

Mélanie Viala (ESP) : « Com for Climate n'est pas un one shot ou un coup de com »

L' *ESP (Ecole Supérieure de Publicité)* et l'*ESD (Ecole Supérieure du Digital)*, organisent du 13 au 23 juin la 1ère édition de [Com for Climate](#), un projet école-entreprises axé sur la transition écologique dans la communication. 1200 étudiants planchent avec plusieurs entreprises comme *Veolia*, *France Nature Environnement*, *EDF*, *Label Emmaüs*, *EDF*, *Brice Dépôt* et *Nuneum*, sur des projets qui lient la transition écologique et la communication. *Mélanie Viala*, la directrice générale des réseaux d'écoles *ESD*, *ESP*, *EAC (Ecole des marchés de l'art, de la culture et du luxe)* et *ING (Institut National de la Gemmologie)* au sein du groupe *AD Education*, nous explique les tenants et les aboutissements de ce projet.



INfluencia : quelles sont les origines de Com for Climate ?

Mélanie Viala : notre école a été fondée en 1927. Elle est parvenue à tenir aussi longtemps car elle a toujours réussi à anticiper les tendances qui allaient impacter les métiers de la communication. La RSE et les bouleversements climatiques sont un changement majeur qui commence déjà à frapper la planète et qui va encore s'amplifier dans les années à venir. Depuis deux ans, les agences ne cessent de nous dire qu'elles reçoivent de plus en plus de briefs liés à la RSE. Elles sont toutes à la recherche de jeunes professionnels formés sur ces sujets et nos étudiants sont, eux, à la recherche de formations sur ces questions. Nous avons aujourd'hui passé le cap de la simple sensibilisation aux thèmes environnementaux. Le problème est que ces questions sont encore peu théorisées. Il est très difficile de trouver des intervenants qui soient capables de proposer 30 ou 40 heures de cours sur la RSE. Les communicants doivent aujourd'hui avoir des réflexes liés à la neutralité carbone et aux impacts positifs. On sait que cette transition sera un chemin au long cours mais il est nécessaire de former les étudiants et nous manquons, pour cela, d'intervenants. *Com for Climate* est une première étape qui permet de rassembler des entreprises qui ont une certaine expérience en matière de RSE avec nos étudiants qui pourront leur apporter des idées complémentaires.

IN : comment avez-vous sélectionné ces entreprises ?

M. V. : nos étudiants passent une partie importante de leur formation en alternance. Nous avons donc pu mobiliser l'écosystème d'entreprises avec lequel nous collaborons régulièrement. Les agences *Hopscotch* et *Saatchi & Saatchi* nous ont aussi aidé à sourcer des sociétés qui avaient envie de partager leurs compétences et de donner un peu de leur temps à nos étudiants.

IN : comment s'organise concrètement ce projet école-entreprises ?

M. V. : ce projet qui dure deux semaines implique 1200 étudiants basés à Paris. Douze catégories différentes ont été définies. Neuf sont soutenues par une de nos entreprises partenaires et les trois autres dont « le chapitre oublié » et « l'activisme » sont accompagnés par *Hopscotch* et *Saatchi & Saatchi*. Le programme de ces deux semaines est très banalisé. Les masterclasses

se tiennent en matinée et les après-midis sont consacrées aux briefs. Les étudiants travaillent avec un accompagnateur sur des thèmes bien précis. On peut citer comme exemple « *Quelle campagne-employeur doit développer EDF pour attirer les jeunes* », « *Comment accroître la notoriété de l'enseigne [nous anti-gaspi](#)* » ou « *Comment accroître l'acceptation des éoliennes* ». A la fin de ces deux semaines de travaux, chaque équipe (il y en aura en moyenne dix dans chaque catégorie) doit rendre une capsule vidéo de deux minutes qui présentera la campagne qu'elle a imaginée. Cela peut être un spot ou une affiche, peu importe. Les accompagnateurs désigneront les finalistes ainsi que le vainqueur de chaque catégorie et les remises de prix auront lieu le 23 juin au **Grand Rex** .

IN : vous prévoyez d'organiser une grande cérémonie ?

M. V. : en effet. Les 1200 étudiants impliqués dans ce projet, nos futurs élèves, nos 9000 alumni ainsi que les entreprises partenaires sont tous invités à venir au **Grand Rex** . 2000 personnes ont déjà annoncé qu'elles allaient participer. Cette opération est l'occasion d'attirer l'attention de notre écosystème pour montrer le chemin sur lequel nous nous sommes engagés. **Com for Climate** n'est pas un one shot ou un coup de com. Si c'était le cas, nous ne l'aurions pas organisé en plein milieu des [Cannes Lions](#) . L'an prochain, l'ensemble de nos étudiants à **Paris** , **Lyon** , **Bordeaux** , **Toulouse** et **Nantes** participeront à cette opération et les vainqueurs de chaque catégorie seront invités à venir à notre cérémonie de remise de prix en voyageant en train bien évidemment...