

**Université** Le département Gaco sensibilise à l'éco-citoyenneté

# Campagne de com

« LE RÉSULTAT de leur travail se verra du 26 avril au 9 mai », souligne Jean-François Jacquin, responsable des études au département GACO. L'IUT ambitionne, cette année, de sensibiliser les jeunes de 15 à 25 ans à « l'éco-citoyenneté ». « Le message est global. Mais on veut qu'ils se sentent investis. Au tri, à l'utilisation des appareils électroniques. Autour de gestes simples que tout le monde peut faire », résume une étudiante.

Comment sensibiliser cette tranche d'âge ? Via une campagne de communication réalisée dans le cadre d'un projet dit « tutoré » imaginé dans le cadre de leur cursus universitaire. « Cela passera par de l'affichage, les réseaux sociaux internet comme Facebook et des messages radios », précise une autre étudiante de première année.

L'idée développée par David Markezic, le directeur adjoint de l'IUT, c'était donc de toucher les jeunes, grâce à

d'autres jeunes. L'ensemble des étudiants de première année a travaillé la question. Ils étaient répartis en petits groupes. Chaque groupe constituait une agence de « com » virtuelle. En concurrence avec les autres, le temps d'un challenge « pub marketing ».

« Les groupes étaient encadrés par des professionnels qui ont animé dix conférences et assuré du consulting », développe Jean-François Jacquin.

Un jury a ensuite scruté les slogans et concepts développés de chaque équipe d'étudiants. Le groupe baptisé « Market'me » a remporté cette palme en communication. En gérant « un vrai budget de 20.000 euros ».

Les idées nées à l'occasion de ce match entre agences d'étudiants sont désormais entre les mains de professionnels. Ce sont eux qui vont les faire vivre. Et s'afficher. Ou se répandre par les ondes et les voies numériques.



■ **Market'Me a remporté le match.**

Ce que diront ces messages ? Encore secret pour ne pas gâcher les effets de la communication à venir.

Les étudiants de l'IUT font simplement savoir qu'une grenouille est « la mascotte » de cette campagne de sensibi-

lisation éco-citoyenne que l'Aire urbaine découvrirait fin avril.

Photo Francis REINOSO