

l'Étudiant



Kit sur-mesure

Édition 2023 – 2024



Une offre sur-mesure

1 DIGITAL / DATA

4,3 Millions de visiteurs &
16,7 Millions de pages vues
par mois

2 SALONS

+ de 110 salons
+ d'1 Million de visiteurs
attendus par an

3 PRINT

6 Mag' thématiques
+ d'1 Million d'exemplaires
N°1 des ventes avec
+ d'1 Million d'agendas vendus

4 STREET-MARKETING

+ de 500 opérations réalisées
par an
+ de 4 Millions de contacts

Chiffres clés de visibilité et interactions avec les jeunes



VOTRE OPÉRATION STREET MARKETING SUR-MESURE

- Dans tous types de lieux
- Sur tous types de temps forts
- Pour tous types de cibles
- Une connaissance optimale du terrain
- Un savoir-faire de plus de 20 ans
- Des bases de données qualifiées (éducation et lieux de vie)
- Un contrôle qualité des opérations
- Un reporting de votre campagne



2 000
Personnes
mobilisées



500
Opérations réalisées
par an

l'Étudiant

4 M
Leads générés



15
Plateformes
régionales



Votre accompagnement avant, pendant, après



AVANT

PENDANT

APRÈS



AVANT L'OPÉRATION

- ✓ Analyse de votre problématique
- ✓ Etablissement du cahier des charges
- ✓ Sélection de votre cible et des réseaux de diffusion & d'animation
- ✓ Recommandations, conception et organisation de l'opération
- ✓ Mise en place avec un chef de projet dédié (sélection des équipes, brief, formations, coordination)

PENDANT L'OPÉRATION

- ✓ Une logistique maîtrisée et un contrôle des opérations à l'échelle nationale
- ✓ Un reporting continu
- ✓ Un lien transparent et permanent avec vous

APRÈS L'OPÉRATION

- ✓ Un débrief général
- ✓ Un bilan avec des photos

Les rendez-vous incontournables pour votre visibilité

Les rendez-vous à ne pas manquer :

Maximisez votre visibilité en prenant la parole à des **moments clés** de la vie scolaire des jeunes :

- Rentrées (universitaires, lycées...)
- Période Parcoursup
- Concours
- Périodes de révisions
- Examens (bac, E3C...)
- Journées portes ouvertes

Lycées Généraux et Technologiques

513 000 élèves en terminale

Lycées Professionnels

162 000 élèves en terminale

Ecoles d'ingénieurs

177 000 étudiants

Ecole de commerce

226 000 étudiants

BTS et STS

267 000 étudiants

CPGE

85 000 étudiants

Universités

1 650 000 étudiants

IUT

120 000 étudiants

Autres écoles :

art, communication,
juridique, paramédical...

315 000 étudiants

Nos offres thématiques : Des dispositifs spécifiques pour des moments clés

OFFRE RENTRÉE

Nos équipes deviennent vos ambassadeurs lors d'une opération terrain impactante en septembre ou octobre.

Ils délivrent votre message et font découvrir aux jeunes vos offres ou produits :

- Aux abords des lycées
- Aux abords des universités
- Sur leurs lieux de vie : centre-ville, centres commerciaux, quartiers shopping...

OPÉRATIONS	NB DE FLYERS	NB DE SITES
OPÉRATION LYCÉES	27 000	30
OPÉRATION UNIVERSITÉS	27 500	10
OPÉRATION CENTRE-VILLE ET SPOTS JEUNES	16 00	10

Nos offres thématiques : Des dispositifs spécifiques pour des moments clés

UNE CAMPAGNE CLÉ EN MAIN : OFFRE BAC

Une prise de parole stratégique auprès de votre cible lors de terminales en juin. Une distribution sur la voie publique à la sortie des centres d'examens.

