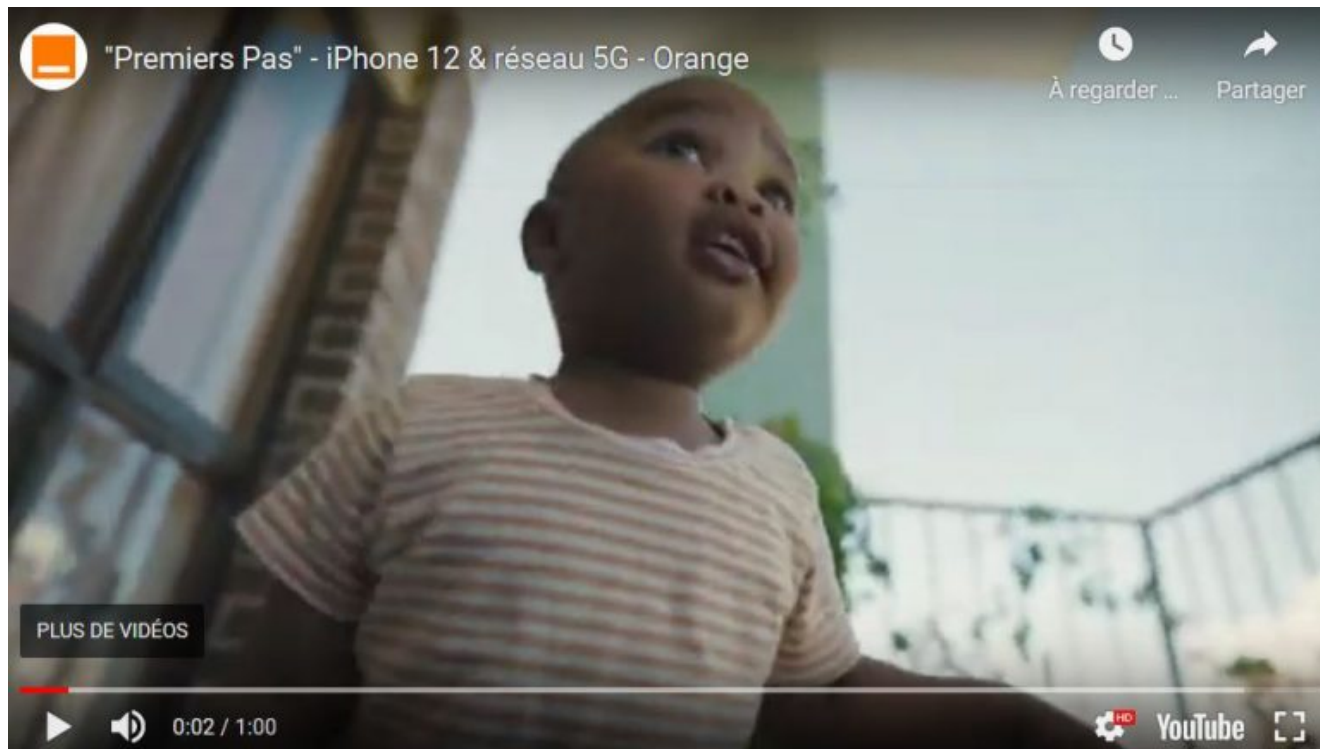


Publicité : mais à qui Apple et Orange s'adressent-ils ?

écrit par François des Groux | 17 mars 2021



S'il y a bien, en Occident, une tendance horripilante, c'est cette mode de tout "*raciser*", c'est-à-dire – par exemple dans la publicité – d'adjoindre forcément un Noir ou un métis à un Blanc (généralement une femme blonde) pour vendre un meuble bas de gamme, un hamburger ou un balai-brosse.

Je ne sais pas vous mais moi, dans la vraie vie, je ne croise pas 50% de gens "*racisés*" dans la rue, à la boulangerie, à IKEA, au supermarché ou à l'école de mes enfants.

C'est peut-être vrai en Seine-Saint-Denis (93), à la CAF ou en prison mais sûrement pas dans tout le pays !

Mais, au delà d'une mode moutonnaire, peut-être que les publicitaires et les entreprises anticipent la submersion migratoire de la France par l'Afrique voire la désirent car, dans la presse, sur internet ou à la télévision, pas un seul

jour ne passe, désormais, sans publicité “racisée” ou “métissée”.

On voit même apparaître, comme ici, chez Apple et Orange, des publicités quasiment sans Blancs, dans un pays exotique indéterminé, entre Miami et le [Plateau d'Abidjan](#). Mais là-bas, en Afrique noire, je doute que les réclames soient “blanchisées”...

Il y a 5 mois, pour promouvoir l'iPhone 12, les Blancs existaient encore un peu chez Apple. Il y avait même un blond aux yeux bleus ! Incroyable !

Aujourd'hui, chez Orange, complice d'Apple, ils ont disparu.

En réalité, dans la version longue du clip, les Blancs existent mais restent minoritaires et vaquent à des occupations futiles ou s'emmerdent ferme tandis que l'unique asiatique de la pub livre dans la rue du poisson pas frais (camionnette non réfrigérante ne répondant pas aux normes européennes de la directive **92/1-96/53 CE** et à l'agrément ATP délivré par le CEMAFROID)

A noter également que le seul Noir en position ridicule à l'air de se demander pourquoi il n'est pas devenu un homme d'affaire important, propriétaire d'un beau duplex de 200m². La réponse est simple : parce qu'il ne possède pas le nouvel iPhone 12 d'Apple disponible dans le réseau Orange !

En revanche, pour promouvoir l'Apple Swatch et le réseau

Orange, la mamie “racisée” fait son Qi-gong (gymnastique chinoise) au milieu de vieux blancs à l’air gâteux heureusement pas racistes puisqu’ils l’ont intégrée au groupe.

Mais dans la publicité précédente, on voit le bébé noir, futur *homo æconomicus* de l’Occident, venir à la rencontre de sa mamie, preuve que la relève est là ! Pour un Grand remplacement dans la joie, la bonne humeur et le consumérisme.







Entretemps, bébé est passé devant un salon de coiffure "afro" avec, en vitrine, des têtes en plastique de Blanches. Le Blanc : une espèce à empailler ?