



## Dossier de presse

# « Be distinctive » : la nouvelle identité visuelle de l'EM Strasbourg est déployée !

*Strasbourg, décembre 2012. Dans la perspective d'accroître sa notoriété et sa visibilité en France et à l'international, l'EM Strasbourg arbore depuis peu une nouvelle identité graphique en rupture totale avec la précédente. Créée par l'agence Campus Communication et déclinée comme un système graphique évolutif non figé, elle offre de nouvelles couleurs de référence, de nouveaux systèmes graphiques, de nouvelles typographies et un nouveau positionnement : « Be distinctive. » L'EM Strasbourg organise, début décembre, une conférence sur la marque dans l'enseignement supérieur à destination de la presse, afin d'analyser plus en profondeur les mouvements en cours dans les écoles et les universités.*

### Un projet ambitieux dans un contexte de différenciation et de fusions

Dans un contexte général de crise, de mondialisation de l'enseignement supérieur, de refus d'uniformisation, de fusions accélérées des écoles supérieures de commerce, l'EM Strasbourg a souhaité mettre à jour son image avec **un positionnement bien identifié et une signature porteuse de son positionnement.**

Pour Isabelle Barth, directrice générale de l'EM Strasbourg, « ce n'est pas un hasard, c'est tout simplement, après trois années de développement extraordinaire, la mise en phase du projet d'une grande école de management avec son image. »

C'est ainsi que la rentrée 2012 a marqué le début du déploiement d'une identité visuelle complètement repensée avec l'agence Campus Communication, spécialisée dans l'enseignement supérieur et la recherche. « Nous souhaitons **casser les codes et sortir des modèles très classiques**, très sobres et épurés des business school françaises », explique Édouard Gassin, cofondateur de l'agence.

L'école, née de la fusion entre l'IECS et l'IAE de Strasbourg en octobre 2007, réaffirme aujourd'hui son nom et son ancrage dans un territoire avec la marque « EM Strasbourg ». Elle y ajoute un slogan, « be distinctive », qui rappelle son ADN unique de par son appartenance à l'université de Strasbourg.

**Retrouvez le clip « Be distinctive » sur YouTube à l'adresse suivante : <http://youtu.be/nDMI32x45oQ>**

**Retrouvez le site spécialement dédié à la nouvelle identité : [www.be-distinctive.eu](http://www.be-distinctive.eu)**

### Un changement d'identité visuelle sans être un changement d'identité

Changer d'identité visuelle, ce n'est pas changer d'identité. C'est mettre en valeur la personnalité et le positionnement unique de l'EM Strasbourg. « Be distinctive », c'est un mot d'ordre mais aussi une réalité : l'ADN de l'école est différent parce qu'universitaire. « Be distinctive », c'est aussi une invitation : les candidats à l'EM Strasbourg doivent connaître, assumer et faire fructifier leurs différences.

Pour que le nouveau logo – et son **système déclinable** imaginé par l'agence Campus Communication – ne soit pas une simple amélioration, sa naissance permet également de moderniser tous les outils de l'EM Strasbourg. Le graphisme retenu répond ainsi à la volonté de l'école de **marquer sa différence.**



## Présentation des logos

### - Bref rappel historique

Le logo originel, créé à l'automne 2007, résulte d'une déclinaison de logo de l'ex-université d'appartenance, l'Université Robert-Schuman. La campagne de lancement de l'EM Strasbourg s'est déroulée de mars à septembre 2008, quelques mois avant la fusion d'envergure des trois universités strasbourgeoises, qui a donné naissance à l'Université de Strasbourg, le 1<sup>er</sup> janvier 2009.



Aujourd'hui, la nouvelle identité graphique de l'EM Strasbourg cherche à **mettre en valeur la diversité, l'ouverture d'esprit, l'initiative et la différence**. C'est ainsi que le nouveau logo de l'EM Strasbourg Business School s'accompagne d'**une série de logos dérivés**.

