

Informations sous embargo jusqu'au Lundi 30 septembre

« Caméra Embarquée », une nouvelle campagne d'information

**La Marine nationale sur le vif
pour mieux recruter 3 000 jeunes par an**

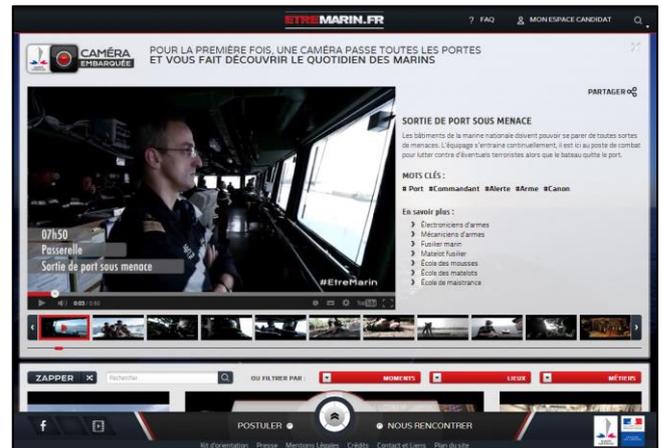
Dans le prolongement de la prise de parole sur la vocation de marin (« Et si vous étiez déjà marin sans le savoir ? »), la Marine nationale – qui souhaite enrichir ses rangs de 3 000 jeunes par an – lance une nouvelle campagne d'information signée par HAVAS ww Paris, en charge de la communication de l'institution depuis 2012. « Caméra Embarquée », produit en collaboration avec HAVAS Productions, est un programme audiovisuel constitué d'une centaine de très courtes vidéos (30") visibles sur le site dédié au recrutement de la Marine (etremarin.fr) à compter du 30 septembre et la chaîne Youtube du même nom. L'internaute pourra consommer la centaine de vidéos au gré de ses envies, en se laissant guider par une playlist lui offrant un panorama global de la vie des marins ou en butinant de vidéo en vidéo (fonction « zapper »).

La Marine nationale montre la vie à bord d'un bâtiment sans détour ni artifice. Christophe Fonseca, jeune et talentueux réalisateur du multi-primé documentaire « Des femmes en blanc » s'est immergé à bord d'une Frégate de Défense Aérienne (Chevalier Paul) et d'un Sous-marin Nucléaire d'Attaque (Emeraude) pour mieux capter les moments de vie des marins. Fasciné par l'idée de « filmer le réel », Christophe Fonseca a privilégié un tournage à l'épaule et minimisé le montage. Il en résulte des images brutes et réalistes qui laissent la place à la spontanéité et à la sincérité des situations voire aux « accidents ». Ces séquences vidéos percutantes témoignent du large éventail des moments qui rythment la vie du bord.





« Alors que près de 50% des jeunes internautes disent regarder au moins une fois par semaine des vidéos sur Internet, la campagne d'information qui donne la part belle au digital avec des formats courts inédits, répond pleinement à leurs usages. » explique Fabrice Conrad, Directeur général adjoint d'HAVAS Paris.



« Au-delà de la connaissance du terrain et de ses codes, il était essentiel de se faire oublier et de mettre en confiance les protagonistes pour mieux capter les moments de vérité, pour certains uniques. Cela aurait été une erreur que de chercher à mettre en scène ces situations. » précise Christophe Fonseca.

A l'occasion de la sortie de « Caméra Embarquée », la Marine nationale lance son hashtag #etremarin afin d'observer le bruit médiatique généré par ces contenus inédits sur les différents réseaux sociaux.

A propos de La Marine nationale

La Marine nationale, c'est 39 000 hommes et femmes, militaires et civils, qui, chaque jour, donnent le meilleur d'eux-mêmes pour protéger la Nation et mener à bien des missions de service public. Elle compte 4 000 officiers, 22 300 officiers-mariniers (sous-officiers), 8 000 quartiers-maîtres et matelots et 4 700 civils. La particularité de la Marine réside dans la jeunesse de ses forces. La moyenne d'âge des marins est de 30 ans et de 28 ans sur les unités embarquées. Ils sont 10 500 à embarquer sur les bâtiments de la Marine. Les femmes y ont toute leur place et représentent environ 13 % des effectifs.



