

# Concours des Jeunes Talents francophones de la Publicité

## #STOPAUXINFOX - Annonce des lauréats

Dans le cadre de la *Semaine de la langue française et de la Francophonie*, et à l'initiative de la Délégation générale à la langue française et aux langues de France (DGLFLF, ministère de la Culture), l'UNION Francophone a réuni hier matin 22 jeunes talents de la Publicité face à un Jury composé de 16 personnalités influentes du monde de l'information et des médias. À l'issue de deux heures de délibération, leur verdict est tombé et trois projets de campagne publicitaire ont été primés. Pour récompenser leurs efforts et encourager le message porté par le projet, la campagne gagnante sera diffusée sur les médias partenaires (radio, TV, affichage et presse, Internet et réseaux sociaux). Les lauréats ont également été félicités par le Président de la République hier après-midi au siège de l'OIF, à l'occasion de la Journée de la Francophonie.



**PARIS, le 21 mars 2019** – Le Concours des Jeunes Talents francophones de la Publicité « Stop aux infox », initiative de la DGLFLF (Ministère de la Culture) et de l'UNION Francophone, a permis à 22 jeunes publicitaires d'Afrique, du Moyen-Orient et d'Europe de se réunir à Paris à l'occasion de la Semaine de la langue française et de la Francophonie. L'objectif du Concours était de concevoir des projets de campagnes publicitaires permettant de sensibiliser le grand public aux dangers des infox. Trois projets de campagnes publicitaires ont été primés :

### GRAND PRIX : Équipe Paris - Alger

**Charlène DENIS**, Proximity BBDO, France

**Vincent TALABOT**, Proximity BBDO, France

**Yasmine MAHDI**, Lotus Alger, Algérie

**Concept de la campagne** : de petits mensonges nous accompagnent tout au long de notre enfance, sur le père Noël, la petite souris, le nez qui va grandir. Ces petits mensonges insignifiants n'ont pas vraiment de conséquence, car en grandissant nous apprenons à faire la part des choses, à les analyser. Cette campagne de sensibilisation s'adresse aux adultes qui n'ont pas grandi et qui continuent à croire tout ce qu'on leur dit, sans vérifier. Avec un concept graphique traitant de véritables inFox dans un style enfantin, l'objectif de la campagne est de sensibiliser sur le fait qu'il est dangereux de croire tout ce que l'on entend.

## **PRIX PÉDAGOGIQUE : Équipe ORA**

**Brice-Adam GOULI**, Publicis Red, Côte d'Ivoire

**Nasser HAMDAN**, Publicis Red, Côte d'Ivoire

**Olga NGO BASSOGLOG**, MacCann Doula, Cameroun

**Concept de la campagne** : Comme pour une feuille ou un oiseau, il est parfois plus simple ou plus grisant de suivre les vents chauds, même si ce dernier nous guide contre les montagnes ou dans la mauvaise direction. Ici, l'infox est le vent de l'illusion, qui semble la voie facile, mais qui cache un mal pernicieux. Nous devons tous faire l'effort de choisir le vent de l'information, et cet effort se caractérise par la vérification des sources et la prise de hauteur. Car la liberté d'expression s'arrête là où l'infox commence. La campagne est illustrée par un graphisme simple montrant des oiseaux bleus symbolisant la vraie information et donc la liberté d'expression, qu'il est absolument nécessaire de protéger des oiseaux rouges. Les oiseaux représentent un logo étrangement familier.

## **MENTION SPÉCIALE : Équipe Mabelance**

**Reda LAHMOUID**, Ocean's 8, Maroc

**Romain HUSSON**, Atypic, Belgique

**Andréa MALANGE**, Atypic, France

**Concept de la campagne** : De nombreuses épidémies ont abimé l'Humanité au travers du temps et des générations : la peste noire, le choléra, le sida plus récemment, et à présent l'infox. L'idée de cette campagne repose sur l'analogie de l'infox et des épidémies. Pour la jeunesse, cela en est une et il est temps de s'en protéger. Pour cela, le dispositif reprend les codes d'une campagne de sensibilisation de santé publique tout en intégrant de petites touches d'humour aidant à faire passer un message bienveillant. L'infox, s'en méfier c'est déjà s'en protéger.



## **À propos de l'UNION Francophone**

L'UNION Francophone, créée en 2016 et présidée par Christian CAPPE (Fondateur du Cristal Festival et actuel Délégué Général du Festival TV de Luchon), est une organisation internationale qui a pour but de promouvoir les contenus et les talents des acteurs économiques des pays francophones. [www.unionfrancophone.com](http://www.unionfrancophone.com)

### **Cécile BIEDERMANN**

Communications & Coordination

06 50 75 42 33

[cecile@unionfrancophone.com](mailto:cecile@unionfrancophone.com)

### **Luc ADAM**

Relations Presse

06 18 04 45 03

[luc@unionfrancophone.com](mailto:luc@unionfrancophone.com)

### **Annick LEDERLE**

Ministère de la Culture

01 40 15 36 81

[annick.lederle@culture.gouv.fr](mailto:annick.lederle@culture.gouv.fr)