



MEDIASCHOOL MET SES ÉTUDIANTS AU DÉFI AVEC KFC FRANCE !



Comme chaque année, le groupe MediaSchool met aux défis ses étudiants avec son événement annuel phare : le Challenge MediaSchool. Cet événement d'envergure rassemble l'intégralité de ses campus et étudiants en communication des écoles ECS, Paris School of Tourism and Communication et ETS, autour d'une problématique posée par un client prestigieux : KFC France.

Cette année, le Challenge MediaSchool s'est tenu à Nice, campus qui avait impressionné en remportant le challenge l'année précédente. Les étudiants de l'ECS, de Paris School of Tourism and Communication et d'ETS se sont vu confier un défi de taille par KFC France. Le brief était clair et stimulant pour toutes les équipes concurrentes : proposer une «Big Idea» pour créer un concept d'offre promotionnelle, déclinable sur l'ensemble des médias, afin d'augmenter le trafic dans les restaurants KFC.

Les équipes ont rivalisé d'ingéniosité et de créativité pour répondre à ce défi de manière innovante. Chaque proposition a été minutieusement élaborée pour répondre aux besoins et aux attentes du client. Les idées présentées ont été accueillies avec enthousiasme par KFC France, qui a exprimé sa satisfaction quant à la qualité des concepts proposés.

Après des délibérations intenses, le podium final a été dévoilé. L'équipe de

Contacts :

Aurélien Bastien
Responsable communication
aurelie.bastien@mediaschool.eu

mediaschool.eu
ecole-ecs.com

Pour plus d'informations sur
l'actualité MediaSchool
rendez-vous sur leker.so

NICE, LE MARDI 12 MARS 2024



Reims s'est hissée à la première place avec une proposition novatrice et percutante, suivie de près par l'équipe de Toulouse en deuxième position. Enfin, l'ECS Paris a complété le podium avec une proposition remarquable. «Nous sommes extrêmement fiers de la créativité et du professionnalisme dont ont fait preuve les étudiants ECS lors de ce challenge», a déclaré Mickaël Delinotte, Senior Media Manager chez KFC France, ravi de pouvoir mettre directement en application la solution proposée par l'équipe gagnante puisque "directement pluggable en l'état".

Le Challenge MediaSchool a une fois de plus démontré l'importance de l'innovation et de la collaboration dans le domaine de la communication et reflété l'engagement du groupe à offrir à ses étudiants des opportunités uniques pour mettre en pratique leurs compétences et leur créativité dans un environnement professionnel et sur des cas réels.

Rendez-vous est pris pour l'année prochaine sur le campus de Reims, qui aura l'honneur d'accueillir à nouveau cet événement phare. MediaSchool est impatient de voir ce que l'avenir réserve et continue à encourager l'excellence et l'innovation au sein des futures générations de professionnels de la communication.

À propos de MediaSchool

Leader français de l'enseignement supérieur privé et de la formation continue aux métiers de la communication, du digital et des médias, MediaSchool est présent en France et en Europe, dans 19 villes (Paris, Marseille, Toulouse, Strasbourg, Nice, Rennes, Reims, Angoulême, Montpellier, Rouen, Perpignan, Ales, Nîmes, Avignon, Valence, St Etienne, Clermont-Ferrand, Bruxelles, Barcelone) avec de nombreux partenariats à l'international. Il regroupe 13 marques sur 27 campus proposant des formations dans le domaine de la communication (ECS), du journalisme (IEJ), du digital (SUPDEWEB), de la production audiovisuelle (SUPDEPROD), du luxe (Paris School of Luxury), du sport (MediaSchool Sports), de la transition écologique et solidaire (Green Management School). Il forme également aux BTS (ETS, Paris School of Tourism & Communication, IRIS, Paris BTS Bachelor ainsi que IFC et Wesford) et propose des formations de haut niveau pour les cadres dirigeants des médias et de la communication (IMM Paris). Le Groupe, qui a pour ambition de bâtir un hub professionnalisant au service de l'employabilité des étudiants, a su s'entourer des médias professionnels leader des secteurs enseignés dans ses écoles, et développer des partenariats privilégiés avec CB News, Stratégies, Pub, Loopsider, le Journal du Luxe, le Who's Who. Fondé en 2002 par son Président, Franck Papazian, le groupe MediaSchool affiche un chiffre d'affaires annuel de 73 millions d'euros, compte 300 collaborateurs et quelques 10 000 étudiants. A horizon 2025, le groupe a pour ambition de former 15 000 étudiants par an.

Site web : www.mediaschool.eu

Contacts :

Aurélien Bastien
Responsable communication
aurelie.bastien@mediaschool.eu

mediaschool.eu
ecole-ecs.com

Pour plus d'informations sur
l'actualité MediaSchool
rendez-vous sur leker.so