

BA 113 : des clips qui claquent

Trois élèves en BTS à l'Estic ont imaginé une série de clips pour présenter des métiers de la BA 113 dans le cadre de la campagne de recrutement de l'armée de l'air. Leur travail sera finalement diffusé au niveau national.



Chloé, Alexandre et Thomas sont en deuxième année BTS "support à l'action managériale" à l'Estic.



Le projet consiste à présenter huit métiers en six clips. (Photos © Armée de l'air et de l'espace)

Chloé, Alexandre et Thomas sont en deuxième année BTS "support à l'action managériale" à l'Estic. Ensemble, ils ont monté un projet en partenariat avec la BA 113 : tourner des clips pour présenter plusieurs métiers de la base aérienne. Faute de stage pour de nombreux lycéens, en raison de la crise du coronavirus, l'établissement a en effet décidé de lancer les élèves sur des projets originaux qu'ils devront soutenir devant un jury à la fin de l'année. Or, l'armée de l'air et de l'espace cherchait justement un moyen de promouvoir plusieurs métiers en direction du public concerné, les jeunes de 17 à 30 ans, dans le cadre de sa grande campagne de recrutement "Devenir aviateur". « On avait envie de mettre en valeur les métiers de façon différente, un peu moins institutionnelle », explique l'adjutant Sam, de la section Information de recrutement de la base de Saint-Dizier.

Entre l'armée de l'air et les jeunes de l'Estic, ça matche. Le projet se précise, il consistera à présenter huit métiers en six

clips : mécatronicien, agent de restauration, maître-chien, opérateur de défense sol-air, moniteur simulateur de vol, technicien de maintenance vecteur et moteur, équipier fusilier de l'air, et enfin technicien des systèmes embarqués. Les jeunes ont élaboré le plan de communication dans son ensemble. « On a mis au point un questionnaire pour cibler les questions », explique Chloé. « L'idée, c'était de faire des

interviews de type "Konbini" avec des questions sérieuses et des questions plus décalées puis faire des prises de vues à la base », ajoute Thomas. Le challenge est plutôt élevé puisque le format choisi est de 1 minute 30.

Du local au national

Très vite, le projet qui devait être local à l'origine, prend de l'ampleur. Une équipe de la

base de défense de Tours, où se situe la direction des ressources humaines de l'armée de l'air, vient à Saint-Dizier réaliser les images pendant trois jours en fin d'année dernière et prend en charge leur montage. Et finalement, le projet des jeunes de l'Estic sera utilisé au niveau national sur les réseaux sociaux. Le début de la diffusion est prévu pour le 28 février.

Chacun y trouve son compte. Pour les jeunes, le fait de travailler en compagnie de professionnels de la communication est un vrai plus pour leur CV, et pour l'armée de l'air, il s'agit d'une vraie opportunité de s'adresser aux jeunes par les jeunes.

Chloé, Alexandre, et Thomas devront soutenir leur projet à l'oral devant un jury à la fin de l'année. L'exercice est une des six épreuves du BTS et il n'est pas anodin avec un coefficient de 4 ! L'armée de l'air et de l'espace recrute et forme 3 000 jeunes âgés de 17 à 30 ans.



Les étudiants devront présenter leur projet à l'oral à la fin de l'année.