

## 1200 étudiants de l'École Supérieure de Publicité mettent leur expertise au service de la transition écologique à travers le projet Com' for Climate.

Consciente de l'urgence climatique, l'École Supérieure de Publicité lance cette année la première édition de Com' for Climate, un projet pédagogique ambitieux mobilisant plus de 1 200 futurs professionnels de la communication au service de la transition écologique. Ce projet s'inscrit dans un plan de transformation plus profond ; depuis deux ans, l'ESP opère sa propre transition écologique avec la mise en place de diverses actions.

### COM FOR CLIMATE : UN ÉVÉNEMENT CATALYSEUR MOBILISANT LES TALENTS AUTOUR DE LA RSE

*Plus de 1 200 étudiants pour répondre à des briefs RSE*

Fondée en 1927, l'École Supérieure de Publicité (ESP) tient sa longévité et sa renommée à sa capacité à **réinterroger régulièrement les codes, anticiper les évolutions des métiers et se renouveler** chaque année pour répondre aux grands enjeux du monde contemporain, telle que la crise écologique que nous traversons. Pour embrasser cette nouvelle donne, elle lance la première édition de **Com' for Climate** : du **12 au 23 juin prochain**, **1200 étudiants de l'ESP Paris** (de 3<sup>e</sup>, 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> année) mettront la communication au service de la transition écologique.

Répartis en mini « agences » de communication, ils devront répondre à des problématiques RSE, portées par **France Nature Environnement, Veolia, NOUS Anti-Gaspi, France Énergie Éolienne, Label Emmaüs, EDF, La Belle Forêt, Brico Dépôt et Numeum**. Ils travailleront également sur 3 briefs libres : Hacktivisme, Court-métrage et Docu-fiction.



Les futurs professionnels de la communication auront deux semaines pour travailler sur des **actions de sensibilisation, de notoriété ou encore de marque employeur**. Cet exercice représente une opportunité concrète de construire une recommandation de niveau professionnel, tout en étant accompagné par des coaches, experts de la communication et du marketing.

À l'issue des dix jours de compétition, les équipes finalistes présenteront leurs recommandations sous format vidéo devant les annonceurs lors d'une **grande cérémonie de remise de Prix, au Grand Rex à Paris**. Les livrables les plus innovants et percutants seront récompensés par un jury d'experts.

## *Une communauté de partenaires engagés pour transmettre leur expertise*

Ce projet bénéficie du soutien de **deux partenaires, Saatchi & Saatchi et Hopscotch**, agences de communication pionnières et très engagées en matière de RSE, toutes deux **labellisées RSE Agence Active par l'AACC**. Représentantes du secteur de la publicité lors de la Convention des Entreprises pour le Climat, elles contribuent à le transformer et le responsabiliser pour faire émerger de nouvelles pratiques. En plus de recommander des annonceurs porteurs de briefs en lien avec le climat et la RSE, elles feront partie des membres du jury final, et contribueront à la **programmation des masterclasses** animées entre autres par Yannick Servant, Cofondateur de la Convention des Entreprises pour le Climat, ou Yasmina Auburtin, Consultante Éditorial à impact chez Imagine 2050.

Au-delà de l'ambition pédagogique de ce projet, la volonté partagée de l'ESP et de ses partenaires est aussi d'**attirer et fédérer des talents** : des professionnels de la communication et du marketing, capables de s'emparer de ces sujets et transmettre leur expertise pour former des communicants responsables.