Option : fabrication des flyers ou t-shirts

- 1 hôte/hôtesse dédié(e) par centre d'examen de 10h à 13h
- Un discours personnalisé : votre hôte/hôtesse remet votre flyer et délivre votre message aux candidats
- Identification des centres d'examen et gestion des plannings par nos soins

VILLES	NB DE FLYERS	NB DE CENTRES D'EXAMEN PRÉVISIONNEL
TOURS, ORLÉANS ET POITIERS	2 000	4
CAEN, NICE, ROUEN OU SAINT-ÉTIENNE	2 250	5
REIMS	2 500	5
STRASBOURG	3 000	7
MONTPELLIER, NANTES, RENNES OU TOULOUSE	3 500	8
MARSEILLE, BORDEAUX OU GRENOBLE	4 500	10
LILLE OU LYON	6 500	15
IDF (PARIS-VERSAILES-CRÉTEIL)	19 000	40
TOTAL	80 000	176

Case Study



Objectif

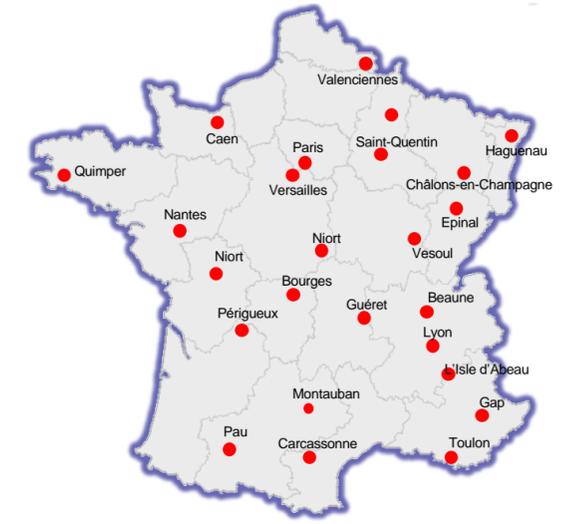
- Créer des échanges et des discussions
- Recruter des jeunes
- Offrir un parcours immersif dans ce qu'est le SNU

Solutions

- Village mobile (25 étapes/ villes)
- modulable pour aller au plus près de la cible dans les territoires.
- Près de 20 000 km parcourus
- 224 personnes mobilisées sur la tournée
- Réalisation de tous les supports et visuels

Conception du parcours et des ateliers :

- Activités sportives
- Espace discussions avec les ambassadeurs SNU
- Quiz SNU sur borne tactile
- Jeu Quiz de culture générale avec buzzer
- Vidéos immersives dans le SNU
- Pause conviviale avec boissons et gourmandises
- Photocall classique et Lens SNU.