### - Logo institutionnel



### - Logos dérivés organisations



### - Logos dérivés laboratoires



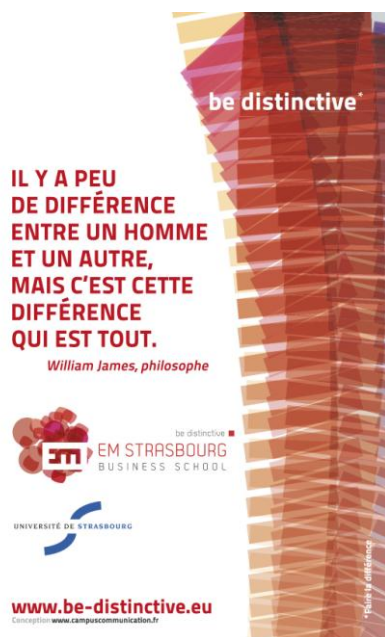
## Quelques clés pour décrypter ce nouveau logo et sa baseline

Le signe central reprend la forme de l'entrée du Pôle européen de gestion et d'économie (Pege), où est installée l'EM et auquel étudiants et personnels sont très attachés. Les lettres E et M s'y imbriquent de façon discrète, à la manière d'un casse-tête, comme **un défi lancé** à l'observateur. La forme en arrière-plan, non géométrique, diverse, éclatante, peut s'interpréter comme **une éclosion**, tandis que la couleur rouge orangé, vive et pleine de nuances, rappelle celle du **bâtiment de l'EM**, en plein cœur du campus strasbourgeois. L'ensemble marque la promesse que les particularités de ceux qui se forment à l'EM pourront s'exprimer au sein de l'école puis dans la vie professionnelle et personnelle qui les attend.



### **Le logo et la baseline expliqués par Isabelle Barth, directrice générale de l'EM Strasbourg et Édouard Gassin, gérant et cofondateur de l'agence Campus Communication**

Le projet de changement d'identité graphique de l'EM Strasbourg a spécialement intéressé l'équipe créative de Campus Communication : « Nous avons tout de suite pensé qu'il fallait travailler sur la base d'une "**business school pas comme les autres**". Il y avait quelque chose d'original à imaginer, avec une envie de montrer une différence forte avec les autres écoles », témoigne Édouard Gassin.



*Visuel de la campagne publicitaire de l'EM Strasbourg à retrouver en novembre dans Le Monde, Les Échos, Courrier International...*

Pour Isabelle Barth, « la formation au sein de notre école est le point de départ d'expériences qui forgeront l'avenir professionnel de nos étudiants. Dans notre nouveau logo, **le bloc central, stable, solide, symbolise cet ancrage**. C'est de là que vont rayonner de multiples flux d'idées, de projets, de personnes... C'est ce **bouillonnement intense**, à la fois intellectuel et actif, que symbolise aussi ce nouveau visuel. »

« Nous avons essayé de sortir des modèles très classiques, très sobres et épurés des business school françaises, de **casser les codes**. Cette volonté a très vite donné naissance à la baseline "be distinctive", explique Édouard Gassin. Pour Isabelle Barth, « la baseline "be distinctive" est **un message, une envie, un projet à partager, qui s'adresse tout particulièrement aux étudiants**. En 2012, être "le meilleur" n'a plus le même sens, il s'agit de **penser différemment, de sortir du cadre, d'être créatif, de se distinguer** ».

Ce message, Campus Communication l'a adapté dans le visuel et dans les couleurs : « Nous avons créé non seulement une **identité complètement différente** - choisir des couleurs tranchantes comme le rouge plutôt que le bleu traditionnel des autres ESC, des bulles plutôt que des lignes... - mais nous l'avons également adaptée afin qu'elle soit toujours **repérable quelle que soit la cible** : entreprises, étudiants, recherche... », précise Édouard Gassin.

Isabelle Barth ajoute : « Se différencier, c'est également un impératif pour l'EM Strasbourg qui, forte de son appartenance universitaire, doit

offrir aux étudiants ce petit plus, ce **point de vue décalé qui leur permettra de se distinguer**. Nous avons pour projet de les accompagner dans le développement de leurs talents, de leurs savoirs, de leurs savoir-faire et de leurs **savoir-être "distinctifs"**. "Be distinctive" à l'EM Strasbourg, c'est notre projet pour les étudiants. Maintenant, c'est à eux de faire la différence! ».

