

Pourquoi tant de pubs multiculturalistes alors que les immigrés sont minoritaires ?

écrit par Olivier Loris | 2 septembre 2018

Pourquoi tant de publicités multiculturalistes ?

En regardant cette publicité pour Marc Jacobs, du groupe LVMH, je me suis demandé pourquoi il y avait tant de pubs multiculturalistes, voire islamophiles.

La réponse apparemment évidente est : pour faire vendre plus. Oui, mais pour vendre à qui ?

—Pour vendre aux gens d'origine immigrée exotique ?

Mais ils ne sont que 10% à 20% (selon les différentes estimations) de la population et ne sont pas forcément les plus dépensiers.

-Pour vendre au gens d'origine européenne ?

Cela suppose que la propagande multiculturaliste gouvernementale a fait son œuvre et que l'exotique a une connotation positive chez les clients. Mais c'est en contradiction avec le rejet de la politique actuelle d'immigration massive montré dans tous les sondages.

-Pour anticiper, éduquer les gens au multiculturalisme, et prévoir les ventes aux futurs consommateurs métissés ?

Mais ce genre de raisonnement à long terme n'est pas du

ressort d'une entreprise privée, qui dans la mode par exemple est dans l'immédiateté.

-Pour plaire à ses actionnaires musulmans ?

C'est possible pour la FNAC ou Lagardère par exemple, mais beaucoup de ces entreprises n'ont pas d'actionnaire musulman.

Regardez sur leur site les dirigeants du groupe LVMH: ce sont des bons traditionnels mâles blancs de plus de 50 ans.

-Autre possibilité :

L'énorme conformisme des soi-disant « créatifs » des agences de publicité qui pour ménager leurs efforts se contentent de recopier les thèmes de campagnes de propagande antiraciste et multiculturelle du gouvernement.

-Dernière hypothèse qui me paraît plus probable :

La cible prioritaire de ces publicités, ce n'est pas les consommateurs mais c'est le gouvernement. Les grandes sociétés multinationales s'achètent ainsi une bonne image de « *entreprise citoyenne, assumant sa responsabilité sociétale* » pour faire passer leurs comportements pas toujours conforme à la loi.

Dans le cas présent, Marc Jacobs est une marque de LVMH. Le groupe de Bernard Arnault a été critiqué, entre autres par Mr François Ruffin (film « Merci patron »), pour ses délocalisations massives. Mais comme ils jouent beaucoup sur l'image du luxe français, ils peuvent avoir besoin de beaucoup d'indulgence du gouvernement pour l'attribution de l'origine France de leurs produits...