

POUR LE CSA, LE BONHEUR DES ENFANTS TRISOMIQUES EST SUSPECT

Le CSA vient de publier un avis négatif sur la **campagne « Chère Future Maman »** diffusée à l'occasion de la journée mondiale de la trisomie 21. Il reproche à plusieurs chaînes télévisées de l'avoir relayée.

Le CSA ne reconnaît pas le caractère d'intérêt général de cette campagne, au motif que sa finalité serait « *ambigüe* » et qu'elle ne pourrait « *susciter une adhésion spontanée et consensuelle* ».

Pour rappel, cette vidéo vise à **rassurer une femme enceinte sur l'avenir et le bonheur possible de son enfant atteint de trisomie 21**. La finalité de cette campagne est de **lutter contre la discrimination et la stigmatisation** dont sont victimes les personnes handicapées, et d'encourager leur insertion dans la société.

La vidéo a rencontré un **engouement international**, « *spontané et consensuel* » :

- Plus de **5 millions de vues** à ce jour (campagne la plus partagée dans le monde pendant 24 h),
- Diffusée dans **l'enceinte de l'ONU** le 21 mars,
- Saluée et encouragée par le **Premier ministre italien Matteo Renzi**,
- Sujet d'une pleine page dans le magazine culturel **Vanity Fair** en Italie,
- Primée à Cannes, la vidéo a reçu plusieurs **Lions d'Or** au Festival International de la Créativité.

Le CSA a choisi de limiter la liberté d'expression, en assumant le risque d'atténuer la portée d'un message accueillant vis-à-vis des enfants trisomiques.

A l'heure de la communication marquée par l'internationalisation, internet et les réseaux sociaux, cet avis est sans effet.

En revanche, il souligne **l'aveuglement des pouvoirs publics en France, depuis longtemps pays leader de l'élimination des enfants trisomiques** avant leur naissance. (96%).

La Fondation Jérôme Lejeune encourage les téléspectateurs à **remercier les chaînes TF1, M6, D8 et Canal+** qui ont relayé la campagne « *Chère Future Maman* » en mars dernier.

