

## **« Mais... on n'oblige personne à y aller, chacun est libre ! »**

Ah... cette fameuse phrase ! On l'aura entendu un paquet de fois ! De la part du maire de Mende en premier lieu qui en profitait pour nous traiter d'« extrémistes », d'« intolérants » et affirmer que notre conduite menait au « génocide » (sic !).

Certes, chacun a le droit de décider ou non d'aller s'intoxiquer au fast-food, d'y amener ces gosses et de filer ses économies à la multinationale...

Cependant, le comportement de certains peut nuire aux autres et c'est ce que nous rétorquons en premier lieu. L'implantation d'un McDo en Lozère est une nuisance évidente et ce pas seulement pour ceux qui se déplacent pour aller ingurgiter la malbouffe... Vous trouverez suffisamment d'illustrations de ces propos dans les autres articles de la rubrique\* (nuisances à l'environnement, nuisances à l'économie locale, nuisances à la santé publique, nuisances au monde paysan...) pour que je ne m'étale pas trop sur la question. De plus, nous ne sommes pas, au contraire des libéraux qui s'expriment comme le maire de Mende, des individualistes. Nous nous soucions de ce que nos congénères de l'espèce humaine font et d'autant plus quand cela a un impact sur la planète et les générations futures. Voilà pourquoi nous considérons qu'il est notre devoir d'alerter l'opinion. L'opposition à l'implantation d'un McDo en Lozère est à la fois un moyen pour le faire et une action évidente pour que ces comportements naïfs mais au combien néfastes cessent.

Par ailleurs, McDo est spécialiste du marketing, la multinationale emploie d'énormes moyens pour attirer la clientèle : leur budget publicitaire est leur plus grosse dépense et dépasse de loin celui de nombreuses multinationales. McDo va chercher les enfants où ils sont : devant la télé pendant les pages de pub entre deux dessins animés ; à l'école, en ignorant pour ce faire la loi... McDo offre aux gosses des jouets à collectionner (les parents seront bien entendu tenu d'emmener leurs enfants au fast-food pour compléter la collection) - ces jouets sont d'ailleurs fabriqués par d'autres enfants moins chanceux...-, des cahiers de coloriage à l'effigie du clown, des goûters d'anniversaire souvent mémorables surtout quand les enfants sont issus de milieux populaires... Alors quand on connaît d'une part la facilité pour les marques de séduire les enfants et d'autre part l'influence des enfants sur les dépenses de leurs parents... Dans la plupart des McDo, les parents peuvent également permettre à leurs enfants de s'amuser dans des jeux qui sont souvent les seuls du quartier. Avec un budget publicitaire énorme et des spécialistes qui y travaillent, McDo se forge une image qui séduit les enfants mais aussi les ados, les adultes... Il serait mensonger de dire que le marketing de la multinationale n'influe pas sur les esprits, quels qu'ils soient. La pub de McDo est une véritable propagande qui a forcément un impact sur la capacité de décision des personnes qui se déplacent jusque dans un McDo et qui nuisent ainsi à leur santé mais aussi aux conditions de travail, à l'économie locale, à l'environnement, aux générations futures...

L'argument le plus important c'est celui de l'addiction créé par la malbouffe, aussi appelée « junk food ». Le sucre, le gras, rendent dépendants : tous les spécialistes le disent et McDo le sait et ne fait rien, bien au contraire, pour lutter contre. La malbouffe procure une sensation de manque qui en plus d'être psychique est aussi physique.

Alors « libres d'y aller ou de ne pas y aller »... pas si sûr ! En tout cas cela dépend de la conception de la liberté que l'on se fait... Pour McDo et les politiques lozériens, la liberté se résume sans doute au libre échange, à la libre concurrence...