

Communiqué de presse

« Investissez dans l'intelligence » : les étudiants de Lyon 1 ambassadeurs de la campagne de levée de fonds de leur Université

L'Université Lyon 1 habille sa campagne de levée de fonds de manière originale et novatrice : originale parce que ce sont ses étudiants qui présentent les projets de la campagne ; novatrice car elle prend la forme d'annonces dans la presse économique, d'affichage sur les panneaux municipaux lyonnais et dans les agences de la Banque Populaire Loire et Lyonnais.

▪ **L'objectif : une campagne d'avant-garde pour rester précurseur**

- L'Université, pionnière de l'appel au mécénat pour le secteur universitaire en créant la première fondation partenariale, conserve son avance et renforce son image de précurseur ;
- La Fondation Lyon 1 fait connaître auprès des entreprises et du grand public les projets de la campagne de levée de fonds, qui se réaliseront grâce à leurs dons ;
- La campagne presse conforte les rencontres avec les dirigeants d'entreprise initiées depuis plusieurs mois.

▪ **Un message fort et direct**

- Ce sont les étudiants de Lyon 1, ambassadeurs de leur Université, qui portent – réellement et symboliquement – les projets de la Fondation ;
- La signature « Investissez dans l'intelligence avec l'Université Lyon 1 » se veut explicite et incitative, autour d'un message qui met en exergue le principal atout de l'université, l'intelligence ;
- Pour chaque projet présenté est indiqué, dans un souci de transparence, le montant global des dons attendus pour le finaliser.

▪ **Des visuels attractifs, toniques et porteurs de modernité**

- Les photos, extraites pour la plupart de la photothèque de Lyon 1, mettent concrètement en valeur le potentiel scientifique et pédagogique de l'Université ;
- Les visages souriants et naturels des étudiants soulignent la richesse du potentiel humain formé à l'Université ;
- Les 12 visuels réalisés reflètent l'ambition et le dynamisme de l'Université et s'appuient sur un code couleur dynamique, qui rappelle la diversité des projets de la campagne.

▪ **Une campagne presse et affiche**

- La campagne presse, qui se déroule de septembre à décembre, est déclinée dans un quotidien national et quatre magazines régionaux spécialisés ;
- La Ville de Lyon, partenaire de l'opération, met à disposition de la campagne ses panneaux municipaux ;
- 250 affiches seront disposées dans les agences de la Banque Populaire Loire et Lyonnais.

La Fondation partenariale Lyon 1 a été créée par arrêté préfectoral le 9 juin 2008. Elle a pour objectif de lever des fonds auprès des entreprises et des particuliers. Les membres fondateurs sont : l'Université Lyon 1, sanofi pasteur, Arkema, la Banque Populaire Loire et Lyonnais et Ezus Lyon, filiale de valorisation de la recherche de Lyon 1.

Contact

Stéphanie Lanson

Directrice du Développement de la Fondation partenariale Lyon 1

+33 (0)4 72 69 76 08

stephanie.lanson@lyon1fondation.org

Université Claude Bernard  Lyon 1

sanofi pasteur
The vaccines division of sanofi-aventis Group

The logo for Banque Populaire features a blue square with a white cross and the letters "BP" inside. Below the square, the words "BANQUE POPULAIRE" are written in a blue, sans-serif font.

Banque et populaire à la fois.

The logo for Arkema features a stylized orange and yellow arc above the word "ARKEMA" in a blue, sans-serif font. Below it, the tagline "The world is our inspiration" is written in a smaller, blue, sans-serif font.

The logo for Ezus Lyon 1 features a stylized orange pyramid above the word "EZUS" in a blue, sans-serif font. Below it, "LYON 1" is written in a smaller, blue, sans-serif font.