Aquarius : Benetton fait sa pub

21/06/2018 à 22h20



Peut-on, moralement, se servir de photographies d'hommes, de femmes et d'enfants ayant frôlé la mort en Méditerranée pour une campagne de publicité pour une marque de vêtements durant la même semaine ? La question parcourt l'Italie depuis dimanche 17 juin.

Habituée des publicités chocs, l'entreprise de mode italienne Benetton a décidé de « surfer », si l'on peut dire, sur l'histoire des 630 naufragés sauvés de la noyade près des côtes libyennes et italiennes par l'*Aquarius*, le navire de l'association SOS Méditerranée.

La méthode est simple : deux photographies, mises en ligne sur le compte Twitter de l'entreprise, les 17 et 18 juin, sur lesquelles a été apposée la devise de la marque, *« United Colors of Benetton »*. Sur la première, cinq femmes débarquant dans le port de Valence, en Espagne, après un difficile périple de huit jours, sont accueillies par une bénévole de la Croix-Rouge. Seuls les enfants ont leurs visages floutés.

Sur la seconde image, plusieurs dizaines de migrants apparaissent dans un canoë, vêtus d'un gilet de sauvetage, ou en passe de le passer, un bénévole de l'ONG étant en train de les distribuer. La photographie aurait été prise lors de l'opération de sauvetage le 9 juin.

Mais ce n'est pas tout. La marque a acheté des emplacements pour une campagne publicitaire dans de très classiques journaux papier. C'est ainsi que les lecteurs du *Corriere della Sera* et de *La Repubblica* ont pu découvrir deux doubles pages d'annonces un peu spéciales en feuilletant leur journal.

Source : Le Monde

Matteo Salvini a quant à lui estimé que l'utilisation de cette photo était « minable ».