

La conspiration des imbéciles



Par Alain Nicolai

[Illustration : De haut en bas et de gauche à droite quelques participants du complot avec le badge de l'Agenda 2030 de l'ONU :

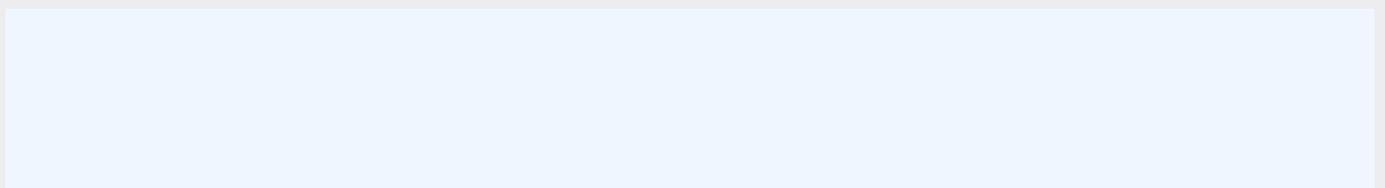
- ▶ Enrico Giovannini, Ministre de l'Infrastructure, Italie.
- ▶ Boris Johnson, Premier ministre du Royaume-Uni.
- ▶ Tédros Addhamon Ghebreyesus, Directeur général de l'OMS.
- ▶ Bill Gates, Fondation Bill et Mélinda Gates.
- ▶ Emmanuel Macron, Président de la République française.

Merci à Maurizio Blondet, <https://www.maurizioblondet.it>]

Le site Lifesite a publié le 1er juillet 2021 un article détaillant une publication tirée du site internet du Forum Économique Mondial (Forum de Davos) un des sites quasiment officiels de la finance et du nouvel ordre mondial qui a sorti l'an dernier son plan machiavélique pour l'avenir de la planète « The Great Reset » calqué en grande partie sur l'agenda 2030 de l'ONU.

Voici le lien de l'article original publié par le FEM qui vous permettra de vous rendre compte que les termes et les propos du FEM ont été parfaitement respectés par le journaliste de LifeSiteNews (<https://www.weforum.org/agenda/2021/06/3-tactics-to-overcome-covid-19-vaccine-hesitancy/>).

Ci-dessous la première partie de l'article uniquement consacré à ce que propose le Forum Économique Mondial pour encourager la population à se faire vacciner.



Article de Michael Haynes publié sur LifeSiteNews le 1er juillet 2021

« Surmonter l'hésitation, la procrastination et le rejet du vaccin COVID-19 » est « le plus grand défi de communication marketing de notre vie », a déclaré récemment un article sur le site Web du Forum économique mondial (WEF).

L'article a été rédigé par trois professionnels du marketing : Rohit Deshpandé, professeur de marketing Sebastian S. Kresge à la Harvard's Business School ; Ofer Mintz de l'Université de technologie de Sydney; et Imram Currim, professeur de marketing à la Paul Merage School of Business, Université de Californie, Irvine.

Les chercheurs veulent utiliser la psychologie pour promouvoir les vaccins, en notant comment les clients prennent des décisions dans un processus de réflexion, de ressenti et d'action. L'ensemble du processus est répliqué lorsqu'un individu doit décider de recevoir une injection de COVID-19, ont déclaré les auteurs.

Le groupe avait mené des recherches sur la façon de lutter contre ce qu'ils ont décrit comme un « problème de demande » pour les injections de COVID, l'offre dépassant la demande. Cela les a amenés à suggérer « de créer et de mettre en œuvre de telles solutions pour informer, persuader et convaincre les segments de clientèle d'agir, et nous pensons que ce type d'approche pourrait également stimuler les efforts de communication sur le vaccin COVID-19 »

Alors que l'accent a été mis sur la promotion de la troisième partie de ce processus – le « faire » ou l'événement de vaccination lui-même – le groupe a déploré le fait que beaucoup de travail était encore nécessaire pour convaincre réellement ceux décrits comme « le vaccinateur procrastinateur, hésitant et populations de rejet.

