmi la secte, un lavage de cerveau à domicile. Ce chancre chatoyant nous donne le cancer de l'imagination, que nous devons alors remplacer par une prothèse préfabriquée en forme de poubelle.

20 LA PUBLICITÉ BRAILLE. Au mépris de notre droit le plus élémentaire au silence, elle ajoute ses décibels au sacro-saint vacarme de la civilisation industrielle.

LA PUBLICITÉ PERVERTIT LE LANGAGE. Outre les slogans d'une débilité débilitante, ce nouvel obscurantisme défigure la syntaxe et saccage le vocabulaire.

25 LA PUBLICITÉ REND LES ENFANTS OBÈSES. Car ils grignotent des heures durant, devant la télévision, les produits sucrés ou gras que celle-ci leur présente.

30 ENFIN LA PUBLICITÉ TUE. Elle tue ceux qui boivent à cause d'elle, ceux qui fonce à cause d'elle, ceux qui fument à cause d'elle, et aussi ceux qui ne fument pas.

Tout cela, la publicité le fait au nom de la raison d'Argent.

Savez-vous que, dans certains pays, les autorités se feraient rembourser par les familles les frais d'exécution de leur fils ou de leur fille ?

35 Savez-vous par qui les annonceurs se font rembourser la pollution, l'agression, la tromperie, la manipulation, l'aliénation, le conditionnement, la braillerie, la perversion du langage, l'obésité des enfants, le meurtre enfin ?

Par NOUS, par chaque Français, qui, chaque année, leur verse plus de 1000 F !

.../...

40 Éliminons deux arguments spécieux. L'économique d'abord. S'il est vrai que la publicité fait travailler, pourquoi les publicitaires, ces mouches du coche prétendent vaches sacrées, ne se reconvertiraient-ils pas ? D'autre part, n'oublions pas que, si la publicité relance la consommation, elle favorise le gaspillage et l'épuisement des ressources de la planète.

45 L'esthétique ensuite. S'il est vrai que des murs gris et des autobus vert uni seraient bien tristes, faut-il que ces murs soient gris et ces bus vert uni ? L'homme se divertit avec n'importe quoi, même avec la publicité ; il n'empêche qu'elle prend la place de l'art véritable, celui qui élève au lieu d'asservir.

50 TRÈVE DE BAVARDAGE ! À dissserter plus longtemps, nous risquerions de contenter les suppôts de l'ordre publicitaire, qui se sont déjà trop réjouis de notre somnolence. Qu'ils tremblent désormais, car l'heure de la contre-attaque a sonné !

55 QUE FAIRE ? D'abord nous connaître et nous organiser, dans toute la France, avec l'adresse ci-dessous comme base de correspondance. Il ne s'agit pas, au départ, de créer une association, mais plutôt un mouvement informel de plus en plus large, dont la seule structure sera précisément le contact épistolaire régulier.

60 Courant février 1990, un bilan de ce premier envoi sera établi et communiqué à ceux-là seuls qui auront d'ici là envoyé une enveloppe timbrée et libellée à leur adresse ainsi que le remboursement des frais de photocopie (un timbre à I F fera l'affaire !). La stricte observation de cette règle sera le seul signe de votre engagement réel. L'auteur de ces lignes n'a qu'un peu de temps à donner, pas plus.

65 D'autre part, photocopiez ce texte (recto verso de préférence) et diffusez-le. Même cinq exemplaires peuvent être salutaires.

Enfin veuillez répondre aux questions suivantes par oui ou par non.

70 1) Pourrez-vous éventuellement vous charger d'être le relais téléphonique de cinq membres de votre département, au cas où un message aurait à circuler rapidement ? 2) Pourrez-vous, au cas où une réunion s'organiserait dans votre région, héberger quelques membres ? Si oui, combien et dans quelles conditions (lit ? sol ?) ? 3) Si une réunion se tenait dans votre région, vous y rendriez-vous ? De préférence à quel moment de la semaine (jour ? heure ?) ? 4) Disposez-vous d'un répondeur téléphonique ?

75 QUELQUES PRÉCISIONS

-- L'auteur de ces lignes n'étant affilié à aucun groupement idéologique ou religieux que ce soit, il n'est guidé, dans sa lutte, par aucune arrière-pensée, mais par l'unique et intime conviction suivante : il y a, à la base même de la technique publicitaire, une négation de la liberté.

80 -- L'exorcisme de soi-même et des autres auquel nous nous apprêtons, ainsi que la résistance à l'occupant, sont des tâches de longue haleine, de très longue haleine... Au travers d'une pseudo-culture, ce sont des mentalités et une civilisation que nous visons.

85 -- Notre objectif n'est pas tant, du moins il faudra en discuter, une illusoire suppression de la publicité que la constitution d'une discipline propre à nous préserver cette liberté menacée par le fléau. La sape, plutôt que le bélier !

(Si ce texte vous est parvenu bien après sa date de composition, sachez qu'il est toujours valable.)

Yvan Gradis
56 bis rue Escudier
92100 - Boulogne, France
Tél. : (1) 46 03 59 92

Bonne croisade !