

# Une plaquette augmentée pour notre campagne « admissibles »

## PROBLÈME POSÉ ET OBJECTIFS

Lors de la période des concours d'entrée en écoles d'ingénieurs, entre l'écrit et les oraux, les admissibles reçoivent dans leur boîte aux lettres des dizaines de plaquettes d'écoles, il est difficile dans ce contexte, de sortir son épingle du jeu. Certaines plaquettes ne sont pas lues, voire même, certains plis ne sont pas ouverts...

**Objectif : attirer l'attention sur la plaquette, en garantir la lecture.**

## PUBLIC CONCERNÉ

Les admissibles à Centrale Marseille, soit environ 4200 élèves de prépa

## STRATÉGIE PROPOSÉE

1. Attirer l'attention dès l'enveloppe, avant même l'ouverture,
2. Occuper l'espace avec une plaquette qui impose sa présence
3. Ajouter une dimension numérique et ludique à une plaquette papier



# Une plaquette augmentée

## pour notre campagne « admissibles »

### MOYEN(S) MIS EN OEUVRE

Nous avons utilisé la **réalité augmentée** en ajoutant des vidéos "cachées" dans toute la plaquette, et ce, dès l'enveloppe : les admissibles étaient accueillis par une vidéo de notre directeur, Frédéric Fotiadu.

La plaquette a été conçue sous la forme d'un **grand dépliant** présentant sur une des faces une planisphère anamorphosée plaçant Marseille et sa région au centre. La carte permet ainsi une visualisation simple de nos laboratoires de recherche à Marseille, nos entreprises partenaires en France, nos universités partenaires dans le monde entier...

Du côté des informations institutionnelles, des vidéos de présentation de l'école, de la recherche, de l'association des diplômés ainsi que le teaser Alpha réalisé par les élèves. Du côté carte, **des vidéos témoignages de nos élèves en mobilité dans le monde entier**, réalisées par eux-mêmes, en toute liberté. Au delà de l'aspect ludique du dispositif, cela permet une **incarnation de la communication de l'école par ceux qui la vivent**.



*\*Le fonctionnement de la réalité augmentée ne pouvant être garantie du fait de paramètres non maîtrisables (équipement de l'utilisateur, connexion disponible, maîtrise technique, appétence pour ce genre de technologie, choix de télécharger ou pas l'application ...), toute l'information qu'elle offrait n'était conçue que comme un bonus non indispensable, une distraction pour éveiller la curiosité.*



# Une plaquette augmentée pour notre campagne « admissibles »

## DURÉE DE LA RÉALISATION OU DE L'OPÉRATION

Durée de la réalisation : **2 mois**  
(conception et réalisation de la plaquette papier, mise en place de la solution technique, production des vidéos, intégration des contenus)

## BUDGET ET ÉQUIPE

L'ensemble n'a nécessité aucune prestation externe : tout a été entièrement réalisé par l'équipe de communication (création graphique, mise en place de la solution, intégration des vidéos) et les élèves (vidéos témoignages). Outre le coût classique d'impression et d'envoi postal de l'ensemble des documents papier, le budget dû à la réalité augmentée a été de **648€\***

## BILAN

1. **Retours positifs** immédiats via les réseaux sociaux ou en messages privés
2. **Lecture** manifeste de la plaquette, élément essentiel de prise de décision\*\*
3. **Augmentation** sensible de l'effectif de la promotion pour la rentrée 2018

\* coût de déploiement de la solution Layar pour 20 zones à scanner pendant 1 an

\*\* questionnaire de rentrée soumis à chaque élève permettant chaque année de mesurer l'impact de nos diverses campagnes de communication dans la prise de décision de rejoindre Centrale Marseille