### **Le choix du graphisme par Xavier Drouaud, directeur artistique indépendant**

« Le travail sur l'identité est au final la **traduction presque littérale des valeurs de l'EM Strasbourg**. Permettre l'expression des individus au sein d'un **cadre solide et stable, ne pas formater, ne pas figer mais permettre**

**l'épanouissement, révéler.** L'école est un point de départ, l'ouverture des possibles. Le signe traduit ces éléments en dessinant un cadre qui est **un point d'entrée facilitant l'effervescence**, un point de repère qui fédère en laissant à chacun sa liberté d'expression. »

### Priorité à l'appropriation en interne

Avant la rédaction d'un brief à l'agence de communication, la consultation interne a été la priorité de l'équipe de direction de l'école. Elle a en effet souhaité **impliquer les parties prenantes** - personnels administratifs, enseignants et étudiants - dans ce projet de refonte de l'identité visuelle. **Stéphane Dangel, spécialiste du storytelling**, a ainsi animé des groupes de travail au cours desquels les personnels ont pu partager leurs idées sur l'avenir et l'image de l'EM Strasbourg. Le service communication a aussi organisé **un concours pour les étudiants** qui ont travaillé de leur côté sur l'image de l'école. Autant de réflexions qui ont alimenté le brief finalement remis à l'agence de communication.

Édouard Gassin témoigne : « L'école était prête à jouer le jeu, à sortir des codes traditionnels et à revoir complètement l'ancien logo très classique. Le dispositif de communication interne a été très important et a permis que le logo et ses déclinaisons soient très bien acceptés par toutes les cibles. C'est la première fois que nous rencontrons une telle acceptation du changement en interne de la part de tous les services. »

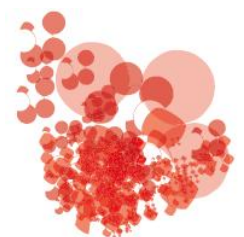
À l'été 2012, la nouvelle identité visuelle a été validée par l'équipe de direction. Une présentation du projet a été mise en place par petits groupes. Puis, à la rentrée, des goodies originaux (des préservatifs notamment) portant le nouveau logo ont été distribués aux étudiants afin qu'ils s'approprient cette nouvelle identité avant que celle-ci ne soit dévoilée en externe.

### Les systèmes graphiques

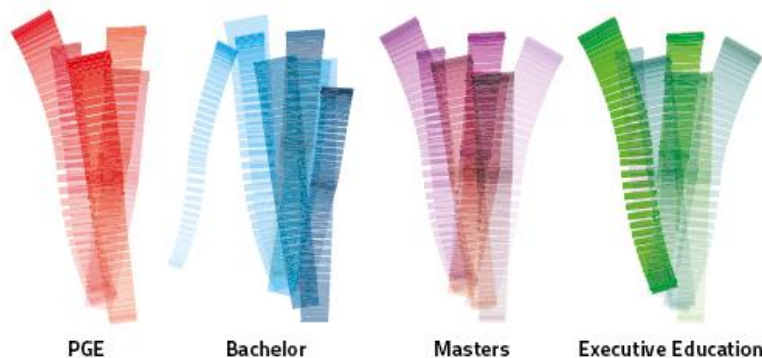
La nouvelle identité arbore de nouveaux systèmes graphiques permettant la richesse des programmes de l'école, tout en préservant la cohérence graphique et esthétique.

#### - Institutionnel

Le système graphique « institutionnel » reprend les codes du nouveau logo de l'EM Strasbourg. L'idée ? **La diversité et la différence d'aujourd'hui sont des tremplins à la réussite.** On y retrouve également une **idée d'effervescence et de foisonnement des profils individuels.**



#### - Formation



Avec ces « buildings » stylisés, la nouvelle identité de l'EM Strasbourg cherche à **valoriser les trajectoires professionnelles variées de ses étudiants**. On y retrouve l'idée de **progression et de multiplicité des voies professionnelles**.