Case Study

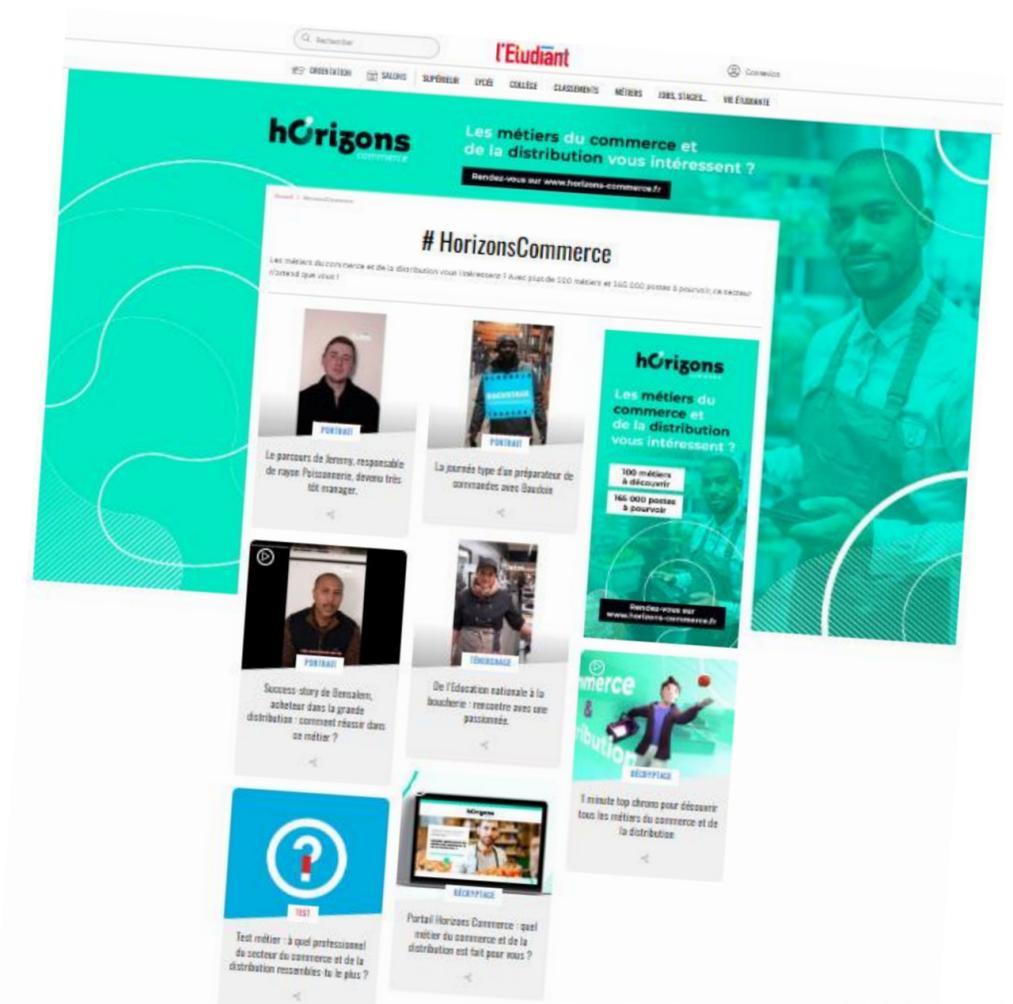


Objectif

- Prise de parole sur le site de l'Etudiant avec la création de contenus pour faire connaître et valoriser les métiers de la grande distribution avec la Fédération du Commerce et de la Distribution.

Solutions

- Création d'un espace dédié à la promotion des métiers de la distribution et du commerce regroupant 2 contenus : **un article décryptage du secteur et un quiz.**
- Un **plan display d'autopromotion** avec un **habillage en exclusivité** autour des contenus et des mises en avant éditoriales sur le site de l'Etudiant.
- Conception, réalisation et diffusion de **4 vidéos à destination des jeunes avec 2 Succès stories mais aussi 2 Backstages ==> formats RS native** spécialement conçu pour **TikTok** (en cours de médiatisation)



Partenariat rémunéré • Auj...



De l'Education nationale à ...



Aujourd'hui nous rencontr...



Quelle est la journée-type ...



Case Study



Objectif

Pour la 2ème année consécutive, CESI Ecole d'ingénieur prend la parole pour faire connaître et accompagner les parents et les jeunes dans leur prise de décision sur l'orientation Post BAC. Au-delà de la nouvelle identité visuelle dévoilée, c'est 6 nouveaux contenus : décryptage, motion design...

Solutions

- Création d'un espace dédié à CESI avec une pluralité de contenus liés à l'employabilité, la poursuite d'étude, à Parcoursup.
- Organisation et réalisation d'un webinar à destination des parents et des enseignants du supérieur. 978 inscrits – 100 questions posés – 436 personnes connectées
- Création d'un motion design sur les étapes clés de Parcoursup.
- Un plan display d'autopromotion avec un habillage en exclusivité autour des contenus, relais sur les réseaux sociaux (meta) et des mises en avant éditoriales sur le site de l'Etudiant.



