# La campagne de racisme anti-blancs de France Télévisions contre le racisme (MàJ : les 4 vidéos)

09/07/2015 à 17h47



## 09/07/15

Leurs spots sont clairement du racisme anti-Blanc. Chaque forme de racisme est représentée par un Blanc.

---

## 07/07/15

**France Télévisions lance une grande campagne de publicité contre le racisme et l'antisémitisme ordinaires.**

> *Comment vaporiser, digérer, laver et combattre le racisme et l'antisémitisme ordinaires… France Télévisions a trouvé la solution avec quatre produits miracles, deux en un.*

Avec un purificateur d'ambiance, on chasse les petites mauvaises pensées ; avec un shampooing, on rince racisme et antisémitisme ; avec des céréales et une ceinture abdominale, on est plus fort pour lutter contre l'obscurantisme! Ce ton

décalé sera celui d’une grande campagne de publicité qui se déroulera du 8 au 14 juillet sur toutes les chaînes et les sites du groupe France Télévisions, ainsi que sur le site du Conseil supérieur de l’audiovisuel, à l’initiative, il y a deux ans, de ces campagnes alors seulement constituées de clips diffusés le jour de la Fête nationale.




David Djaoui, responsable de l’événementiel à FTV, explique: «Nous avons voulu une campagne choc!

Un peu dans l’esprit, Qu’est-ce qu’on a fait au bon Dieu?, quatre spots de 45 secondes oseront le décalé, le second degré. Ces produits factices n’existent pas bien sûr, mais nous amènent à la fraternité, une valeur simple, qui existe bel et bien, à notre portée, dans l’esprit FTV, “Bien différents, bien ensemble”.

> *Les personnages ne sont pas caricaturaux, leur racisme prend toutes les formes et pourrait presque passer inaperçu, être banalisé».*




L’idée en revient à un jeune auteur qui travaille souvent pour Canal+, et la réalisation a été confiée à un spécialiste du ton décalé, François Goetghebeur, également à la tête de la réalisation du Concert de Paris et du feu d’artifice. «Le racisme et l’antisémitisme étant déclarées grande cause nationale 2015, FTV met tout en oeuvre pour valoriser l’idée de fraternité. Nous avons aussi lancé depuis début juin la série Champions de France, des portraits de deux minutes de sportifs issus de la diversité, présentés par des personnalités issues ou non de la diversité: Jamel Debbouze pour Zinédine Zidane ; Elsa Zylberstein pour le handball ; Philippe Torreton pour Tony Parker ; mais aussi des portraits de Yannick Noah ou de Marie-José Pérec… Une campagne qui, elle, durera un an» conclut David Djaoui.




Source

Merci à **Simon Bolivar**