

Communiqué de presse

Sylvie Hertrich, de l'EM Strasbourg, reçoit le prix Top cas en marketing pour son étude sur le lancement de l'Audi A1

Strasbourg, mai 2013. Le 29 mai 2013, la Centrale de cas et de médias pédagogiques (CCMP) de la chambre de commerce et d'industrie de Paris a décerné le prix Top cas en marketing à Sylvie Hertrich (EM Strasbourg) et Ulrike Mayrhofer (IAE Lyon). Leur cas « Audi A1 : le marketing d'une citadine premium », réalisé avec la direction marketing de l'entreprise Audi (groupe Volkswagen), est en effet le plus diffusé auprès des établissements d'enseignement supérieur en 2012.

Un plan marketing pour le lancement de l'Audi A1

Le prix Top cas en marketing est attribué aux auteurs du cas de marketing qui a connu la plus large diffusion auprès des établissements d'enseignement supérieur durant l'année écoulée. Il a récompensé, le 29 mai 2013 à la CCI de Paris, le cas « Audi A1 : le marketing d'une citadine premium » de Sylvie Hertrich, docteur en sciences de gestion à l'EM Strasbourg, et Ulrike Mayrhofer, professeur des universités à l'IAE Lyon, réalisé avec la direction marketing de l'entreprise Audi (groupe Volkswagen).

Le cas primé porte sur le lancement du modèle Audi A1, qui est positionné sur le segment des petites voitures premium destinées à une clientèle jeune et citadine. Sur ce segment en forte croissance, la marque Audi doit affronter la concurrence directe de trois autres modèles : la Mini, la Citroën DS3 et l'Alfa Romeo MiTo. Le cas contient des informations détaillées sur la marque Audi, le groupe Volkswagen, l'évolution du marché automobile et le segment des voitures premium. Il présente le plan marketing élaboré par l'entreprise pour introduire le modèle Audi A1 sur le marché français.

Deux expertes dans la création d'études de cas pédagogiques

Sylvie Hertrich et Ulrike Mayrhofer ont développé une riche expertise dans le domaine de la création et l'animation d'études de cas pédagogiques. Elles ont réalisé une trentaine de cas en collaboration avec des entreprises comme Adidas, Audi (Volkswagen), Club Méditerranée, Danone, Hilton, Lustucru (Panzani), Peugeot (PSA Peugeot Citroën) et W Hotels (Starwood Group) : près de 80 000 étudiants ont déjà travaillé sur leurs études de cas. Elles sont régulièrement récompensées pour leurs études et ont récemment reçu le prix Top cas en marketing 2011 pour le cas « Lustucru : le marché de la Lunch Box », et le prix Top cas en stratégie 2011 pour le cas « Audi : la conquête des marchés internationaux ».

Les deux auteurs ont également publié un ouvrage collectif portant sur des études de cas en marketing (Editions Management & Société, 2008).

À propos des auteurs

Sylvie Hertrich, docteur en sciences de gestion, est enseignant-chercheur à l'EM Strasbourg, Université de Strasbourg, où elle dirige le master 2 Marketing et gestion d'événements. Après avoir été directrice d'une agence de communication à Francfort, elle enseigne aujourd'hui le marketing et fait de la recherche dans le domaine de la communication. Elle effectue également de nombreuses missions d'enseignement à l'étranger.

Ulrike Mayrhofer est professeur des universités à l'IAE Lyon, Université Jean-Moulin Lyon 3, et directrice du Centre de recherche Magellan. Ses domaines d'enseignement et de recherche concernent le marketing, le management international et le management stratégique. Elle a écrit plusieurs ouvrages et de nombreux articles pour des revues scientifiques et professionnelles.

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.facebook.com/EM.Strasbourg.Business.School
www.viadeo.com/hu/00225qm2hcdeqqjx/em-strasbourg



www.twitter.com/EMStrasbourg
www.youtube.com/user/emstrasbourg



Contact presse : EM Strasbourg, Stéphanie Masson, attachée de presse

stephanie.masson@em-strasbourg.eu, 03 68 85 80 67