

25 juin 2019

## Mission COBRA, objectif recrutement. Avec Havas Paris, l'armée de l'air mise sur le gaming

Depuis 3 ans l'armée de l'air et Havas Paris investissent les nouvelles formes d'écriture pour séduire les moins de 30 ans. Après les podcasts et la bande dessinée, le gaming permet de raconter et aussi de faire vivre les histoires d'aviateurs. L'objectif : recruter plus de 3 500 jeunes dans l'année.



Pendant une dizaine de minutes, Mission COBRA place l'utilisateur aux commandes d'un hélicoptère pour assurer une mission de sauvetage au cœur de l'Afrique.

### Un format ludique en phase avec les habitudes des moins de 30 ans :

L'enjeu du recrutement est primordial pour l'armée de l'air qui cherche 3 500 jeunes de 16 à 30 ans chaque année. La réalité augmentée sur mobile permet de proposer une expérience immersive à une cible fan de gaming. Pour Julien Menez, partner chez Havas Paris : « *Les formats de contenu évoluent constamment et nous poussent à nous réinventer en permanence. Pour notre client, nous avons fait la jonction entre l'usage croissant du jeu sur mobile et l'univers singulier de l'armée de l'air* ».

### Un format expérientiel pour présenter la diversité des métiers de l'armée de l'air :

L'armée de l'air regroupe plus de 50 métiers : agents bureautique, conducteurs grands routiers, fusiliers commandos de l'air ou encore mécaniciens avioniques. « *Le terme « aviateur » regroupe tous les métiers relatifs à l'armée de l'air, et les recrutements ne*

*concernent pas seulement ceux de pilote et de mécanicien navigant. Ce nouveau format démontre l'intensité de nos missions opérationnelles et met nos valeurs à l'honneur : le respect, l'intégrité, le service et l'excellence », explique le colonel Recolin-Bardon.*

### **Un format innovant et adapté aux nouvelles pratiques.**

La web app permet de jouer sans avoir à télécharger d'application. En effet, 66 % des consommateurs téléchargent moins de deux applications par an<sup>1</sup>. Havas Paris et l'armée de l'air se sont donc associés à Blinkl, une start-up nantaise hébergée à Station F. Vincent Marin, l'un des fondateurs, résume ainsi l'ambition de Blinkl : « *Une innovation technologique au service d'expériences simples et engageantes, avec une véritable exigence artistique* ».

## **Crédits**

### **Annonceur : armée de l'air**

Directeur général : Colonel Christophe Recolin-Bardon, Chef du Bureau recrutement de la DRH de l'armée de l'air

Responsable marketing communication : Cécile Antoniazzi, Chef de la division communication de recrutement du Bureau recrutement de la DRH de l'armée de l'air

### **Agence : Havas Paris**

Présidents : Julien Carette, Christophe Coffre

Directeur Général : Fabrice Conrad

Directeur de la création : Christophe Coffre

Directeurs de création : Eric Huc

Directeur artistique : Anthony Bresset

Responsable(s) du budget : Julien Menez

Consultant : Christine Millet

Producteur/trice : Carine Petit

PR : Anne-Sophie Angelo

### **Production : Blinkl**

Producteur : Vincent Marin

---

### **Contacts**

Annabelle Rousseau, service presse

[annabelle.rousseau@havas.com](mailto:annabelle.rousseau@havas.com)

06.75.29.11.71

The logo for Havas Paris, featuring the word "HAVAS" in a large, bold, sans-serif font above the word "PARIS" in a similar but slightly smaller font. The letters are black and have a slight shadow effect.

---

<sup>1</sup> Source : <https://www.lesechos.fr/2016/06/plus-personne-ne-telecharge-dapplications-208639> (consulté le 17 juin 2019).