

## L'Onera lance une campagne de communication « Les Hommes du Futur » pour changer l'image des chercheurs

L'Onera, le centre français de recherche aéronautique et spatiale, lance une campagne de communication auprès des étudiants ingénieurs pour changer l'image des chercheurs et développer sa notoriété. Pour ce centre de recherche public, l'enjeu est de taille : il s'agit en effet d'attirer de futurs collaborateurs parmi les meilleurs mais aussi de se faire connaître auprès de futurs donneurs d'ordre, partenaires institutionnels, commerciaux...

La campagne, intitulée « Les Hommes du Futur », se décline en trois volets. Le premier est une série d'affiches mettant en scène les chercheurs de l'Onera de manière dynamique et décalée. Elles sont diffusées dans les écoles cibles de l'Onera, et visibles sur le site Internet dédié [www.leshommesdufutur.com](http://www.leshommesdufutur.com), second volet de cette campagne. Le troisième volet prend la forme d'un jeu-concours qui se tiendra le 24 mars prochain et qui s'adresse aux étudiants de 10 établissements d'enseignement supérieur.

### Une campagne décalée

Pour maximiser l'impact de sa campagne, l'Onera a décidé d'adopter un ton décalé à travers des affiches mettant en scène ses propres chercheurs. Ce sont ainsi Delphine, Hervé, Muriel et Rudolph, entre autres, qui en posant devant l'objectif du photographe, donnent une image étonnante, dynamique et moderne de l'Onera.

La campagne se décline selon trois axes :



« **Les hommes du futur n'ont pas forcément la tête que vous croyez** » : cette accroche a pour objectif de changer l'image parfois terne et obsolète que les étudiants peuvent avoir du monde de la recherche. En effet, nombreux sont ceux qui ignorent la variété des profils et parcours des chercheurs de l'Onera, tous unis par une même passion : préparer le futur de l'industrie aéronautique et spatiale. Qu'il s'agisse de concevoir de nouveaux concepts d'avions, d'optimiser les propriétés des lasers et radars, d'améliorer les performances des avions en termes aérodynamique, environnemental et acoustique...

- « **Les hommes du futur trouvent leur inspiration partout** ». Qui aurait cru que la façon dont les canards utilisent leur bec pour se diriger puisse inspirer Hervé et Muriel, spécialistes d'aéronautiques scientifiques de l'Onera ? De la bio inspiration aux lasers, les sources d'inspiration des chercheurs de l'Onera sont multiples.





- « Les hommes du futur ne s'ennuient jamais » : Qui penserait que cette libellule deviendra peut-être un jour un minidrone créé par l'Onera ? Le vol des insectes est en effet un sujet d'étude particulièrement intéressant pour la réalisation de prototypes de minidrones.

Les chercheurs de l'Onera ainsi photographiés par Geoffroy de Boismenu incarnent la richesse et la diversité du centre de recherches.

Pour l'Onera, c'est une façon de valoriser ses collaborateurs, d'inciter de futurs chercheurs à rejoindre ses équipes et d'élargir sa visibilité sur la scène publique face à des acteurs comme Airbus, Dassault ou encore Snecma qui bénéficient d'une notoriété et de moyens de communication nettement supérieurs.

### [www.leshommesdufutur.com](http://www.leshommesdufutur.com) » : rencontrez Les Hommes du Futur

Le site Internet est une des vitrines de la campagne : il en reprend le ton, le concept publicitaire et graphique pour présenter les projets de l'Onera de manière synthétique, visuelle, pédagogique et dynamique. Ce site met en avant, au travers des hommes et des femmes de l'Onera, des projets scientifiques sur lesquels ils ont travaillé ou travaillent encore.

Les projets scientifiques sont présentés soit :

- sous forme de mini vidéos sur le concept « un homme met un projet en vedette »,
- soit sous forme de fiches dans les rubriques « le futur est déjà parmi nous » et « le futur a de l'avenir ».

