

L'Acroche n°11 - 10 juillet 2006

Stratégiques salles

C'est quand même bizarre, le secrétaire des Verts, lorsqu'il fait porte-parole du Collectif tramway, n'a pu obtenir de salle municipale pour parler des transports en 2002. Et en 2006, les Déboulonneurs (collectif anti-pub, ndlr) obtiennent la salle Pétrarque ! Est-ce parce que le barbouillage n'attente pas à la politique de l'agglomération ? ■

Un membre du Collectif tramway

roches - Brèves

L'Acroche n°11 - 10/07/06

ce jour-là, se seraient mieux sentis si la 607 de madame le maire n'avait pas été garée sur la place dans le secteur piétonnier. Pas simple, l'écologie.

Montpellier plus et la pub

Lu dans *Montpellier plus*, quotidien gratuit donc financé par la publicité, à l'occasion du procès des anti-pubs (28/06) : « D'abord, un politologue, Paul Ariès. Il a démontré le mécanisme machiavélique, selon lui, de la publicité avec ce qu'elle entretient comme illusions vouées au culte de la consommation. Brillant. » Brillant ? Promis, à la rentrée *Montpellier plus* devient payant.

sortie le 5 avril DIAGONAL CINEMA 22 MARS - 18 AVRIL 2006

UN RÊVE TCHÈQUE

CESKY SEN

VIT KLUSAK ET FILIP REMUNDA,
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE, 2004, 1h24.

LE DOCUMENTAIRE SUR

L'HYPERMARCHÉ QUI

N'EXISTAIT PAS !

Prague, 31 mai, 9h50 : 4000 personnes avec chariots et sacs sont regroupées sur une aire de parking excentré. Depuis une scène illuminée, un animateur exhorte la foule à prendre porte-clefs, drapeaux et autres cadeaux, ainsi qu'à chanter en

coeur le « super hymne » de l'hypermarché « Rêve tchèque » : « vois le monde avec des yeux d'enfants, tout semblera plus séduisant... ». Puis le directeur coupe le ruban inaugural, les portes métalliques s'ouvrent et la foule commence à avancer... puis à courir. Les premiers arrivés sont cloués de stupéfaction : l'hypermarché n'est qu'un immense décor de cinéma !!! Les deux réalisateurs ont provoqué de véritables polémiques

dans la population, les médias tchèques et même au Parlement. Avec des spots TV et radio, 400 panneaux d'affichage lumineux, 200 000 prospectus promotionnels, une chanson publicitaire, un site web, et des encarts publicitaires dans toute la presse, voici la supercherie la plus drôle et la plus provocatrice sur les effets du consumérisme rampant dans une société post-communiste. Nous n'en dirons pas plus... à vous de voir !!

débat

animé par
Les Déboulonneurs
et le groupe
Décroissance
JEUDI 13 AVRIL
À 20H, CAPITOLE

Le collectif des Déboulonneurs pratique la désobéissance civile en barbouillant des panneaux publicitaires de 12m² pour faire établir un règlementation contraignant l'affichage publicitaire aux mêmes dimensions que l'affichage d'opinion à savoir : 50 sur 70 cm.