

**Les Cahiers  
de devoirs  
de Christophe P.**

# **Le Dindon enchaîné**



Journal satirique de la vie publique locale

Numéro hors série - Chapitre 33

<http://www.ledindonenchainé.fr>

8 mars 2013

Vendredi 8 mars 2013

## Chapitre 33 : Un crime de lèse-majesté au Roi du Jura enfin réparé

J'ai longuement évoqué dans le chapitre 10 de mes Cahiers comment Marc-Henri DUVERNET avait eu, voici quelques mois, les honneurs du magazine l'Expansion. En septembre 2011 le journal économique avait en effet eu la bonne idée de dresser le palmarès des « 15 politiques les plus en vue de Franche-Comté ». Le puiné de l'assemblée départementale était alors présenté comme l'un des quatre jurassiens « de carrure nationale ! »

Outre le candidat socialiste autoproclamé au scrutin municipal de Lons en 2014, Sylvie VERMEILLET, ma tendre amie de droite figurait elle aussi au palmarès de l'Expansion tout comme le conseiller général de Chemin Jean-Michel DAUBIGNEY. Sacrilège suprême, mon ancien meilleur ennemi au sein du PS, Patrick VIVERGE, figurait également parmi les nominés. Quant au plus illustre des élus Jurassiens, il avait injustement été oublié par la presse parisienne !

Comme dit le proverbe, la vengeance est un plat qui se mange froid. Depuis quelques semaines, ce crime de lèse-majesté au Roi du Jura est enfin réparé. J'annonçais en effet le 14 décembre 2012 sur ma page Facebook que mon département avait les honneurs du journal Libération. Ce jour là, Libé consacrait pas moins de trois pages à mon royaume. Mais surtout, le grand quotidien national réservait une demi-page à son prestigieux président.

Certes, comme le précise ce document, il ne s'agissait en rien d'un article de presse mais d'un supplément commercial réalisé par une société de communication, Com'on Presse.

Le journal soulignait d'ailleurs que « la rédaction de *Libération* n'a pas participé à la rédaction de ce supplément ! »

Contrairement à Marco, qui n'a pas eu besoin de bourse déliée pour avoir les honneurs de la presse nationale, j'ai pour ma part dû puiser dans les fonds de mon conseil général afin que la presse parisienne s'intéresse à moi et me consacre une interview dithyrambique.

Cette « publi information » a donc été intégralement payée par les contribuables jurassiens. Certes, les tarifs pour ce genre de prestation sont particulièrement élevés, mais comme je le répète à l'envi, c'est une dépense utile pour le Jura. Elle était en outre indispensable pour redorer le blason du Roi du Jura et flatter son égo démesuré. Pour s'offrir une page dans ce supplément de *Libération* il faut habituellement déboursier 53 500 € hors taxe, 27 400 € pour une demi-page, 15 800 € pour un quart de page et environ 9 100 € pour un huitième. En admettant que le conseil général ait obtenu une ristourne pour l'achat de cette espace publicitaire, comme cela est généralement le cas, les sociétés affichent d'emblée des tarifs prohibitifs et laissent ensuite croire à leurs clients qu'ils font une excellente affaire en accordant une ristourne de 10, 20, 30 % voir davantage. Au final, mon conseil général a sans doute claqué entre 80 000 et 100 000 € pour cette campagne de pub et d'autocongratulation !



Et dire que je reprochais à mon prédécesseur d'avoir dépensé 45 000 € pour la diffusion d'un compte rendu de mandat à l'ensemble des foyers Jurassiens présentant l'action du conseil général entre 2008 et 2011. Me voilà à mon tour coupable du même travers. Vanitas vanitatum omnia Vanitas !



A l'époque, je faisais cette remarque à Jean RAQUIN : « A un moment où on demande aux associations – et on est tous autour de cette table sollicités par des associations pour 300 € de ce côté, 150 € de celui-là, 500 € par là et à qui on dit : Ecoutez, on ne

*peut pas. Vous savez, ce n'est pas facile. On est serré de partout et le Président s'offre un bilan à 45 000 €. Combien de manifestations dans les week-ends jurassiens aurions-nous pu soutenir avec ces 45 000 € ? »*

*Plus récemment, le Magazine Mag2Lyon, consacrait à son tour pas moins de 26 pages au Jura dont deux pleines pages à son prestigieux président. A cette occasion, le site web du journal affichait même en arrière plan les couleurs du Jura ou plutôt celles de son illustre monarque. Encore une campagne de promotion qui aura coûté un max aux Jurassiens mais comme je le rappelais le 24 février 2012 : « La communication aujourd'hui n'est pas un gros mot. Au XXI<sup>e</sup> siècle, ne pas faire de communication c'est une faute, c'est une erreur ! »*

*En ces temps de crise et de précarité il serait totalement indécent de donner le montant de la facture de cette nouvelle pub. Je peux toutefois assurer mes sujets que pour cette opération « chaque euro dépensé est utile aux jurassiens » et plus encore au plus illustre d'entre eux !*