



France Info dévoile sa nouvelle campagne de communication : réalisme, engagement et retour aux sources du métier

France Info, dirigée par Philippe Chaffanjon, arborera une nouvelle campagne publicitaire à compter du 28 septembre prochain. Loin des campagnes de personnalités, France Info revient aux sources du métier. Clichés noir et blanc inspirés du photojournalisme pour la presse et l'affichage, film en noir et blanc pour la télévision, trois reporters de la rédaction aux prises avec le « off » du métier sont les personnages de cette campagne qui replace le journaliste et plus spécifiquement les reporters de terrain au cœur de l'information. Et de rappeler en signature, avec la collaboration d'Euro RSCG C&O, que « l'information est une vocation ».

Une campagne engagée sur l'information

Dans un contexte où les sources d'information sont multiples, France Info rappelle les fondamentaux du métier de journaliste qui consiste d'abord à aller chercher les informations à la source, les trier, les vérifier et les hiérarchiser. C'est cet engagement des journalistes de la station et ses reporters en particulier que France Info a souhaité montrer avec cette campagne. Une façon d'affirmer qu'elle reste le média référent de l'information en continu. Mais au-delà, elle interroge aussi sur la place de l'information et plus spécifiquement sur celle du journaliste aujourd'hui.

« L'information à France Info, c'est d'abord celle que l'on va chercher sur le terrain, en prise directe avec le monde, que ce soit au bout de la rue ou au bout du monde. Le reportage s'inscrit depuis toujours dans l'histoire de France Info et reste l'une de ses spécificités » Philippe Chaffanjon, Directeur de France Info.

Le pari d'une direction artistique mêlant esthétisme et réalisme

Loin des clichés du journaliste au cœur de l'action, la campagne révèle de jeunes reporters de la station – Florent Guyotat, Gregory Philipps et Isabelle Labeyrie – dans l'exercice quotidien de leur métier, confrontés à des situations difficiles, en proie à l'attente, la fatigue... mais toujours animés par l'engagement. Trois scènes de vie au cœur de l'actualité marquante de ces derniers mois, photographiées avec sobriété et réalisme par Marc Gouby.



Un reporter marche le long d'une route de campagne pour se rendre sur le lieu d'une catastrophe en l'absence de moyens de transport.



Un journaliste passe toute une nuit dans la voiture « France Info » en attendant des nouvelles sur l'évolution des négociations d'un conflit social.



Un journaliste-reporter exerce son métier dans des conditions précaires après un tremblement de terre.

Dans le même esprit, le film publicitaire en noir et blanc (30 sec) réalisé par l'anglais Rob Chiu décrit les pensées d'Anne Lamotte, reporter au service Enquêtes de France Info. Alors qu'au petit matin, elle rejoint en scooter la rédaction de France Info, elle évoque ses pensées, réalisant la chance qui est la sienne d'aller chaque matin découvrir le monde. *« Chaque matin, je pars découvrir le monde. Il y a à chaque fois des exploits, des drames, des surprises... des nouvelles de toutes sortes. Il faut les vérifier avant d'informer. Redécouvrir le monde tous les jours, c'est une chance. Cette chance, c'est mon métier ».*



Un parti pris esthétique fort dans le choix du noir&blanc et dans le rythme des situations, à contre courant de l'image habituelle de la radio d'information en continu, témoigne de la volonté de la station de montrer une autre facette d'elle-même, au service d'un discours engagé et engageant où l'émotion et l'humain ont toute leur place.

Avec cette communication, France Info fait le pari d'une campagne engagée tant dans sa dimension artistique que dans son message, pour une vraie prise de parole, et rappelle la légitimité de son positionnement, celui d'un media d'information de référence.

« Dans un monde où l'information est partout, il est illusoire de croire que tout se vaut. En tant qu'agence de communication, nous sommes fiers de nous engager aux côtés de cette profession et en particulier de France Info, média référent qui a su inventer et se renouveler pour le rester », précise Laurent Habib, Président-Directeur Général de l'agence Euro RSCG C&O.

