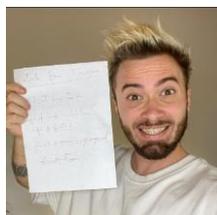


BSB lance une web-série de confinement positive

Une capsule vidéo animée par l'influenceur Nino Arial, et une série d'actions pour garder le lien avec écosystème et candidats



Dijon, avril 2020. La situation hors-norme générée par l'épidémie de Covid-19 chamboule évidemment la société, et en son sein les grandes écoles de management qui doivent poursuivre les enseignements et assurer les examens de leurs étudiants, ainsi qu'organiser le recrutement inédit de leurs futurs élèves. BSB (Burgundy School of Business) s'est adaptée très rapidement à cette nouvelle donne et, fidèle à ses valeurs de proximité, d'engagement, d'innovation et de solidarité, déploie cette semaine un dispositif relationnel avec l'ensemble de son écosystème (étudiants, candidats, diplômés, partenaires, etc.). Au menu notamment : une web-série décalée et humoristique, « Confinement. Finement Con. », en partenariat avec l'influenceur à succès Nino Arial (photo), pour apporter un peu de légèreté en ces temps complexes.

La web-série « Confinement. Finement Con. », parenthèse légère sur et pour les réseaux

BSB, ou *Better than Staying in Bed...* Tel est le credo de la web-série lancée par l'Ecole ce mercredi 8 avril, qui proposera une trentaine d'épisodes d'environ 1 minute ces prochaines semaines. Ils seront diffusés sur les réseaux [Instagram](#), [Facebook](#) et [YouTube](#).

Pas facile de retourner chez ses parents, de se motiver à réviser, de suivre les cours en ligne, de continuer à aller sur Tinder pendant le confinement... « Confinement. Finement Con. » suit le quotidien d'un personnage délirant, confronté comme tous les étudiants à cette situation et vivant les mêmes problématiques qu'eux... Ce personnage est joué par [Nino Arial](#), jeune influenceur à succès (1,5 millions d'abonnés sur l'ensemble de ses réseaux sociaux). « Nous souhaitons offrir à notre écosystème, et en particulier à nos élèves, une petite parenthèse humoristique et légère qui évoque la situation présente, pour la dédramatiser, sans tomber dans le moralisme ou quelque chose de gratuit », explique Sandrine Reboud, Directrice Marketing & Communication de BSB. « C'est aussi l'occasion de faire rayonner l'ambiance de notre Ecole et son côté friendly sur le web, dans un contexte où les oraux n'auront pas lieu et donc que les candidats n'auront pas l'occasion de venir à notre rencontre, sur nos campus. Cette capsule crée une proximité et un dialogue avec les jeunes et nous permet de rester cohérents avec nos engagements et notre positionnement. »

[Visionner le premier épisode](#)

Des initiatives de partage et de solidarité

BSB s'est adaptée très rapidement à la crise du Covid-19, créant dès la première semaine de confinement 259 modules en distanciel pour assurer la continuité pédagogique, ce qui a consisté à basculer 6000 heures de cours en e-learning et de réaliser l'équivalent de 3000 séances de cours. Un tour de force pour une école dont la philosophie pédagogique de proximité est centrée sur la salle de cours, le présentiel et de petits effectifs, et pour laquelle le e-learning ne vient traditionnellement qu'en appoint. Au-delà de ce travail colossal qui a mobilisé l'ensemble des professeurs et des équipes techniques, des prises de paroles régulières ont lieu sur les réseaux, comme celles des Stéphan Bourcieu, DG de BSB.

A partir de cette semaine est déployé un dispositif relationnel élargi, où il s'agit à la fois de continuer à s'engager auprès des étudiants avec du contenu académique et parfois divertissant, et aussi plus largement auprès de l'ensemble des communautés BSB et des candidats, avec de l'information, des conseils, des expertises, des analyses et des initiatives solidaires.

« Nous souhaitons rester dans une logique de partage », détaille Sandrine Reboud. « L'accompagnement individualisé se poursuit à distance pour nos étudiants, et notre Team Admissibles est sur le pont pour répondre à toutes les interrogations de nos candidats. Nous allons diffuser des séries de podcasts vidéos et audio, des interviews, interventions et témoignages qui laisseront la parole à nos professeurs, diplômés, étudiants et membres de notre communauté, et aborderont de vastes sujets, instructifs et inspirants. Par ailleurs nous inculquons en permanence à nos étudiants les valeurs d'ouverture et de solidarité, essentielles pour devenir des acteurs du changement : c'est donc tout naturellement que nous relayerons et appellerons chaque semaine à des actions solidaires et caritatives. Comme depuis 2016, nous profitons des services de l'agence lyonnaise [Hula Hoop](#) pour nous aider à orchestrer tout ce dispositif. »

Contact Presse :

Burgundy School of Business

Julien Hannoun, Chargé des Relations Presse – +33 (0)6 19 11 23 13

E-mail : julien.hannoun@bsb-education.com

BSB-education.com