

Caen. Écoles supérieures, pourquoi autant de communication ?



Panneau publicitaire aux couleurs de l'EM Normandie, école de management caennaise Ouest-France

À Caen (Calvados), autour du campus, on trouve énormément de publicité pour les écoles et formations privées de l'enseignement supérieur caennais. Elles sont également très présentes sur les réseaux sociaux. Une présence qui n'est pas sans raison.

« **La communication que l'on emploie est à 360°, elle n'est pas que digitale** » explique Mathilde Gautier, responsable de la communication à l'E2SE. C'est pour cela que sans être scotché sur son téléphone, on trouve aussi cette communication sur les panneaux publicitaires. À Caen, on remarque que la majorité des affiches publicitaires concernent des écoles de l'enseignement supérieur. Sur ces panneaux, on a par exemple l'École de management (EM Normandie), l'E2SE Business School, ou encore l'Institut supérieur et professionnel de Normandie (ISPN). Cette campagne de promotion a une importance pour ces formations car elle rentre vraiment dans les stratégies de communication qu'elles mettent en place. « **Grâce à la publicité, on a la possibilité de se faire connaître en local** », souligne Nathalie Neel, responsable de la communication à l'EM Normandie.

La communication pour ces écoles permet, pour Mathilde Gautier, de « **créer la vitrine de l'école.** ».

Un milieu concurrentiel

Si on trouve autant de publicité sur ces écoles privées de l'enseignement supérieur, « **c'est parce que c'est un milieu très concurrentiel et il faut se montrer** » confient-elles toutes les deux. La communication pour ces écoles a également une autre utilité selon Nathalie Neel : « **aider les jeunes dans leur orientation** ». Le milieu de l'enseignement supérieur est aussi peuplé de formations proposant des diplômes non reconnus ou des enseignements de faible qualité. « **Avec la communication, les écoles font connaître leur sérieux et leurs formations et diplômes de qualité** » précise-t-elle.

Favoriser les territoires isolés

Avec la publicité en région, l'EM Normandie autant que l'E2SE, veulent favoriser les territoires isolés. « **Au départ on ne faisait ça que dans les villes, mais les jeunes ne vivent pas que là.** » affirme Nathalie Neel. « **On communique beaucoup à Caen mais aussi dans l'Orne et la Manche car notre école est locale.** » note Mathilde Gautier.

Dans le but de favoriser le local, l'EM Normandie a fait le choix d'un partenariat avec des micro-influenceurs locaux comme le média *Hello Caen* : « **Avec eux, on peut donner de la visibilité sur l'accessibilité de notre école par des témoignages de nos étudiants** » expose Nathalie Neel. Le but pour les écoles est de toucher les étudiants et leurs parents. Cependant, les publics touchés ne vont pas être les mêmes selon les supports employés, « **c'est pour cela que l'on utilise les supports numériques, les affiches publicitaires, mais aussi la radio** » ajoute Mathilde Gautier.

La communication permet de travailler autrement

Avec la publicité, l'EM Normandie, tout comme les autres écoles caennaises, se donnent beaucoup de visibilité, « **ça marche très bien, les gens nous voient partout** » note la responsable de la communication de l'EM Normandie. Dans ce domaine, une stratégie tendance a été employée par l'EM Normandie, celle d'utiliser l'intelligence artificielle (IA) pour la création des visuels : « **Depuis septembre, on utilise des intelligences artificielles pour faire certaines de nos créations graphiques de communication.** » souligne Nathalie Neel.

Grâce à la communication et la publicité mise en place par ces écoles privées de l'enseignement supérieur, leur visibilité est désormais assurée aux quatre coins de la Nor

mandie.