À propos de France Info

France Info, dirigée par Philippe Chaffanjon, rassemble 150 journalistes (reporters, présentateurs, chroniqueurs, rédacteurs en chef, chefs de service) au service de l'information en continu. Avec plus de 90 chroniques par semaine, la chaîne couvre en temps réel toute l'actualité (politique, économie, société, sciences, culture, justice, sports...) en France et à l'étranger. France Info offre une antenne toujours en alerte qui s'ouvre et se mobilise en éditions spéciales lors d'événements majeurs.

Philippe Chaffanjon



Crédit photo: Christophe Burmonoz

Philippe Chaffanjon est reporter de formation. Après le CFJ (Centre de Formation des Journalistes à Paris), il commence sa carrière à la rédaction de France Inter en 1982 pour rejoindre 5 ans plus tard RTL en tant que grand reporter (1983 à 2000). Pour la radio de la rue Bayard, il témoigne des grands événements mondiaux, de la chute du mur de Berlin à la guerre au Kosovo, en passant par la guerre du Golfe, l'Albanie et le Rwanda. En 2000, il est nommé rédacteur en chef de la station puis Directeur adjoint de la rédaction en 2004. C'est en 2007 qu'il rejoint la Direction de la rédaction de France Info dont il est nommé Directeur en août 2009.

Marc Gouby



Crédit photo: Marc Gouby

Marc Gouby, photographe, a été récompensé de nombreuses fois pour ses travaux personnels ainsi que pour ses photos de commande en Europe et aux Etats Unis. Régulièrement exposées à travers le monde, ses photographies font parties des collections permanentes du F.N.A.C., de la Maison Européenne de la Photographie à Paris, du Musée de L'Elysée à Lausanne, ainsi que de nombreuses collections privées, comme celle d'Agnès B. Marc Gouby a travaillé pour des marques prestigieuses comme Nike, Adidas, Perrier, Aigle, Mercedes, Audi, BMW, Clan Campbell, Guinness, Jaeger-Lecoultre, RATP, Michelin, Sony Playstation, Amnesty International, Adobe, Eurostar, Kodak, Apple, Pepsi...

Plus d'informations sur www.marcgouby.com

Rob Chiu



Crédit photo: Anasudana K. Pillay

Rob Chiu (sous le pseudonyme *Ronin*) est un réalisateur anglais d'origine asiatique, spécialisé dans la photographie et le design. Ses clients: Leica, Nokia, BBC, EMI, Greenpeace & Channel 4. Un bon nombre de ses films ont été récompensés dans différents festivals de cinéma internationaux dont Edimbourg, OneDotZero et Resfest. Inspiré par le cinéma, les voyages et la musique, Rob Chiu est actuellement représenté par les sociétés de production Curious Pictures (New York) et Stink (Londres).

Plus d'informations sur www.theronin.co.uk

Un dispositif pluri-média

Affichage (du 28 septembre au 10 octobre): 4x3, entrées de métro, bus et taxis dans Paris.

Presse nationale (du 28 septembre à fin décembre) : quotidiens, hebdomadaires et mensuels.

Télévision (du 28 septembre au 7 octobre et du 15 au 25 octobre) : chaînes du groupe France TV et les 12 chaînes TNT-Cabsat

Web (du 28 septembre au 10 octobre)

Fiche technique

- **Annonceur** : France Info
- **Agence** : Euro RSCG C&O
- **Responsables annonceur** :
 - Catherine Briat : Directrice de la communication Radio France
 - Valerie Sajot : Déléguée à la marque Radio France
 - Philippe Chaffanjon : Directeur de France Info
 - Romain Beignon : Délégué à la communication France Info
- **Responsables Agence** : Guillaume Talon, David Millier
- **Directeurs de la création** : Olivier Moulhierac, Jérôme Galinha
- **Concepteur-Rédacteur** : Nicolas Gadesaude
- **Directeur Artistique** : Julien Saurin
- **Production** : Jeanne Halfon
- **TV Prod** : Catherine Jamaux
- **Achat d'art** : Mathilde Manaud
- **Photographe** : Marc Gouby
- **Réalisateur** : Rob Chiu
- **Maison de production** : Stink

CONTACTS PRESSE

Romain Beignon - Délégué à la Direction de la communication - France Info 01 56 40 24 22 / romain.beignon@radiofrance.com
Marine Billoir - Responsable relations avec les medias - Radio France 01 56 40 16 15 / marine.billoir@radiofrance.com