

CLEP/Guy Ludig : «C'est une tempête dans un verre d'eau»

2011-04-21 09:28:00



Les bus devraient continuer à afficher la campagne d'AHA jusqu'à juillet... Mais la grogne monte (Photo: archives Iq/Martine May)

La campagne «Pas religieux? Affirmez-le» de l'Alliance des humanistes, athées et agnostiques (AHA) continue à faire parler d'elle. Guy Ludig, de la CLEP, estime la polémique exagérée.

Entretien avec notre journaliste Romain Van Dyck

Quelle est la mission de la CLEP?

Guy Ludig : Nous examinons les

plaintes des associations et des consommateurs liées à l'éthique des publicités. La CLEP peut aussi se saisir elle-même, si elle croit qu'une campagne publicitaire ne correspond pas aux grandes lignes éthiques qu'elle a définies... Ce que nous n'avons encore jamais fait.

Et les plaintes des entreprises?

On exclut les plaintes d'entreprises, de concurrence déloyale, etc. Par contre, on offre nos services à des agences publicitaires, pour leurs donner des avis sur une campagne. Il vaut mieux qu'elles soient conseillées dès le départ car, après, ça peut leur coûter cher! Mais en général, là-dessus, les agences luxembourgeoises sont très prudentes.

Quelle est la position de la CLEP sur la campagne d'AHA?

Je ne donnerai que mon avis personnel car, contrairement à ce que j'ai pu lire, la CLEP ne s'est pas encore exprimée sur ce sujet. Mon opinion, c'est que je ne crois pas que la CLEP se serait saisie de la campagne d'AHA, car je ne vois pas en quoi elle pourrait déranger le grand public.

C'est-à-dire?

Aucun groupe n'est attaqué, ni au niveau de sa religion ou autre. Elle concerne seulement les non-religieux, pour leur dire : "Si vous n'êtes pas religieux, dites-le". C'est tout!

Mais ce couple en train de croquer une pomme, une référence biblique explicite, n'est-ce pas une provocation?

Il est bien clair que la campagne concerne en premier lieu l'Église catholique. Mais elle n'entrave la liberté de personne. Même si certains menacent de ne plus prendre ces bus, je ne crois pas que cela fasse un grand tollé dans la population luxembourgeoise. C'est plutôt une tempête dans un

verre d'eau entre, d'un côté, le groupement des athées et, de l'autre, des croyants peut-être un peu extrêmes... Aujourd'hui, si des athées veulent encourager d'autres athées à s'assumer, c'est qu'il y a une raison. La société devient moins croyante. La majorité des Luxembourgeois se disent catholiques, mais il y a peut-être encore 20% qui sont pratiquants.

La religion fait-elle recette, dans votre milieu?

J'ai travaillé pendant 15 ans dans la publicité et la religion est un sujet plutôt rare. De temps en temps, on voit des campagnes pour des conférences qui voilent des manifestations religieuses, pour ne pas dire parfois des sectes, mais qui, jusqu'ici, n'ont dérangé personne. Car on est dans un pays où la liberté d'expression existe bien. Mais ce n'est pas le premier débat qui fait intervenir la religion. Il y a deux ans, il y a eu déjà de grands débats à propos de la loi pour le libre choix de son décès, bref, l'euthanasie...

Quels sont les sujets sensibles?

En général, au Luxembourg, le sujet le plus sensible c'est le sexe, le sexisme. Nous avons reçu, par exemple, une plainte concernant une campagne des produits laitiers. Elle montrait une vache qui aidait une femme à étendre son linge, en disant que le lait vous donne la forme... Certains trouvaient ça sexiste, comme la vache est féminine... La plainte n'a pas abouti.

Avez-vous eu d'autres plaintes?

Oui. En particulier concernant une campagne d'un constructeur automobile. Sur la publicité, une femme utilisait un rétroviseur à double foyer pour se garer. On voyait alors un homme qui disait à un autre : "Écoute, j'ai vu une femme aujourd'hui, elle s'est garée comme un chef", et l'autre homme répliquait : "Mais ce n'était pas un travesti?" Et l'autre, "Non, c'est la nouvelle voiture avec le nouveau système bla bla bla", etc. Bon, là, le constructeur a finalement retiré sa campagne (rires)!

Des menaces de boycott

La semaine dernière, l'Aha a lancé sa campagne de sensibilisation «Net reliés? Stéi dozou!» Cinq bus de ligne affichent le slogan, et circuleront pendant au moins trois mois, jusqu'à la fin juillet sur les routes du Grand-Duché.

Laurent Schley, président de l'association qui compte près de 400 membres, justifie cette campagne en estimant que les humanistes, athées, agnostiques n'ont rien à envier à l'Église catholique, et doivent pouvoir affirmer librement et ouvertement leurs convictions, en particulier celle d'être non croyants. Selon les informations du Tageblatt publiées hier, cette campagne a

néanmoins suscité des réactions. Certaines associations paroissiales sont montées au créneau, des usagers menacent de boycotter le réseau si la campagne n'est pas retirée, et des entreprises de bus se sont dites prêtes à retirer ces affiches.

Déi Gréng, déi Lénk, le LSAP et le DP ont par ailleurs posé une question parlementaire au ministre du Développement durable et des Infrastructures afin de connaître sa position sur le sujet.