

Archicool (06/05/10)

La publicité du BTP sert t'elle d'impôt révolutionnaire ?

Une anecdote amusante est révélée dans l'édition de ce mercredi 5 mai 2010 du Canard Enchaîné. elle concerne l'enthousiasme spontanée des sociétés du BTP à acheter des encarts publicitaires dans le journal électoral de Anne Hidalgo, adjointe au maire de Paris, et dauphine officielle, en charge de l'urbanisme et de l'architecture à la ville de Paris.

Le Canard a fait sa petite comptabilité et remarque que sur les 32 page de ce journal dont il affirme sympathiquement, sans doute pas jalousie, "feuille que presque personne ne lit," les 10 pages de publicité sont accaparées par les promoteurs et bétonneurs.

Curieusement, ces mêmes bétonneurs et promoteurs n'annoncent jamais dans les revues spécialisées d'architecture, qui, certes doivent compter moins d'électeurs de Anne Hidalgo, mais un bien plus grand nombre de prescripteurs du BTP.

C'est curieux comme le hasard fait bien les choses non ?

Pour l'heure c'est l'association Accomplir qui se délecte de ce fait divers et donne à lire, sur son site, l'article du Canard Enchaîné.

<http://www.accomplir.asso.fr/association/presse/20100505/canard-05-05-10.pdf>