Une précédente campagne sur la vocation

En 2012 « Et si vous étiez déjà marin sans le savoir ? » illustre l'idée de vocation (*deux films TV, cinq spots 15", une version de 1'49 pour le web et quatre visuels pour la presse et l'affichage ainsi qu'une application Facebook*). Tournés à Toulon, les spots, alternance d'actions et de temps longs, réalisés par Rob Chiu et produits par Stink Paris, donnaient à voir une vision à la fois réaliste et moderne des métiers de la Marine, accompagnant ainsi le travail des 37 bureaux de la Marine et des Centres d'information et de Recrutement des forces Armées.

A propos du réalisateur Christophe Fonseca

Christophe Fonseca est un auteur réalisateur hétéroclite travaillant à la fois pour le cinéma, la publicité, le documentaire et le reportage. Il a collaboré avec les principales agences de presse et sociétés de productions françaises avant de créer, en 2007, Les Films de l'Odyssée, une société de production audiovisuelle spécialisée dans la réalisation de documentaires et reportages long format pour les principales chaînes de télévision française. C'est en tant que journaliste reporter d'images qu'il a forgé sa réputation. La qualité de ses images et sa capacité à mettre en avant une certaine authenticité de ses protagonistes sans jamais tomber dans la facilité lui ont permis de créer sa marque de fabrique : la mise en avant de l'humain, avec ses forces et ses faiblesses, au service de l'information et de la vérité.

Il a participé ces quinze dernières années à plus de quarante films long format salués par la presse, récompensés par divers prix et plébiscités par le public. Parmi eux, *Des femmes en blanc*, documentaire informatif et critique de 110' sur le parcours de jeunes femmes chirurgiennes. Elu meilleur documentaire en 2008 par le public de France Télévision, le film qui privilégie la proximité avec ses protagonistes, a réalisé une des meilleures audiences de la case documentaire de France 3.

L'école du feu, Je serai Légionnaire, cinq femmes en école de police, Pilotes de chasse, Palais de justice de Paris, Stage commando... sont de la même façon des immersions au cœur des institutions françaises ; de nombreux films appréciés pour l'authenticité des propos recueillis et des images fidèles à la réalité. Avec la Marine, l'Armée de Terre, l'Armée de l'Air, les pompiers, la justice... Christophe Fonseca a toujours su créer une complicité et se faire une place de choix au sein même de ces "grandes maisons".



A propos d'HAVAS Paris

HAVAS ww Paris est une agence de communication globale parmi les leaders en France appartenant au réseau Havas Worldwide. Emmenée par Agathe Bousquet, Présidente Directrice Générale et Christophe Coffre, co-Président en charge de la création, l'agence mène des missions créatives, globales, digitales et internationales au service de toutes les dimensions de la marque et de ses publics pour le compte de 300 clients, grandes entreprises, associations et institutions. Dotée d'une intelligence historique des enjeux d'opinion, d'influence et de réputation, elle intègre une communauté de savoir-faire et de talents autour du conseil en stratégie de marques, de la création et des contenus. En son cœur, un collectif de créatifs, auteurs d'une création prolifique et protéiforme fait vivre en cohérence, publicité, design, web, réseaux sociaux, événements, édition, contenus audiovisuels, médias éphémères... comme autant de champs d'expression.

Contacts Presse :

Yaël DORFNER - Tél : 01 58 47 95 26 - 06 16 94 16 81
Lisa MICHON ROSSEL - Tél : 01 58 47 80 41 - 06 22 36 27 21

 espacepresse.havasworldwideparis.fr

Suivez-nous sur :

 twitter.com/havaswwparis
 youtube.com/havasworldwideparis
 facebook.com/havaswwparis
 havasworldwideparis.fr