

Le Soir 25 septembre 2007

L'Eglise catholique ne sermonne pas tous les publicitaires

**A ceux qui font preuve de douceur,
Dieu donne la terre de demain.**

Jésus de Nazareth



50.000 EUROS : c'est le montant de l'investissement publicitaire que consent la Fondation Saint-Paul (FSP), pour diffuser le message de Jésus de Nazareth sur 93 panneaux de 20 m², dans les rues

de Bruxelles et de Wallonie. A l'heure même où l'épiscopat sermonne Plug TV pour une pub mettant en scène un Christ baba cool (« Le Soir » de vendre-di), FSP, qui tire ses moyens de la sicav

Evangelion et se donne pour mission « d'annoncer l'Evangile à ceux qui s'en sont éloignés », n'en est pas à son coup d'essai : elle avait déjà mené une campagne similaire en 2004. (R. G.) PH.D.R.