



## FUTURE OF DATA & AI FOR MARKETING

JEUDI 25 JUIN 2020  
LA CONFÉRENCE EN LIGNE N°1

Inscrivez-vous

Redéfinir sa stratégie Marketing grâce à la Data & l'IA

- f
- t
- in
- 
- 

10 MASTERCLASS

50 EXPERTS DATA

LA CONFÉRENCE EN LIGNE N°1

Inscrivez-vous

- in
- 
- 

NEWS

### Objectif rentrée : Rencontre avec l'École Supérieure de Publicité (ESP)

La rentrée approche à grand pas et il est encore temps de choisir une formation pour l'an prochain. Quelles sont les écoles qui forment à l'événementiel, les formations dispensées, leurs particularités, et comment les instituts de formation envisagent-ils la rentrée et l'impact de la crise sanitaire ? Cette semaine, Mélanie Viala, DG de l'ESP, nous en dit plus sur les formations de son école et sur la spécialisation à l'événementiel.

Publié le 17/06/2020 à 17:10, mis à jour le 17/06/2020 à 17:10.



© DR

### Quelles sont les formations que vous proposez et leurs spécificités ?

L'ESP, École supérieure de publicité, existe depuis 1927. C'est la première école de communication en France, fondée par un collectif de professionnels en agence. Elle porte dans ses gènes le fait d'avoir été fondée par des professionnels. Un comité d'experts se réunit très régulièrement pour discuter, et renouveler notre pédagogie en permanence.

L'ESP est accessible dès le Bac, avec un BTS communication qui a affiché 100% de réussite l'an dernier. Nous proposons également un bachelor, qui est une formation très professionnalisante. En troisième année, les étudiants peuvent choisir une spécialisation, parmi lesquelles « relations publiques et événe-

club DES ANNONCEURS

THE BRAND IMMERSION *move*

5 NOVEMBRE 2020 — 18H30  
YOYO — PALAIS DE TOKYO

JE M'INSCRIS

En partenariat avec:

#### L'agenda

JEU. 18 JUIN | Comment utiliser TikTok pour booster la visibilité de votre marque

JEU. 18 JUIN | Repenser le travail après la crise

JEU. 18 JUIN | 6 étapes pour optimiser sa gestion de contenu en entreprise

#### Les dernières news

Petite histoire du grand confinement de l'événementiel... et de sa sortie.

Michèle Benzeno : « Nous voulons créer

+ de 30 TÉMOIGNAGES DE MARQUES

- PIERRE FABRE
- YVES ROCHER
- RENAULT
- DANONE
- SUEZ
- ID-KIDS
- LA REDOUTE
- GROUPEMENT LES MOUSQUETAIRES
- COLISSIMO

Inscrivez-vous

mentiel ». Toutes ces formations sont en alternance dès la troisième année : un jour par semaine à l'école (durant lesquels sont organisés des séminaires thématiques) et le reste du temps en entreprise, avec, plusieurs fois dans l'année une semaine entière à l'école. Durant les séminaires, nous abordons la méthodologie de l'événementiel, les relations presse, la communication de crise, les influenceurs etc.

### **Vous ne proposez pas à proprement parler de formation à l'événementiel, mais on a le sentiment que l'événementiel irrigue toutes vos formations. Est-ce le cas ?**

L'École Supérieure de Publicité et l'École Supérieure du Digital (ESD) fonctionnent ensemble et intègrent chacune une touche événementielle. Le moment le plus fort et le plus emblématique de notre foi en l'événementiel s'exprime lors du Digital Event, un moment intégré dans la quasi-totalité de nos formations : pendant deux semaines, les étudiants vont être mélangés et devront proposer une soirée événementiel qui devra montrer tous les savoir-faire de l'école sur un thème donné. Ils doivent tout faire de A à Z et gérer l'intégralité du projet en deux semaines.

Cette dynamique événementielle n'a pas uniquement une vocation pédagogique, elle nous anime au quotidien. D'ailleurs, nous avons prolongé cette dynamique en digital durant le confinement avec des conférences et masterclasses sur Facebook pour l'ESP, et une émission quotidienne sur Twitch pour l'ESD.

### **La crise va-t-elle durablement impacter vos formations ?**

Certaines réflexions étaient en gestation avant la crise sanitaire et se trouvent renforcées : nous pensions par exemple faire des focus sur les technologies de l'événementiel digital, ou encore parler de « green & digital event ». Nous avons vu lors de cette crise sanitaire que les événements digitaux étaient capables de générer beaucoup d'engagement. Même si je crois fondamentalement aux rassemblements physiques, le digital est désormais une option valable.

L'an prochain, nous allons demander à nos étudiants d'organiser un événement full digital.

### **Comment envisagez-vous la rentrée ?**

Nous avons envisagé différents scénarios, en fonction des mesures sanitaires qui seront décrétées.

Le scénario 1 : tout va bien, le retour à la normale et possible et nos étudiants rentrent en classe, une fois par semaine, avec la mise à disposition de gel hydroalcoolique, et le respect des règles de distanciation physique.

Le scénario intermédiaire serait d'alterner la venue des élèves une classe sur deux : l'une sur le campus, l'autre à distance. Enfin, le dernier scénario serait de passer intégralement à distance. Nous avons pu le faire donc nous le referons si c'est nécessaire.

### **S'inscrire à une formation sur l'événementiel aujourd'hui, est-ce toujours une bonne idée ?**

Oui, à condition de préparer nos étudiants à toutes les formes d'événementiel. L'événement est la colonne vertébrale de toute communication. C'est un concept, un message à transmettre. On ne peut pas faire de communication sans penser à l'événement.



**une offre qui permettra d'allier les avantages du digital et du physique. »**



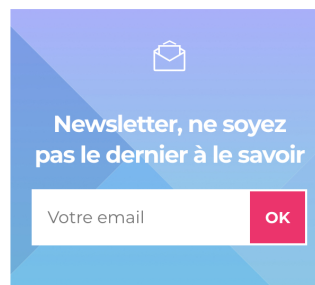
**Agency futures : les agences face au « New Deal »**



**Pierre-Emmanuel Cros : « L'hybridation élargit le champ des possibilités »**



**Pour qu'une année blanche ne se transforme pas en année noire !**



### **Les derniers events à jour**



## À lire aussi



### Agency futures : les agences face au « New Deal »

Fort du succès de la première conférence Agency Futures, en juin 2019, Mind propose deux nouveaux...



### Michèle Benzeno : « Nous voulons créer une offre qui permettra d'allier les avantages du digital et du physique. »

Digitalisation des events, agilité et politique mise en place durant la crise, avenir du...



### Pierre-Emmanuel Cros : « L'hybridation élargit le champ des possibilités »

Quel avenir pour le mobile ? Et comment tirer les leçons de la crise ? Nouveau président de la...