

UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE - PSL

ENSEIGNEMENT

L'Université Paris Dauphine - PSL est l'institution d'enseignement supérieur de référence dans le domaine des sciences des organisations et de la décision. Elle compte près de 10 000 étudiants de la licence au doctorat, 3 800 cadres en formation continue et plus de 500 enseignants et chercheurs, et mène une recherche de pointe avec ses 6 laboratoires. Elle est la seule université française accréditée EQUIS et bénéficie d'un fort rayonnement à l'international à travers ses campus et ses enseignements délocalisés sur les 5 continents. Elle est un établissement-composante de l'Université Paris Sciences et Lettres (PSL) aux côtés de partenaires prestigieux dans le domaine des sciences, des arts et des lettres, classée dans le top 10 des universités européennes et le top 50 au niveau mondial.

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

● PRÉSENCE À
L'INTERNATIONAL

1 000
COLLABORATEURS
&
COLLABORATRICES ●

UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE - PSL

Dauphine Eclairages - une campagne disruptive pour le nouveau média scientifique de l'Université Paris Dauphine - PSL

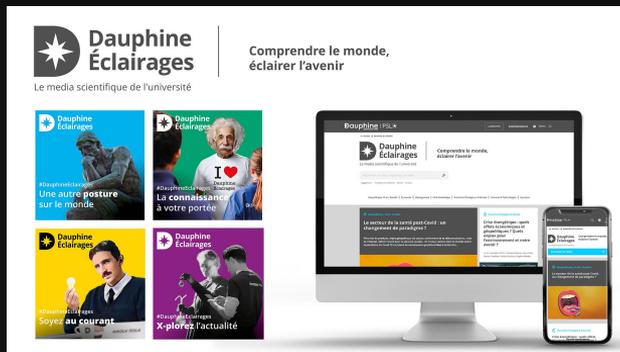
37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Cette campagne valorise le média scientifique en ligne, lancé en novembre 2023 par l'Université Paris Dauphine-PSL : "Dauphine Eclairages". Pour faire connaître ce nouveau média, l'université a mis en place une campagne multicanale ambitieuse et originale qui traduit les objectifs de Dauphine Eclairages : faire rayonner les travaux de recherche de l'université, diffuser la connaissance vers le plus grand nombre et lutter contre la désinformation. Elaboré en collaboration avec les enseignants-chercheurs de l'université, Dauphine Eclairages propose des articles d'analyse, dossiers de fonds, podcasts et vidéos, accessibles au plus grand nombre. Il décrypte les grands sujets d'actualités autour des thématiques de la géopolitique, de l'économie, du management ou encore de l'IA, la transition écologique.

NOVEMBRE 2023 À JANVIER 2024 - BUDGET : 43 000 €

- Campagne sur Meta et YouTube Ads - Teasers vidéo - Conception et charte graphique digitale - Achats iconographie - Agence de presse et partenariats médias



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE - PSL

Dauphine Eclairages - une campagne disruptive pour le nouveau média scientifique de l'Université Paris Dauphine - PSL

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION

POUR QUI ?

La campagne de communication s'adresse aux publics cibles de Dauphine Eclairages :

- Grand public curieux et intéressé par les grands sujets contemporains
- Communauté universitaire : les étudiants ou prospects en formation initiale et continue, les enseignants-chercheurs, les Alumni (anciens diplômés), les entreprises partenaires
- Médias et journalistes
- Professionnels

COMMENT ?

La campagne se décline sur une série 4 visuels avec un même concept publicitaire : la mise en scène d'un personnage scientifique ou d'une figure célèbre (Einstein, Marie Curie, Tesla, le Penseur de Rodin) dans une situation décalée et anachronique, une colométrie pop, une accroche qui fait référence à la fois au personnage et au média Dauphine Eclairages. La série a été créée avec les outils de l'IA générative en support. Cette campagne multicanale, principalement sur le web (site, réseaux sociaux, sponsoring, newsletters, CP/médias), a été déclinée en format print avec des affiches et flyers. En complément de la série de visuels, des vidéos ont été réalisées avec des journalistes et experts de l'université pour une diffusion spécifique des dossiers thématiques du média (la crise énergétique, le secteur de la santé post-covid).

UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE - PSL

Dauphine Eclairages - une campagne disruptive pour le nouveau média scientifique de l'Université Paris Dauphine - PSL

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION

LES RÉSULTATS

En 2 mois :

Les principales retombées digitales sont :

- Sur Facebook et Instagram, la campagne sponsorisée a généré 476 000 impressions et 3 750 clics
- Sur Youtube, les deux premières vidéos des experts enregistrent déjà 80 000 vues
- Grâce à la campagne, une augmentation significative du trafic sur le site, avec environ 15 000 visiteurs et plus 20 000 pages vues

Médias : de nombreuses retombées médiatiques dont AEF Info, Monde Des Grandes

Écoles et Universités, News Tank Education & Recherche, un partenariat d'envergure avec le média The Conversation, et (en cours) une collaboration avec France Culture.



ASSOCIATION NATIONALE
DES
COMMUNICANTS