Afin de convaincre ce segment de la population, « nous devons nous concentrer sur les étapes de « penser » et de « ressentir » de la prise de « décision », ont déclaré les experts en marketing.

À ce titre, Deshpandé, Mintz et Currim ont élaboré trois recommandations « pour éradiquer les hésitations vaccinales ».

Connaissance et désinformation

Les trois auteurs ont appelé à une campagne contre la « désinformation » sur le vaccin, expliquant comment aborder la façon dont les gens pensent du vaccin. Notant que beaucoup de ceux qui hésitaient à propos de l'injection pensaient qu'elle était « précipitée, avec des effets secondaires sous-déclarés », le groupe a suggéré une politique de confrontation directe avec ces personnes.

« Cela peut être résolu par les dirigeants locaux qui contactent et éduquent de manière proactive les sceptiques via des médias tels que les appels téléphoniques, le publipostage, la télévision, les panneaux d'affichage et les canaux numériques. »

Cela seul n'a cependant pas été jugé suffisant : des « approches plus affirmées » ont été demandées dans la lutte contre la soi-disant « désinformation sur les vaccins, en particulier sur les réseaux sociaux ». Pour ce faire, une « formation et un financement » devraient être fournis pour aider les professionnels de la santé ou les groupes à but non lucratif.

La guerre des sentiments

Ceux qui se sont opposés à l'injection ont de forts sentiments contre elle, ont déclaré les trois auteurs, et en tant que tels, « l'utilisation de sources d'informations auxquelles ces personnes ont confiance pourrait améliorer leurs sentiments à propos du vaccin ».

Dans ce contexte, le WEF a énuméré les « prestataires médicaux, les dirigeants politiques et religieux », mais a également souligné l'importance des « communautés ».

Les trois auteurs ont suggéré une forme d'alarmisme émotionnel à utiliser contre les « sceptiques vis-à-vis des vaccins ». « Une autre façon d'améliorer les sentiments des sceptiques vis-à-vis des vaccins est de jouer sur la peur de manquer (FOMO), à la fois socialement et économiquement », a écrit le groupe.

Promotion incessante du vaccin

La dernière étape concerne la disponibilité pratique du vaccin, car les auteurs lui ont présenté une série de suggestions à la population.

« Les incitations peuvent fonctionner », ont-ils écrit. Les entreprises et les États pourraient lancer un programme d'incitation aux vaccins en « fournissant des congés payés, des produits gratuits et des cadeaux de loterie ».

Certaines des suggestions du WEF ont déjà été mises en œuvre dans un certain nombre d'États. Le gouverneur de New York Andrew Cuomo (D) a offert un billet de loterie « vax and scratch » gratuit avec un jackpot de 5 millions de dollars. Les billets coûtent généralement 20 \$.

Le gouverneur républicain de l'Ohio, Mike DeWine, a offert aux résidents de son État la chance de gagner 1 million de dollars pour se présenter pour un vaccin COVID, tandis que les résidents de Virginie-Occidentale de moins de 35 ans recevront un bon d'épargne de 100 \$ pour se faire vacciner.

« Nous pensons que l'application de l'approche centrée sur le patient « penser – ressentir – faire » au problème de communication du vaccin COVID-19 améliorera les efforts visant à accélérer l'immunité collective mondiale », ont écrit Deshpandé, Mintz et Currim. « Assurer une réouverture et une reprise économiques sûres et surmonter cet important défi sanitaire et économique pourraient dépendre de telles tactiques. »

Constat

Sans rentrer dans les détails techniques plus complexes, il s'avère que :