Case Study



Fondation
Orange



Objectif

Faire découvrir l'action « WikiChallenge »

Solutions

- Création de leur espace dédié 100% PDV :
- 1 motion design
- 2 articles
- Le tout médiatisé par :
- 3 posts RS
- 600K impressions auto-promotionnelles



Case Study

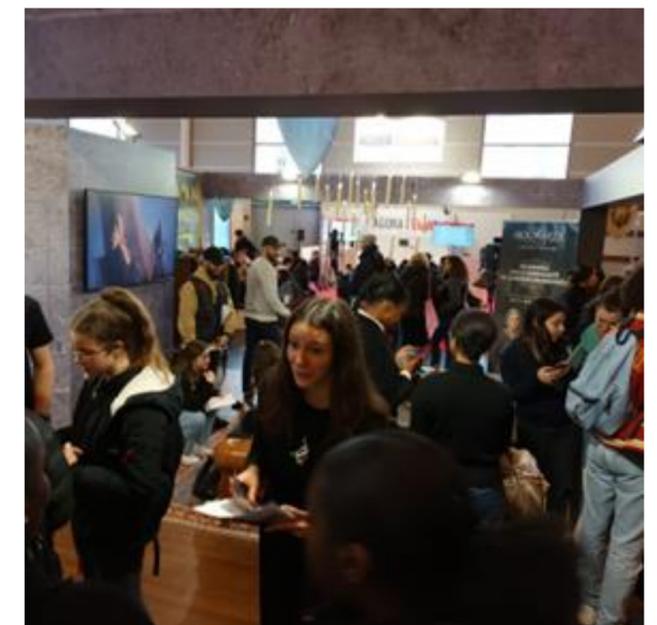


Objectif

Faire découvrir à notre audience à travers des témoignages d'étudiants et des contenus reprenant des thématiques fortes de leur école.

Solutions

- Création d'un espace dédié à CESI avec une pluralité de contenus liés à l'employabilité, la poursuite d'étude, à Parcoursup.
- Organisation et réalisation d'un webinaire à destination des parents et des enseignants du supérieur. 978 inscrits – 100 questions posés – 436 personnes connectées
- Création d'un motion design sur les étapes clés de Parcoursup.
- Un plan display d'autopromotion avec un habillage en exclusivité autour des contenus, relais sur les réseaux sociaux (meta) et des mises en avant éditoriales sur le site de l'Etudiant.



L'agence en charge du projet pour Warner a également mis en place une campagne de communication dans le métro parisien qui renvoyait sur le salon de l'Etudiant.



Objectif

Développer la notoriété auprès des étudiants en santé.
Promouvoir l'assurance Responsabilité Civile Professionnelle –
Protection juridique (RCP-PJ).
Booster la souscription en ligne sur etudiant.macsf.fr

Solutions

Campagne dans 24 villes animées :

Des affiches sont posées dans les établissements qui le permettent.
Fabrication des blouses aux couleurs de l'opération pour habiller les hôtesse.
Distribution de goodies



Case Study

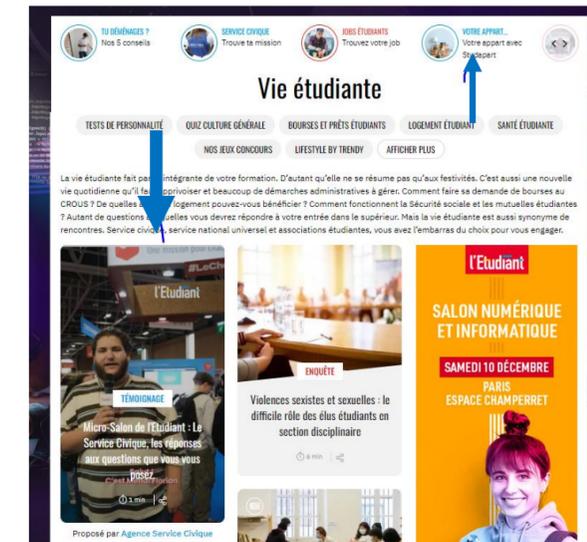


Objectif

- Prise de parole sur le site de l'Étudiant avec la création de contenus pour faire connaître le service civique.

