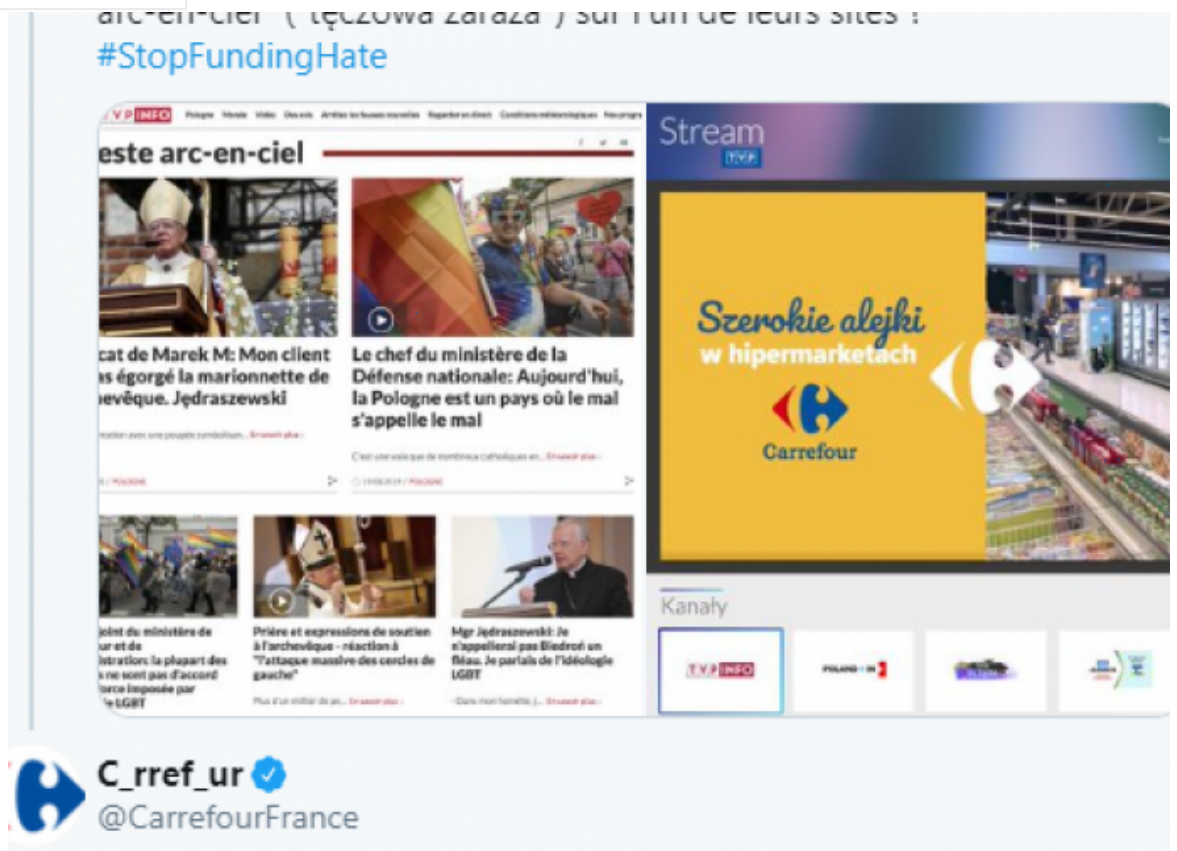


Polonia

News «omofoba» accanto a pubblicità. Carrefour interviene

GENDER WATCH

08_01_2021



The screenshot shows a news broadcast from TVP INFO. The main headline reads "Le chef du ministère de la Défense nationale: Aujourd'hui, la Pologne est un pays où le mal s'appelle le mal". Below it, there are smaller headlines: "Le cardinal de Marek M: Mon client a égorgé la marionnette de évêque. Jędraszewski" and "Mgr Jędraszewski: Je n'appellerai pas Biedroń un Biais. Je parle de l'idéologie LGBT". To the right, there is a large advertisement for Carrefour with the text "Szerokie alejki w hipermarketach" and the Carrefour logo. The Carrefour logo is a stylized 'C' with a blue and red circle inside. The advertisement also shows a photograph of a Carrefour supermarket aisle. At the bottom of the screenshot, the Twitter handle @CarrefourFrance is visible.

Sul portale della Tv di Stato polacca compare una notizia che riporta le parole dell'arcivescovo

Marek Jędraszewski che parla di «piaga arcobaleno». Accanto alla notizia compare una

pubblicità di Carrefour. Un utente segnala l'accaduto alla Carrefour e immediatamente questa **elimina la pubblicità** dal portale.

L'azienda fa sapere in una nota che «Abbiamo deciso di non pubblicare i nostri annunci su piattaforme con contenuti che non riflettono i valori di tolleranza, rispetto per le altre persone o rispetto per la diversità», aggiungendo che l'azienda aderisce «agli standard più elevati nel rispetto della diversità dei propri clienti, dipendenti e partner commerciali».

Tre riflessioni. La prima: non solo sei «omofobo» se non ti allinei al politicamente corretto su tematiche LGBT, ma lo sei anche se condividi la medesima pagina web insieme ad una notizia che dà semplicemente conto di un fatto, di un'affermazione. Il virus dell'«omofobia» si trasmette per puro contatto, mera vicinanza.

In secondo luogo basta un utente per cancellare uno spot che sicuramente farà perdere molti soldi alla Carrefour. Potere del terrore di perdere ancor più clienti se l'azienda viene solo lontanamente vista come «omofoba».

Infine questa vicenda potrà influenzare la stampa: sin dai titoli occorrerà non più dar conto di un fatto, ma esprimere chiaramente condanna verso chi non la pensa come il mondo LGBT, altrimenti si perderanno fiumi di inserzionisti.