

SOUS LES JUPONS DE LA COMMUNICATION

Dans moins de 18 mois, se dérouleront les élections municipales. Le maire de Talmont-Saint Hilaire, conscient de la baisse de sa popularité, a décidé de partir à la pêche aux voix « coûte que coûte ». Il faut dire que la ville bruisse (à Talmont, on ne fait que susurrer les critiques, c'est ainsi) d'un mécontentement certain : le maire n'a pas convaincu avec « son » bâtiment communautaire (bloc de béton massif, encombrant et inesthétique, déjà dégradé, face au château en plein centre ville) ni avec son prétentieux projet de port qui anéantit le côté charmant et populaire du lieu au profit d'un restaurant panoramique avec toit terrasse (?) et de prétendus nouveaux commerces (lesquels?), les anciens ayant été virés. Je peux ajouter à la liste les réunions de quartier où le maire s'écoute parler et répond à côté des quelques questions qui lui sont posées (comme en conseil municipal), la grogne à l'encontre de la dispendieuse et inégalitaire redevance incitative, l'augmentation des impôts alors que la ville bénéficie d'un budget plutôt confortable que nombre de maires souhaiteraient pour leur commune ...

Alors, il se méfie le maire de Talmont et il passe à l'attaque avec force conseils de ses nombreux communicants !

PREMIER ACTE : inonder **quotidiennement** la presse écrite, les télévisions, les réseaux sociaux ... au moindre petit évènement municipal ou communautaire avec photos et paroles du maire sur le devant de la scène. Et toujours ce même discours : « C'est super, je suis le meilleur » puis on fait disparaître tous les commentaires un tant soit peu critiques qui apparaissent. *Il faut éviter la contagion et de toute façon, le roitelet ne veut rien écouter du peuple.*

DEUXIÈME ACTE : passer à la chasse aux voix de façon méthodique et ciblée.

1) Faire de l'entrisme dans les écoles auprès des élèves de CM avec le passeport du civisme qui favorise à outrance la consommation (tampons, médailles, bande dessinée ...) et illusions. 8 à 10 actions sur une seule année ne suffiront **JAMAIS** à une véritable éducation civique (heureusement les programmes de l'École française, les enseignants et les parents y pourvoient) : ni la bénédiction publique (illégale) du drapeau tricolore dans les rues, ni l'implantation d'un mât pour hisser les couleurs dans les cours d'écoles (les élèves ne sont pas de petits militaires), ni encore la visite du parcours du Puy du Fou (aussi organisé et artistique soit-il), ne constituent une initiation à l'histoire de France ou une éducation réelle au civisme. En agissant ainsi, le maire flatte les parents et fait des élèves de vrais petits consommateurs. Non, le civisme ne devrait pas être l'objet de récompenses et ce n'est pas un jeu. S'intéresser aux personnes âgées, sauvegarder l'environnement, participer à une action citoyenne etc ... devraient être des gestes gratuits et désintéressés. Quel coût ces actions ultra médiatisées ? *Pas de communication sur le sujet !*

2) Inviter les jeunes de 16 à 25 ans (en âge de voter en 2026) à une discussion avec pour seul interlocuteur le maire « en majesté » pendant une heure, discussion suivie d'un repas au foodtruck. **Énorme « bide »**, 8 jeunes seulement ont répondu présents en dépit d'une publicité délirante. Quelle évaluation et quel coût pour cette action qui s'est déroulée en juin dernier ? *Pas de communication sur le sujet !*

3) Inviter les ados (11 à 17 ans) et leurs parents au « blabla ados » avec atelier cuisine, escape game, soirée bowling et tapas ... pour parler de questions qui mériteraient plus de sérieux notamment en ce qui concerne les addictions. Quel coût ces actions ? *Pas de communication sur le sujet !*

4) Inviter des couples au « blabla couple » pour « entretenir la flamme », « bâtir son couple sur des fondations solides », « explorer les cinq langages de l'amour » au cours d'« une soirée romantique » et « communiquer pour mieux s'aimer » en réalisant « le blason de votre couple » ... Je note que « couple » est écrit au singulier. Les mots et les images qui décrivent et illustrent cette action ne sont pas innocents : ils traduisent un état d'esprit voire une idéologie. Et quel coût ces actions ? *Pas de communication sur le sujet !*

Sans que ce projet de blabla trucs ait été discuté en commission Famille/Enfance/Jeunesse ou en conseil municipal, sans que les besoins aient été identifiés, sans que les objectifs aient été fixés, sans que l'évaluation soit prévue, sans que le coût ait été évalué, sans qu'un partenariat soit recherché par exemple avec le centre socioculturel qui initie également des actions similaires, moins coûteuses, plus

élaborées et plus solidaires, la délibération a été votée, comme un seul homme, par TOUS les membres de la majorité sans qu'aucune explication n'ait été demandée excepté par les élus d'opposition (avec fin de non recevoir comme d'habitude).

Une participation de 25 € est demandée pour un parcours (largement en dessous du coût réel, à n'en pas douter). À ce prix, quelles familles vont pouvoir se le permettre ? Pas les plus en difficulté qui peinent à finir leur fin de mois ! *Quels sont donc alors les « happy few » (rares privilégiés) qui vont profiter de cette générosité du maire avec les sous des contribuables ? Quels critères seront à l'œuvre pour le choix des familles qui auront candidaté ?*

5) En ce qui concerne les aînés, leurs votes sont acquis en grande majorité. Alors quel intérêt, **par exemple**, de se pencher sur des améliorations de leurs déplacements dans la ville avec une navette gratuite toute l'année (pas seulement l'été) pour qu'ils profitent du marché ou des commerces en centre ville ou encore du cinéma ? Ils se contenteront, comme d'habitude, de trois crotttes en chocolat et d'un très frugal (minable) goûter pour la nouvelle année mais ... avec présence du maire quand même ! *Nos aînés méritent mieux.*

Bref, on pourrait égrainer encore d'autres projets communautaires et communaux qui ne sont que **prestige et communication**. Ces projets se déroulent dans le seul but de flatter l'égo surdimensionné du maire, **sans élaboration d'instruments de pilotage dans une totale opacité démocratique et financière**.

Mais il a raison sur un point, le maire : au bout de dix ans de mandat, sa côte de popularité s'effrite. Panem et circenses (du pain et des jeux) comme on disait dans la Rome antique ou au moyen-âge. Ça c'était avant, ces temps sont révolus, heureusement, *les citoyens se tiennent informés et réfléchissent*.

En conclusion, le maire est discrètement parti à la pêche aux voix en utilisant l'argent public pour des **actions « racoleuses »**. **Petit rappel** : payer sa campagne électorale avec l'argent du contribuable est un délit ! Mais nous ne sommes pas encore officiellement en campagne électorale ... alors ... il en profite.

Claudine ORDONNEAU