

RÉCOMPENSES

Clermont School of Business récompensée à plusieurs reprises pour sa campagne de changement de marque

Clermont School of Business, anciennement *ESC Clermont BS*, a été triplement distinguée pour sa campagne de communication orchestrée autour de son changement d'identité dévoilé fin septembre 2024. Ce repositionnement stratégique accompagne la dynamique de l'établissement : un nouveau nom, une identité visuelle actualisée, l'inauguration du Campus Trudaine XL (15 000 m² au cœur de Clermont-Ferrand) et l'ouverture de deux nouveaux campus à l'international (au Maroc et en Chine).

Une campagne saluée par plusieurs professionnels de la communication

Dans un contexte de transformation institutionnelle, l'École a déployé un plan de communication ambitieux et structuré pour accompagner ce changement d'échelle. Cette stratégie a été reconnue par trois instances majeures du secteur :

ARCES 2024 – Une vidéo saluée par la profession dans l'enseignement supérieur (juin 2025)

La vidéo *L'Envol*, produite dans le cadre de cette campagne, a remporté le **2^{ème} prix ex æquo dans la catégorie Vidéo** lors des **Prix de la Communication de l'ARCES** (Association des Responsables de la Communication de l'Enseignement Supérieur), le jeudi 19 juin à Paris. Ce film poétique met en scène **Charles, un diplômé entrepreneur et parapentiste professionnel**, s'élançant du sommet du Puy-de-Dôme et survolant Clermont jusqu'au nouveau campus. Il incarne avec force les valeurs d'ambition, d'ancrage territorial et d'élan vers l'avenir.



À voir ici : [L'Envol – YouTube](#)

« Pour faire de cette vidéo une expérience riche et porteuse de sens, nous avons opté pour une production à taille humaine et locale, avec un script élaboré en interne et la mise en synergie de partenaires de confiance. Le personnage principal est interprété par l'un de nos diplômés, renforçant ainsi le lien entre Clermont School of Business et ses alumni. Le résultat met en valeur notre institution, une École solidement ancrée sur son territoire, qui évolue, se réinvente et se développe - ici et ailleurs - tout en restant fidèle à son passé et à ses origines. »
partage Pauline Martinez, Responsable des contenus digitaux.

Keystone Award 2024 – Meilleure campagne marketing dans l'enseignement supérieur (avril 2025)

Clermont School of Business a également reçu le prestigieux Keystone Award, qui récompense la **meilleure campagne marketing internationale** dans l'enseignement supérieur. Cette reconnaissance est attribuée par **Keystone Education Group**, un acteur mondial de l'orientation étudiante, accompagnant chaque année plus de 100 millions d'étudiants dans 190 pays.

Le jury a salué **l'authenticité, l'impact narratif et la dimension fédératrice** de la campagne, qui a su mobiliser l'ensemble de l'écosystème de l'École (étudiants, alumni, partenaires, collaborateurs).

« Ce prix vient saluer une campagne qui nous ressemble : humaine, inclusive et tournée vers l'avenir. Il confirme notre positionnement stratégique et réaffirme notre mission de révéler les talents d'une nouvelle génération d'acteurs du changement. » déclare Audrey Esteves, Responsable des Relations Internationales de Clermont School of Business.

Trophées de la Communication 2024 (décembre 2024)

Lors de la 23^{ème} édition des Trophées de la Communication®, Clermont School of Business s'est illustrée en décrochant la **3^e place dans la catégorie "Meilleure action de communication sur un thème précis"** pour sa campagne liée au changement de nom. Parmi plus de 550 candidatures analysées par un jury composé de professionnels du secteur, **Clermont School of Business est la seule école d'enseignement supérieur à figurer au palmarès 2024**, aux côtés d'annonceurs de renom tels que Royal Canin, Starbucks France, Sodexo, La Poste, Lidl ou Puma.

« Cette distinction place notre École parmi les références nationales en matière de stratégie, de créativité et d'expérience de marque » partage la Directrice de la communication de l'École, Emilie Coudeyre.

Une reconnaissance collective

Ces distinctions sont le fruit d'un **travail d'équipe transversal**, accompagné par l'agence Madame Monsieur et mené par le service communication avec les différentes parties prenantes de l'École, la direction, la gouvernance, le personnel, les alumni, les étudiants et les partenaires externes.

Le changement de marque s'est articulé autour d'une campagne en trois volets. Un nouveau logo a été dévoilé, alliant typographie modernisée, astérisque symbolique et maintien des

couleurs historiques bleu et orange, accompagné d'une vidéo en motion design pour en expliquer le sens. Une campagne multicanale a été déployée – affichage local, presse, réseaux sociaux et digital – afin de maximiser la visibilité. Enfin, une vidéo emblématique, à la narration émotionnelle et visuelle forte, est venue incarner cette transformation.

« Recevoir trois prix cette année est une grande fierté collective. C'est une reconnaissance précieuse du travail engagé en profondeur avec les équipes, les partenaires et toutes les parties prenantes. Derrière chaque distinction, il y a une vision stratégique, des choix créatifs assumés, et surtout une volonté constante de faire sens, de toucher juste, et d'incarner notre identité. La communication, ce n'est pas seulement raconter, c'est embarquer, faire vivre, faire lien. Ces prix viennent saluer ce mouvement. » déclare Richard Soparnot, Directeur général de Clermont School of Business.

À propos de Clermont School of Business :

Fondée en 1919, Clermont School of Business (ex ESC Clermont BS) est une Grande École de management de dimension internationale, triplement accréditée AACSB, EFMD et AMBA, membre de la Conférence des Grandes Écoles, de la CDEFM et de l'Université Clermont Auvergne et Associés. Elle est reconnue aux meilleurs niveaux pour ses programmes Bachelors et Masters et compte plus de 2 000 étudiants. Elle entend être l'École qui révèle les talents et les passions d'une nouvelle génération d'acteurs du changement, plaçant l'humain et la planète au cœur de ses choix grâce à sa dimension humaine, son positionnement international ancré sur ses territoires, son expertise dans l'innovation en management et son engagement pour un monde meilleur. L'École dispose également d'une activité Formation Continue en forte croissance avec une offre complète de formations diplômantes, courtes et sur mesure à destination des entreprises, d'un incubateur d'entreprises et d'une École engagée auprès de jeunes sans diplôme ni qualification, l'École de la 2^e Chance. Clermont School of Business s'appuie fortement sur son Association de Diplômés avec plus de 15 000 diplômés dans le monde. Elle peut également compter sur le dynamisme de sa Fondation qui favorise l'égalité des chances et s'investit dans le développement de l'École et l'accompagnement de ses étudiants.

Contacts presse

Nolwenn Fréour

Consultante en relations presse
Agence Madame Monsieur

nfreour@madamemonsieur.agency
06 78 35 12 19

Laurène Martin

Consultante en relations presse
Agence Madame Monsieur

lmartin@madamemonsieur.agency
07 85 69 93 82

Émilie Coudeyre

Directrice de la communication
Clermont School of Business

emilie.coudeyre@clermont-sb.fr
06 86 78 16 08