

EM Strasbourg lance une campagne de communication de marque nationale

Paris - Publié le mardi 10 novembre 2015 à 17 h 59 - Actualité n° 55691 - Imprimé par ab. n° 13929

« On ne choisit pas son nom, mais on choisit qui on devient », c'est le slogan de la nouvelle campagne de communication de marque lancée par l'EM Strasbourg le 09/11/2015 dans les principaux médias nationaux - Le Monde, Les Echos, Challenge, l'Equipe, etc. - et sur les réseaux sociaux. La campagne met en scène quatre personnes homonymes de célébrités françaises connues à l'international, comme Christine Lagarde, Didier Deschamps, Sophie Marceau et Claire Chazal. D'après les informations recueillies par News Tank, le budget global - création et publicité - consacré à cette campagne s'élève à 200 000 €.

-
- L'EM Strasbourg lance le 09/11/2015 une campagne de communication de marque dans les principaux médias nationaux - Le Monde, Les Echos, Challenge, L'Equipe, la Harvard business review, etc. - et sur les réseaux sociaux.
 - La campagne met en scène quatre homonymes de personnalités françaises connues à l'international, comme Christine Lagarde, Didier Deschamps, Sophie Marceau et Claire Chazal, avec pour slogan « On ne choisit pas son nom, mais on choisit qui on devient ».
 - D'après les informations recueillies par News Tank, le budget global - création et publicité - consacré à cette campagne s'élève à 200 000 €.
 - « A travers cette campagne, l'école ne se positionne pas sur des produits ou des services mais prend la parole sur sa marque, son ADN » indique Edouard Gassin, directeur de Campus Com qui a conçu cette campagne avec l'EM Strasbourg. « Les établissements d'enseignement supérieur prennent rarement la parole de cette manière. En général, les écoles communiquent sur les axes transversaux comme la qualité des formations, l'international, les alumnis, etc. Nous avons du "maturer" un discours, avec les équipes de l'EM Strasbourg, pour aller chercher en profondeur ce qui fait la différence de l'EM Strasbourg. »
 - Interrogé sur le déploiement de cette campagne à l'étranger, Edouard Gassin indique qu'il est « en stand-by pour des raisons budgétaires. La campagne doit exister à l'international, notamment dans des revues de management, c'est pourquoi parmi les personnes homonymes, Christine Lagarde a été choisie. »

EM Strasbourg Business School



Directrice générale : Isabelle Barth

Double appartenance à la **Conférence des Grandes Écoles** et au réseau national des IAE (IAE France).

Labels et accréditations : AACSB, Qualicert, Epas-EFMD pour le Programme grande école, label diversité Afnor.

Membre de l'AFMD (Association française des managers de la diversité)

Chiffres clés :

- 2 900 étudiants
- 29 formations de bac +3 à bac +8
- 202 accords d'échanges universitaires dans 55 pays
- 15 000 diplômés

EM Strasbourg Business School

61 avenue de la Forêt Noire
67085 Strasbourg Cedex - FRANCE



Fiche n° 1884, créée le 05/05/14 à 12:22 - MàJ le 11/06/14 à 14:50

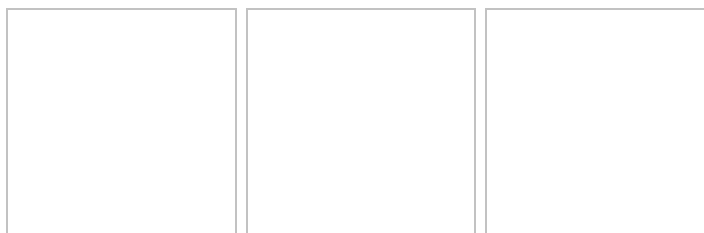
Stéphanie Masson

Attachée de presse

EM Strasbourg Business School

03 68 85 80 67

stephanie.masson@em-strasbourg.eu



CONTACT