Solutions

- Création de **4 articles** et **médiatisation** sur le site **letudiant.fr** avec **une mise en avant éditoriale** ainsi que sur **nos réseaux sociaux**
- Un **plan display d'autopromotion** et un **habillage en exclusivité** autour des contenus
- Conception, réalisation et diffusion de **6 vidéos** au format spécialement conçu pour **TikTok** (+ de 4,5 millions d'impressions en organique et près de 8 millions en sponso)
- **Dispositif d'influence** dans le cadre de la diffusion sur les réseaux sociaux



Case Study



Objectif

Prise de parole sur 2 salons avec une scénarisation et une animation réalisée sur mesure afin d'aller à la rencontre des jeunes.

Solutions

- Création d'un stand sur mesure sur le Salon de l'Étudiant de Paris (dans le cadre du salon européen de l'éducation) et d'un stand premium sur le Salon de l'Étudiant de Toulouse
- Création d'animations sur les stands : quiz personnalisés, photo booth aux couleurs du service civique et présence d'un influenceur sur le salon de Paris
- Visibilité sur les outils de communication du salon et association au plan de promotion
- 19 retombées médias dont 4 reportages JT et des rencontres avec des ministres et secrétaire d'Etat

08 oct | **Toulouse**
Salon de l'Étudiant
Parc Expo Meett

A L'HONNEUR SUR CE SALON :



SERVICE CIVIQUE
Le Service Civique permet aux jeunes d'exercer une mission indemnisée, dans de nombreux domaines (éducation, environnement, culture, sport, associatifs, etc.)

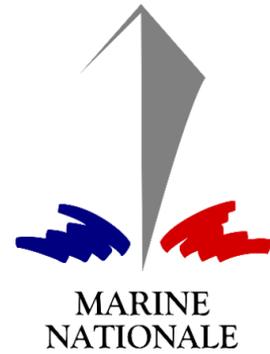
Retrouvez-les sur leur stand pour en connaître un peu plus, participer à leurs animations et plus de 30 000 offres de Service Civique.



Le programme complet sur leludant.fr



Case Study



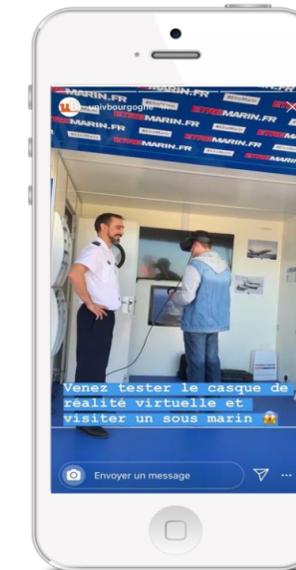
Objectif

Faire découvrir aux étudiants les opportunités de carrière et la palette des métiers de la Marine nationale.



Solutions

- 1 camion tout équipé où les étudiants peuvent : Vivre une expérience en réalité virtuelle
- Rencontrer un Conseiller RH de la Marine
- Jouer à un quiz et gagner des goodies
- Profiter d'une borne photo pour immortaliser l'expérience : Posts sur Instagram & Facebook à la fois des établissements, BDE et le compte Instagram de l'Etudiant
- Tractage sur les campus



Case Study



Objectif

Promouvoir deux métiers en pénurie de main d'œuvre : assistant social et manipulateur en électroradiologie médicale. Grâce au format « Viens je t'emmène... », on s'intéresse au parcours du jeune, ses motivations, sa formation, son métier, ses missions et ses perspectives d'avenir.

Solutions

Réalisation des vidéos immersives jusqu'à 2.30 min en 16/9e sous-titré en marque blanche pour la Région Sud avec animation graphique et musique.

Process :

- Prise de brief
- ITW téléphonique de l'intervenant
- Rédaction par L'Etudiant d'une trame d'interview (questions et réponses)
- Tournage
- Montage/mixage
- Livraison PAD



Ils nous ont choisi



FNAC DARTY



HAMELIN

CANAL+



bpifrance

Atlas OPCO



COMITÉ NATIONAL DE LA CONCHYLICULTURE

l'Étudiant

**Vous souhaitez en savoir plus sur nos offres ?
On vous répondra avec plaisir !**

Contactez votre interlocuteur privilégié à l'Étudiant
ou écrivez-nous via notre site internet

En cliquant ici

Retrouvez-nous sur
letudiant.fr/espace-pro