### Point d'orgue de la campagne : un jeu concours avec course de drones et épreuves scientifiques

Pour cette première édition, 10 écoles ont répondu positivement à l'invitation lancée par l'Onera : l'ISAE, l'École Centrale de Paris, l'École Polytechnique, l'ENSMA, l'École Centrale de Lyon, l'ENSAM Paris Tech, l'ENSTA, l'ENAC, l'École Centrale de Nantes et l'Institut d'Optique Graduate School.



Pour faire connaître la campagne, le jeu concours ainsi que le centre de recherches, une équipe de l'Onera se déplace dans les 10 écoles. C'est à cette occasion qu'un représentant de chaque école est élu par les étudiants de son établissement. Les 10 candidats élus, parrainés par des ingénieurs-chercheurs de l'Onera issus de la même école qu'eux, s'affronteront le 24 mars prochain au travers de 2 épreuves :

- une course d'AR.Drone Parrot : l'Onera Parrot Race. Objectif : comparer les « jouets » Parrot à ce que fait l'Onera en matière de recherche sur les drones et minidrones.
- des épreuves scientifiques qui consistent pour chaque candidat à visiter 3 laboratoires parmi 5 proposés. Les candidats y bénéficieront de présentations et de manipulations ou simulations scientifiques. A l'issue de chacune de ces visites, ils devront répondre en 30 minutes

à un questionnaire. Ils disposeront pour ce faire de deux types de jokers : 3 questions à leur parrain et un certain nombre de questions sous forme de twitts destinées à l'équipe qu'ils auront constituée dans leur école, afin qu'ils aident leur candidat à trouver certaines réponses. pour les soutenir.

A l'issue de cette journée, le gagnant repartira avec un AR.Drone Parrot et un iPad. Les deuxième et troisième lauréats recevront un AR.Drone Parrot chacun. Enfin, le Bureau Des Elèves qui aura été le plus actif pour relayer dans son école le dispositif de communication développé autour du jeu concours sera également récompensé.

Par le biais de ce jeu concours, l'Onera entend bien gagner en notoriété auprès des étudiants.

\* \* \* \* \*

**A propos de l'Onera :**

*L'Onera est le premier acteur français de la R&T aéronautique, spatiale et de défense : il réalise 25% de la R&T de ces secteurs hautement stratégiques. Etablissement public (EPIC), créé en 1946, sous tutelle du Ministère de la Défense, l'Onera compte plus de 2 000 salariés et 200 doctorants et post-doctorants. Il est le seul acteur en France à cumuler des connaissances et des compétences dans toutes les disciplines de l'aérospatial. Avec un parc de moyens d'expérimentation unique en Europe, il met ses compétences au service des agences de programmes, des institutionnels, des grands industriels et des PME-PMI. Son modèle atypique de recherche partenariale, labellisé Carnot, avec 5 fois plus d'activités sur contrat par chercheur que la moyenne, lui a permis de réaliser un volume d'activités de 210 millions d'euros en 2009. Force d'innovation, d'expertise et de prospective, l'Onera a contribué aux plus grands succès de l'aérospatial : Ariane5, gammes Airbus et Eurocopter, Rafale, Falcon 7X, le radar de veille spatiale Graves, le Very Large Telescope, etc.*

**Contacts presse :**

**Onera**

Marion Verny / Julie Amoyel

Tél. : 33 1 46 73 40 66

Fax : 33 1 46 73 41 59

E-mail : julie.amoyel@onera.fr [www.onera.fr](http://www.onera.fr)

**Agence Burson-Marsteller**

Amélie Aubry / Ingrid Belliard de Valbray

Tél. : 33 1 41 86 76 76

[amelie.aubry@bm.com](mailto:amelie.aubry@bm.com)

[ingrid.de-valbray@bm.com](mailto:ingrid.de-valbray@bm.com)