« Com' for Climate est l'occasion de partager notre expertise en termes de communication responsable, avec le maximum d'enthousiasme. Notre volonté est de transformer l'éco-anxiété des étudiants en envie d'agir dans les métiers qui seront les leurs demain. »

**Olivier Bailloux**, *Directeur du Planning Stratégique et de la RSE - Saatchi & Saatchi*

« En tant que pionnier en matière de communication responsable, le Groupe Hopscotch est très heureux d'être partenaire de cette première édition de Com' for Climate. Ce projet s'inscrit parfaitement dans notre volonté d'aller vers toujours plus d'exemplarité et de responsabilité dans la mise en place et la diffusion de bonnes pratiques, que ce soit auprès de nos clients, ou comme ici, d'étudiants futurs professionnels de la communication. Comme l'ESP, nous sommes convaincus que la communication est la clé d'une transition indispensable, que nous continuerons de mener activement. »

**Cécile Granat**, *Managing Director Hopscotch PR*

## **LE RÔLE À JOUER DE L'ESP EN TANT QU'ACTEUR DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA COMMUNICATION**

### *Former des professionnels et citoyens responsables*

Le projet Com' for Climate est né d'une prise de conscience. Chaque année, l'**École Supérieure de Publicité forme plus de 2600 jeunes**, avec la volonté d'en faire des **citoyens éclairés, conscients des enjeux du monde actuel, et de leurs responsabilités**. Alors que l'école s'efforce de faire vivre et résonner au quotidien ses valeurs sociales et citoyennes, il est apparu évident qu'en tant qu'établissement d'éducation supérieure, elle avait un rôle déterminant à jouer dans la grande transition écologique et sociale qui est en train de se jouer.

La jeune génération semble aussi en perte de repères : elle manifeste des signes d'inquiétude, et une incapacité à se projeter dans cet avenir incertain. Cette situation peut être attribuée à l'impact de la crise covid mais aussi au climat, et l'ESP ne peut se satisfaire de cette solastalgie.

L'école a la conviction que ses étudiants, en tant que **futurs professionnels confrontés à ces enjeux RSE, doivent être acteurs de la solution, résolument tournée vers la communication**.

## La communication, levier incontournable de la mobilisation

À l'ESP, les équipes pédagogiques ont la conviction que la communication représente un puissant **vecteur de changement des mentalités dans la transition écologique**.

Secteur économique à part entière pesant 32,7 milliards d'euros en France en 2022\*, la communication doit être mise au profit de cette grande cause dans le but de sensibiliser, remporter l'adhésion et mobiliser plus rapidement. Les communicants et publicitaires ont la possibilité de réinventer leur métier en remettant du sens dans les dispositifs.

À travers Com for Climate, l'ESP entend **former ses étudiants** sur les problématiques RSE mais aussi les éduquer pour **adopter ces bonnes pratiques afin d'être plus vertueux**.



\*étude Kantar - Veille RSE, mars 2022

## Intégrer la transition écologique au cœur des programmes de l'ESP

Les équipes de l'ESP ont très tôt saisi l'importance de former des professionnels du marketing responsables face aux enjeux du dérèglement climatique. L'ESP s'est donné un challenge de taille : faire des enjeux RSE la base de ses programmes afin que la nouvelle génération de professionnels du marketing et de la communication intègre « nativement » une démarche responsable dans ses pratiques.



Atelier Fresque du Climat avec des étudiants

Cela se traduit par :

- Une refonte des programmes pédagogiques pour intégrer un parcours obligatoire dédié aux enjeux socio-écologiques. (120 heures dédiées réparties de la 1<sup>re</sup> à la 5<sup>e</sup> année)
- La création d'un Mastère dédié « Marketing responsable et Communication éthique », en deux ans, avec une première promotion à la rentrée 2021

Niveau groupe, l'école a également mis en place d'autres actions dans le cadre de sa transformation écologique :

- La formation de l'ensemble des personnels dirigeants et encadrants aux enjeux socio-écologiques.
- La réalisation du bilan carbone du Groupe ESP-esd à l'été 2022, dont les résultats seront publiés courant 2023 et accompagnés d'un premier plan d'actions bas carbone.
- La révision de la stratégie internationale pour une réduction de l'empreinte carbone.

