

ECOLE DE MANAGEMENT STRASBOURG

Play by the rules

www.youtube.com/emstrasbourg

Paris, juin 2010. L'EM Strasbourg vient de lancer une campagne buzz intitulée « Play by the rules », la première réalisée dans l'enseignement supérieur. Cette campagne décline via 3 films hébergés sur YouTube les valeurs de l'école : la diversité, le développement durable et l'éthique. Michel Kalika, Directeur, Julien Sultan Fournier, Responsable production audiovisuelle et Pierre Gaël Pasquiou, étudiant de 2^{ème} année, nous éclairent sur les enjeux d'une telle action de communication.

Michel Kalika, Directeur de l'EM Strasbourg : Pourquoi vous êtes-vous impliqué personnellement dans la campagne « Play by the rules » ?

« En tant que directeur, je m'implique personnellement dans les échanges avec les professeurs, les élèves des classes préparatoires et auprès de tous les candidats à l'EM Strasbourg. Il me semblait donc naturel de participer à une campagne qui illustre nos valeurs et s'adresse aux étudiants en utilisant leurs codes. En outre, notre plan stratégique prévoit de renforcer la formation à un environnement numérisé. Nous nous devons donc d'affirmer l'implication de l'Ecole sur Internet et les réseaux sociaux. Enfin, EM Strasbourg, saluée à maintes reprises pour son sérieux académique, est en forte progression dans les classements et nous voulions marquer le coup de façon innovante et décalée. »

Julien Sultan Fournier, Responsable Production audiovisuel à Noir sur Blanc : Pourquoi avoir proposé une campagne buzz à l'EM Strasbourg ?

« Aujourd'hui les écoles et les universités ne peuvent plus se passer d'une véritable stratégie web 2.0. Cependant les médias sociaux ne sont que des outils (des tuyaux) au service d'objectifs de communication, leur utilisation doit être mûrement réfléchie en fonction des ressources et des besoins de chaque institution. C'est pourquoi, la définition et l'orchestration d'une stratégie web 2.0 requiert beaucoup de doigté : nous sommes face à une multitude de tuyaux qu'il convient de sélectionner et de remplir avec des contenus adaptés et pertinents.

La campagne "Play by the rules" joue un rôle central dans la stratégie web 2.0 proposée à l'école. Les 3 films réalisés en collaboration avec les étudiants nous ont permis d' "alimenter les canaux de diffusion" préalablement mis en place avec

l'école (chaîne Youtube, fan page Facebook, Twitter), tout en véhiculant l'esprit ainsi que les messages de communication de l'école, au travers des 3 valeurs qui la représentent le mieux.

Nous avons choisi de réaliser cette campagne en anglais, car l'EM Strasbourg est une école internationale qui place 40% des étudiants en premier poste à l'étranger. Les 3 films ont d'ores et déjà été visionnés sur les 5 continents.

Enfin, nous avons opté pour un format vidéo pour cette campagne car c'est le format le plus pertinent pour toucher un public jeune. C'est aussi le plus viral car il s'échange très facilement. Les étudiants ont ainsi pu relayer la campagne via leurs comptes Twitter et Facebook.

Les films de la campagne « Play by the rules » ont été vus plus de 20 000 fois en un mois.

Verbatim de Pierre-Gaël Pasquiou, étudiant en 2^{ème} année du Programme Grande Ecole

« Cette campagne à laquelle nous avons pris part en tant qu'acteurs et qui a été tournée dans nos locaux est une expérience vraiment excitante. C'est un honneur pour nous d'être ambassadeurs de notre institution au travers d'une action de communication innovante qui reflète les valeurs que nous vivons au quotidien. Nous étions très impatients de voir les films et la réaction du public. Les étudiants ont immédiatement été séduits par les clips et la diffusion sur Youtube leur a permis de prendre part au buzz en relayant les vidéos au travers de leurs profils Facebook, de leurs comptes Twitter ou encore de leurs boîtes mails. C'était impressionnant de voir comment en peu de temps nous avons pris la toile d'assaut. Pour des étudiants en école de commerce, c'est très instructif de participer à une action de communication qui utilise notre langage, nos codes et nos outils. »

Ecole de Management Strasbourg : un pôle d'enseignement unique en France

Ce nouveau pôle d'enseignement propose un Programme Grande École en management avec une spécificité internationale et 40 formations bac +3 à bac +8 dans tous les grands domaines de la gestion : Achat, Audit, Comptabilité-contrôle, Développement durable, Entrepreneuriat, Finance, Finance islamique, Marketing, Management généraliste et sectoriel, Ressources Humaines, Supply Chain. Ces cursus se déclinent en formation initiale, continue et en apprentissage.

Accréditée EPAS pour son Programme Grande Ecole et labellisée Qualéthique, l'EM Strasbourg a pour ambition de former des managers capables de s'adapter aux nouveaux défis du management de la mondialisation et la numérisation de l'économie. L'Ecole garantit à chaque diplômé la maîtrise de savoirs et 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'Ecole de Management Strasbourg accueille plus de 2 000 étudiants et compte 90 enseignants-chercheurs, 30 visiting professors, 600 intervenants professionnels et 11 000 diplômés.

Contact presse :

Michèle Schmitt, Tél. : 03 68 85 83 63 michele.schmitt@em-strasbourg.eu