#### - Entreprises

Aujourd'hui et davantage demain, la diversité sera au cœur des entreprises en mouvement. Ce système vise à **valoriser le foisonnement du monde de l'entreprise**.



Entreprises



Taxe d'apprentissage

#### - Recherche

Au sein de ce système, on retrouve les différents éléments graphiques composant les logos des laboratoires Large (Laboratoire de recherche en gestion et économie) et Humanis (Humans and Management in Society).



---

**Campus Communication** est la première agence dédiée à la communication de l'enseignement supérieur et de la recherche. Les activités s'organisent autour du conseil, de réalisations de campagnes et supports (print, web), d'études (audit, bilans d'image) et d'un programme de formation réservé aux professionnels des services communication. Leurs références : UMPC, Paris 7, Paris 8, UPEC, UVSQ, universités de Strasbourg, Nantes, Angers, Avignon, Limoges, La Rochelle, Lille 1, PRES de Lyon, Toulouse, Université européenne de Bretagne, UNAM...  
[www.campuscommunication.fr](http://www.campuscommunication.fr)

---

**Xavier Drouaud** est directeur artistique indépendant. Son champ d'activité couvre l'identité visuelle, l'édition, la conception d'interface, l'ergonomie logicielle. Il œuvre pour des clients institutionnels publics (ministères, collectivités territoriales, universités et grandes écoles) et aussi pour des grands groupes privés.

Ses références : l'École polytechnique, l'École normale supérieure, l'EDHEC, les universités de Tours, Versailles-Saint-Quentin (UVSQ), Paris Est Créteil (UPEC), Panthéon Assas, Paris Ouest Nanterre la Défense, Caen, l'École centrale de Nantes, Nantes Métropole, Montpellier Agglomération, le conseil général de Loire-Atlantique, la région Pays-de-la-Loire, l'Agence régionale de développement d'Île-de-France, la ville de Nantes, la ville de Quimper, Mitsubishi Electric France, Canon France...

En parallèle de ses activités de directeur artistique, il enseigne la création graphique aux étudiants du département Info&Com de l'Université de Nantes.

---

**EM Strasbourg : un pôle d'enseignement unique en France**

*Ce pôle d'enseignement propose un Programme Grande École en management avec une spécificité internationale et 35 formations bac +3 à bac +8 dans tous les grands domaines de la gestion. Ses cursus se déclinent en formation initiale, continue et en apprentissage.*

*Accréditée EPAS pour son Programme Grande École et certifiée Qualicert, l'EM Strasbourg a pour ambition de former des managers capables de s'adapter aux nouveaux défis du management, de la mondialisation et de la numérisation de l'économie. L'École garantit à chaque diplômé la maîtrise de savoirs et de savoir-faire à la fois transversaux et spécialisés, indispensables au développement des entreprises à travers le monde. Elle insiste sur la transmission des valeurs sur le management du développement durable, de l'éthique et de la diversité. Située au cœur de Strasbourg, capitale européenne, étudiante et culturelle, l'EM Strasbourg accueille 2 500 étudiants et compte 82 enseignants-chercheurs, 30 visiting professors, 600 intervenants professionnels et 15 000 diplômés.*

[www.em-strasbourg.eu](http://www.em-strasbourg.eu)

---



[www.facebook.com/EM.Strasbourg.Business.School](https://www.facebook.com/EM.Strasbourg.Business.School)



[www.twitter.com/EMStrasbourg](https://www.twitter.com/EMStrasbourg)



[www.viadeo.com/hu/00225qm2hcdeqqjx/em-strasbourg](https://www.viadeo.com/hu/00225qm2hcdeqqjx/em-strasbourg)



[www.youtube.com/user/emstrasbourg](https://www.youtube.com/user/emstrasbourg)

**Contact presse : EM Strasbourg, Stéphanie Masson, attachée de presse,  
[stephanie.masson@em-strasbourg.eu](mailto:stephanie.masson@em-strasbourg.eu), 03 68 85 80 67**