« Bien plus que la signature de l'école, "ESP, Advertising Next Generation" c'est la promesse réaffirmée de former la génération de communicants de demain ; une génération responsable, actrice du plus grand défi de ce siècle. Avec le projet Com' for Climate, nous souhaitons mobiliser la plus large communauté possible : nos étudiants, mais aussi leurs maîtres d'apprentissage, les alumni... »

**Mélanie Viala**, Directrice générale ESP-esd



## À PROPOS DE L'ESP

Advertising Next Generation. L'ESP propose des formations professionnalisantes du Bachelor au Mastère (de BAC+1 jusqu'à BAC+5) avec des spécialisations en stratégie marketing, communication corporate, création publicitaire, événementiel, RP, etc. Présente sur 5 campus en France (Paris, Lyon, Bordeaux, Toulouse et Nantes), l'ESP donne accès à des titres certifiés RNCP de niveaux 6 et 7 conçus en collaboration avec un board de personnalités du monde de la communication et du marketing.

L'école revendique un réseau actif de plus de 9000 anciens et une insertion professionnelle garantie grâce au rythme alterné en entreprise (91% des étudiants sont recrutés dans les 12 mois suivant leur sortie d'études, à un salaire moyen de 32 000 euros). Le Groupe ESP-ESD bénéficie de la certification Qualiopi au titre des catégories actions de formation, actions de formation par apprentissage, actions permettant de valider les acquis de l'expérience.

[www.espub.org](http://www.espub.org)

## À PROPOS DE SAATCHI & SAATCHI FRANCE

Saatchi & Saatchi France est une agence du Groupe Publicis à taille humaine de 130 personnes, animée par le même état d'esprit : « Nothing is impossible ! ». Elle accompagne de grandes marques comme SFR, Promod, Playstation, VISA, Teisseire, Matmut... sur des dispositifs de communication intégrés dans lesquels la création est toujours au service de l'efficacité des campagnes. Elle a participé à la première Convention des Entreprises pour le Climat et elle croit profondément au pouvoir de la communication pour accomplir la transformation nécessaire de l'économie et de la société.

## À PROPOS DE HOPSCOTCH

HOPSCOTCH est un groupe de communication international créé en France, dirigé par ses fondateurs et ses managers, tous guidés par une vision d'entrepreneurs portée par la complémentarité des expertises. Le credo d'HOPSCOTCH ? Les « Global PR » qui s'articulent autour d'un mix inédit entre digital, événementiel, influence, relations publics et marketing services. HOPSCOTCH réunit, au sein de son Hub parisien, à Lyon, à Lille et à l'international plus de 800 collaborateurs experts dans tous les métiers de la communication : influence, événement, activation, digitalisation, communication interne, affaires publiques, marketing services...

Convaincu que la valeur d'une entreprise ou organisation réside dans le soin apporté à son capital relationnel, HOPSCOTCH structure ses expertises autour de sa marque propre « Hopscotch » (Event / PR / Travel / Décideurs / Congrès / Luxe / Sport), et d'agences spécialisées : heaven, Human to Human, Le Public Système Cinéma, Le Public Système PR, Sagarmatha et Sopexa HOPSCOTCH dispose aujourd'hui d'un réseau international intégré, avec 34 bureaux répartis sur 5 continents, permettant une capacité d'intervention partout dans le monde. Côté sur Euronext Growth Paris (Code ISIN : ALHOP FR 00000 6527 8), le groupe a représenté, en 2021, un volume d'affaires de 153,7 millions € et 66,9 millions € de marge brute.

## CONTACTS PRESSE

Anne-Charlotte HUEL  
Directrice Communication ESP-ESD  
06 63 34 20 05 / [achuel@ad-education.com](mailto:achuel@ad-education.com)

Nadia BAHHAR-ALVES  
Directrice Communication AD Education  
06 68 83 68 43 / [nadia.bahharalves@ad-education.com](mailto:nadia.bahharalves@ad-education.com)

Monique KINDREBEOGO  
Responsable relations presse AD Education  
06 10 59 43 95 / [mkindrebeogo@ad-education.com](mailto:mkindrebeogo@ad-education.com)

