

(Free and download) Sois belle et nettoie !: Quand la publiciteacute; nous prend pour des connes (French Edition)

Sois belle et nettoie !: Quand la publiciteacute; nous prend pour des connes (French Edition)

Ouri Wesoly

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

#3156591 in eBooks 2015-03-02 2015-03-02 File Name: B00U65PU7C | File size: 36.Mb

Ouri Wesoly : Sois belle et nettoie !: Quand la publiciteacute; nous prend pour des connes (French Edition)

before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Sois belle et nettoie !:
Quand la publiciteacute; nous prend pour des connes (French Edition):

Petit traiteacute; pour ne pas se faire avoir par la socieacute;teacute; de consommation Spots
teacute;leacute;viseacute;s, affiches surdimensionneacute;es placardeacute;es agrave; tous les coins de rue, bons de
reacute;duction agrave; foisonhellip; Nous sommes bombardeacute;s drsquo;annonces publicitaires. Non, Madame la
meacute;nagegrave;re de moins de 20, 30, 40 ou 50 ans, on ne vous prendra plus pour une idiote !Ce petit guide de
survie en territoire publicitaire va vous armer, avec humour et deacute;rision, contre les cruelles manipulations de
notre tregrave;s cher (et cher) systgrave;me eacute;conomique.A PROPOS DE L'AUTEUR : Ouri Wesoly est
eacute;crivain et journaliste. Ses principaux thegrave;mes de preacute;dilection sont la litteacute;rature et le Moyen-
Orient.EXTRAIT : Lrsquo;ouvrage que vous tenez entre les mains nrsquo;est pas du tout ce que vous croyez. Le titre a
eacute;teacute; conccedil;u pour que vous pensiez qursquo;il srsquo;agit drsquo;un pamphlet dirigeacute; contre les
consommatrices. Et, certes, pour devenir une bonne meacute;nagegrave;re de moins de 50 ans, ecirc;tre idiote
nrsquo;est pas indispensable mais cela aide beaucoup. Cependant, tel nrsquo;est pas le sujet. En fait, la cible des
fielleuses attaques dont ce livre deacute;borde ce sont les Publicitaires qui se permettent un reacute;el meacute;pris
envers leurs clientes. Sauf que cela aussi est faux. Bien sucirc;r, les Pubeux ndash; aussi appeleacute;s ici laquo;
Pubards raquo;, laquo; Fils de pub raquo;, laquo; Annonceurs raquo;, laquo; Publicistes raquo; et autres synonymes
accoleacute;s agrave; cette engeance ndash; sont les auteurs des innombrables spots deacute;biles qui interrompent vos
programmes preacute;feacute;reacute;s. Mais, srsquo;ils sont responsables, ils ne sont pas forceacute;ment coupables.
Les vrais deacute;cerveleurs, ce sont les Fabricants, ceux qui veulent agrave; toute force vous vendre des produits mal
fichus, inutiles, voire dangereux.Les fils de pub sont souvent (mais pas toujours, hein !) des gens intelligents,
talentueux et parfois mecirc;me doteacute;s drsquo;un coeur. Leur souci, crsquo;est que parmi les multiples projets
qursquo;ils preacute;sentent agrave; leur client, celui-ci choisit avec constance le plus meacute;diocre et le plus
consternant.