

# Le Père Noël : un fils de pub ?

Rien de mieux qu'une fête de partage et de fraternité.  
Rien de pire que sa récupération mercantile.



Profitons de Noël pour faire ce que les grandes marques ne veulent pas que nous fassions : réfléchir aux vrais coûts de nos achats.

Incendies meurtriers dans les usines textiles du Bangladesh, exploitation des enfants dans les mines d'or, animaux torturés... La liste est longue des horreurs dans lesquelles les grandes marques sont impliquées. Un vrai cadeau de Noël c'est aussi un cadeau à l'Humanité et à la planète.

L'économiste Christian Jacquiau a démontré que quand une grande surface crée un emploi, elle en détruit cinq. En

France, seules 615 entreprises effectuent 80% des dépenses publicitaires. Le système rend toujours plus invisibles les petites et moyennes entreprises. A Noël, sauver l'emploi c'est consommer ailleurs que chez les grandes marques désignées par la pub.

La pub nous promet le bonheur par la consommation. Sociologues et psychologues montrent que la pub engendre frustration et dépression.

A travers les images et les messages qu'elle impose, la pub parasite notre imaginaire, conditionne nos désirs, dicte nos modes de vie et dénigre nos apparences.

Enfin qui paie la pub ? Nous ! Son budget annuel en France de 30 milliards représente, répercuté sur le prix de vente et sur 65 millions de consommateurs, 450 € par consommateur et par an.

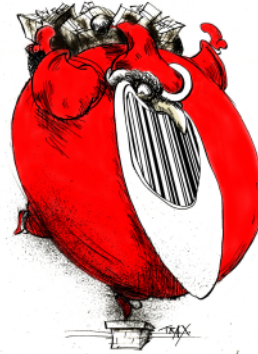
Sortons des sentiers pollués par la pub !

Que le Père Noël ne soit pas un fils de pub', ça dépend de nous.

[www.antipub.org](http://www.antipub.org)

# Le Père Noël : un fils de pub ?

Rien de mieux qu'une fête de partage et de fraternité.  
Rien de pire que sa récupération mercantile.



Profitons de Noël pour faire ce que les grandes marques ne veulent pas que nous fassions : réfléchir aux vrais coûts de nos achats.

Incendies meurtriers dans les usines textiles du Bangladesh, exploitation des enfants dans les mines d'or, animaux torturés... La liste est longue des horreurs dans lesquelles les grandes marques sont impliquées. Un vrai cadeau de Noël c'est aussi un cadeau à l'Humanité et à la planète.

L'économiste Christian Jacquiau a démontré que quand une grande surface crée un emploi, elle en détruit cinq. En

France, seules 615 entreprises effectuent 80% des dépenses publicitaires. Le système rend toujours plus invisibles les petites et moyennes entreprises. A Noël, sauver l'emploi c'est consommer ailleurs que chez les grandes marques désignées par la pub.

La pub nous promet le bonheur par la consommation. Sociologues et psychologues montrent que la pub' engendre frustration et dépression.

A travers les images et les messages qu'elle impose, la pub parasite notre imaginaire, conditionne nos désirs, dicte nos modes de vie et dénigre nos apparences.

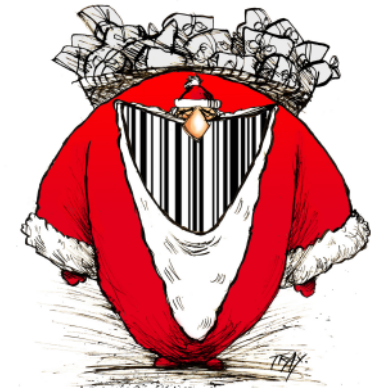
Enfin qui paie la pub ? Nous ! Son budget annuel en France de 30 milliards représente, répercuté sur le prix de vente et sur 65 millions de consommateurs, 450 € par consommateur et par an.

Sortons des sentiers pollués par la pub !

Que le Père Noël ne soit pas un fils de pub', ça dépend de nous.

**R.A.P.**  
RESISTANCE  
A L'AGRESSION PUBLICITAIRE

[www.antipub.org](http://www.antipub.org)



# Santa Claus: a son of a billboard?

There is nothing better than a holiday celebrating fraternity and the act of sharing.  
There is nothing worse than that holiday being used for commercial gain.



Let us enjoy the Christmas holiday by doing what famous brands do not want us to do: think about the real cost of our purchases.

Deadly fires in Bangladeshi textile factories, child labour in gold mines, tortured animals... The list of horrors committed by famous brands is quite long. A real Christmas present should also be a present for Humanity and our environment.

The economist Christian Jacquiau showed that when a shopping center creates a job, it destroys five others. In France, only 615 companies account for 80% of advertising expenditures. This system makes medium and small

businesses ever more invisible. During the Christmas holiday, saving employment means not buying from the famous brands which are advertised everywhere.

Advertisements promise us happiness through shopping. Sociologists and psychologists have proven that they bring us frustration and depression.

Through the images and messages that they force upon us, advertisements parasitize our imagination, condition our desires, dictate our way of life and denigrate our appearances.

Finally, who pays for advertisements? Us! The annual budget for advertisements in France is of 30 billion Euros, which, added to selling prices and divided among 65 million people, costs 450 euros per person and per year.

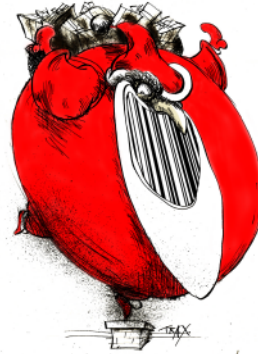


Let us leave the paths that advertisements pollute!

It is up to us to make sure that Santa Claus does not become a son of a billboard.

# Santa Claus: a son of a billboard?

There is nothing better than a holiday celebrating fraternity and the act of sharing.  
There is nothing worse than that holiday being used for commercial gain.



Let us enjoy the Christmas holiday by doing what famous brands do not want us to do: think about the real cost of our purchases.

Deadly fires in Bangladeshi textile factories, child labour in gold mines, tortured animals... The list of horrors committed by famous brands is quite long. A real Christmas present should also be a present for Humanity and our environment.

The economist Christian Jacquiau showed that when a shopping center creates a job, it destroys five others. In France, only 615 companies account for 80% of advertising expenditures. This system makes medium and small

businesses ever more invisible. During the Christmas holiday, saving employment means not buying from the famous brands which are advertised everywhere.

Advertisements promise us happiness through shopping. Sociologists and psychologists have proven that they bring us frustration and depression.

Through the images and messages that they force upon us, advertisements parasitize our imagination, condition our desires, dictate our way of life and denigrate our appearances.

Finally, who pays for advertisements? Us! The annual budget for advertisements in France is of 30 billion Euros, which, added to selling prices and divided among 65 million people, costs 450 euros per person and per year.



Let us leave the paths that advertisements pollute!

It is up to us to make sure that Santa Claus does not become a son of a billboard.