1. tous ces produits n'ont obtenu qu'une mise sur le marché conditionnelle. <https://professionnels.vaccination-info-service.fr/FAQ/Repondre-aux-questions-sur-la-vaccination-COVID/Qu-est-ce-qu-une-autorisation-de-mise-sur-le-marche-conditionnelle>
2. aux USA, aucun de ces produits n'a pas été approuvé par la Food Drug Administration. Celle-ci poursuit ses investigations et donnera son avis en 2021 ou en 2022.
3. tous ces produits sont injectés chez les humains alors que la phase III, phase d'expérimentation chez les animaux, était en cours. Les phases IV et V (phase clinique) obligatoires pourtant pour tous les vaccins ont été supprimées, violant ainsi tous les principes légaux et de précautions.
4. ceux qui se font injecter ces produits dans le corps signent avant une décharge exemptant le fabricant qui l'a conçu de toute poursuite. Ce qu'il faut savoir aussi, c'est que la composition de ces injections n'est pas portée à la connaissance des patients.

Conclusion

Ce qu'ils appellent désinformation est en fait de l'information que les médias à leurs ordres censurent.

Ce qu'ils appellent hypocritement marketing n'est en fait que de la propagande. Propagande encore plus pernicieuse que celle que notre pays a connue sous la botte allemande. Plus pernicieuse, puisque nos ennemies n'ont pas d'uniformes, mais se font passer pour d'authentiques républicains qui défendent nos intérêts. Sournoise, puisqu'une grande partie de la population fait confiance aux injonctions des autorités politiques relayées à longueur de journée par les médias, ne réfléchit plus, mais suit un mouvement qui vient d'en haut.

Vous ne remarquez pas ce bourrage de crâne incessant ? Vous ne trouvez pas suspects ces spots publicitaires de Santé France payés par vos impôts et qui vous poussent à vous faire injecter des solutions dont vous ne connaissez même pas la nature, mais qui vous rendront soi-disant libres ?

Braves gens, sachez que maintenant il est prouvé qu'il existe d'autres solutions très efficaces pour guérir du covid19, comme l'ivermectine ou le protocole Raoult bien appliqué. Ces traitements ont sauvé de nombreuses vies notamment en Afrique et aux Indes, mais actuellement ils n'en ont que pour la vaccination.

Vous devez comprendre que les variants dont le gouvernement et les médias vous serinent, tôt ou tard, entraîneront des rappels, « des mises à jour. »

Un point capital, qui devrait vous interpeller : avez-vous entendu depuis le début de l'épidémie en 2020 sur les chaînes publiques ou privées, au Parlement, au Sénat... d'honnêtes débats contradictoires comme l'exige impérativement la démocratie ? Cette absence de dialogue est extrêmement révélatrice de l'émergence d'un système dictatorial. (Voir le lien 3)

Réalisez une fois pour toutes que l'on vous trompe, que l'on vous prend pour des imbéciles. Ne restez pas là sans rien faire, mais ne cherchez pas à attaquer en justice Pfizer, Moderna... Ils sont couverts. Non. Mais attaquez en justice les membres du gouvernement qui vous ont sciemment amenés dans ce traquenard, et les hauts fonctionnaires qui ont suivi aveuglément les ordres, même s'ils étaient contraires à la déontologie. Leur pouvoir est temporel et ils en ont abusé sans vergogne. La roue tourne, ils ne pourront pas éternellement fuir leurs responsabilités. De nombreux collectifs d'avocats vous attendent. Certains ont près de 70000 membres. Comme beaucoup de choses censurées actuellement, vous n'en avez sans doute jamais entendu parler. Deux adresses email de collectifs parmi ceux qui reçoivent encore des adhérents : reaction19fr@gmail.com et contact@mymartcab.fr

Définitivement, il faut leur faire comprendre qu'en France il y a des lois et que l'on n'est pas au Far West.

Ils se croient intouchables, ils vont sentir leur douleur...

Compléments

1. <https://nouveau-monde.ca/nous-sommes-en-guerre-ou-linversion-de-toutes-les-valeurs/>
2. Vaccination Covid-19 – Dernier avertissement par le dr Vanden Bossche | Mondialisation – Centre de Recherche sur la Mondialisation
3. <https://www.francesoir.fr/opinions-tribunes/le-dr-amine-umlil-defie-olivier-veran-de-venir-debattre-contre-lui-sur-un-plateau>