

Contribution à l'enquête publique sur le règlement local de publicité à Saint-Denis

On peut résumer le travail d'Edward Bernays, neveu de Freud, sur la publicité, par cette citation: « notre démocratie ayant pour vocation de tracer la voie, elle doit être pilotée par la minorité intelligente qui sait enrégimenter les masses pour mieux les guider ». Voilà une phrase qui est sans détours sur la foi démocratique du père de la publicité.

En effet, considéré comme le père de la propagande politique et d'entreprise, ainsi que de l'industrie des relations publiques, qui ont fortement contribué à développer le consumérisme américain, Edward Bernays est le père de la publicité. Celle-ci, épaulée du crédit à la consommation, a contribué à mettre en place la période des « Trentes Glorieuses », devrais-je les appeler « Trente Piteuses », qui a largement contribué au réchauffement climatique actuel.



Une autorité politique municipale sensée devait être sensible à ces phrases, surtout si elle a signé le Pacte pour la Transition, et s'engager ainsi à réduire la place de la publicité dans l'espace public sur la commune de Saint-Denis. Car de fait, on peut considérer avec juste raison que la publicité:

- est principalement le fait de grands groupes industriels ou commerciaux faisant la promotion de voitures, téléphonie mobile, et de réductions inconvenantes sur de la malbouffe, tous pans de la consommation à l'origine du même réchauffement climatique.
- pousse à la consommation les plus pauvres des Réunionnais, créant ainsi un surendettement et une détresse sociale majeure
- incite à l'envie, la jalousie, et suscite de la frustration, participant à une dégradation du climat social
- enfin ne génère que très peu de recettes pour la commune de Saint-Denis: 0,18% du budget, soit la somme ridicule de 0,4 million d'euros à l'année.

La Révision du Plan Local de la Publicité à Saint-Denis vient donc à point nommé pour engager l'équipe nouvellement élue, d'une part à respecter ses engagements du Pacte de la Transition, d'autre part, pour aller plus loin, à montrer la préface de ce que pourrait être une société sans croissance, sans publicité dans l'espace public.

Madame la Maire, faites donc preuve d'un peu d'audace, en abolissant toute forme de publicité dans l'espace public communal, pour des raisons esthétiques (ces affiches 4 x 3 m sont particulièrement criardes), mais surtout pour des raisons de bonne gestion politique, à l'heure où la réduction de notre facture énergétique, et donc de nos émissions de CO2 dans l'atmosphère, doit être le souci premier de tout dirigeant.

Bruno Bourgeon, porte-parole d'AID, www.aid97400.re