



INFORMATIONS DIVERSES

♦ **Uppia / Brainsonic** : Chaque année, sur ses deux campus parisiens, l'Ecole supérieure de publicité (ESP) et l'Ecole supérieure du digital (ESD) organisent une compétition inter-cursus et inter-écoles réunissant ses étudiants pour le compte d'une agence ou d'un client. Ce temps fort, inscrit dans la pédagogie des deux écoles, a pour but de les mettre en situation professionnelle réelle en répondant à une problématique de communication lors d'un grand évènement : l'Agency Camp. Pour cette nouvelle édition, et pour la première fois, cinq cents étudiants de l'ESP et de l'ESD ont pu collaborer avec l'agence Brainsonic pour le compte de l'Uppia, la collective d'information de la conserve appertisée. Ils ont eu une semaine pour concevoir et présenter des stratégies 360°, 100 % à distance, leur permettant de faire preuve de créativité et d'agilité. Ainsi du 15 au 21 juin les étudiants ont collaboré en équipes mixtes pour proposer des solutions visant à accompagner le changement de perception de la conserve auprès des consommateurs et parties prenantes. Les groupes gagnants sont Agence 19 de l'ESP, avec la campagne "Le Geste simple" et l'Agence 1 de l'ESD avec "S-Can, l'app qui vous dit tout".