

Communiqué de presse

Top cas 2014 : prix décerné à l'EM Strasbourg par la CCMP pour le cas « Abercrombie & Fitch : le marketing expérientiel à l'international »

Strasbourg, juin 2014. Le 21 mai 2014, la Centrale de cas et de médias pédagogiques (CCMP) de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris ont décerné le prix Top cas en marketing à Claire Roederer (EM Strasbourg) et Ulrike Mayrhofer (IAE Lyon) pour le cas « Abercrombie & Fitch : Le marketing expérientiel à l'international » sur l'expansion de la marque américaine sur le marché européen.

Le développement d'une politique de marketing expérientiel à l'international

Le prix Top cas en marketing est attribué aux auteurs du cas de marketing qui a connu la plus large diffusion auprès des établissements d'enseignement supérieur durant l'année écoulée. Le 21 mai 2014, à l'occasion de la soirée de gala organisée par la FNEGE dans le cadre des 4èmes Etats Généraux du Management, ce prix a été décerné à Claire Roederer, maître de conférences en sciences de gestion à l'EM Strasbourg, et Ulrike Mayrhofer, professeur des universités à l'IAE Lyon pour le cas « [Abercrombie & Fitch : Le marketing expérientiel à l'international](#)>> ».

Le cas primé porte sur la politique marketing menée par l'enseigne Abercrombie & Fitch. Il contient des informations détaillées sur le groupe, positionné comme une marque privilège de « casual luxury » qui s'adresse à la cible des jeunes citadins, son expansion internationale et la stratégie expérientielle mise en place. Celle-ci s'appuie sur la mise en scène des produits, l'éclairage, la musique, les parfums et les vendeurs pour créer une ambiance festive dans les magasins.

Deux expertes dans la création d'études de cas pédagogiques

Claire Roederer et Ulrike Mayrhofer ont développé une riche expertise dans le domaine de la création et l'animation d'études de cas pédagogiques. Elles ont réalisé en commun plusieurs cas d'entreprises telles que : Allianz, Esprit, Levi's et Zara.

À propos des auteurs

Claire Roederer est maître de conférences à l'EM Strasbourg où elle enseigne depuis 2004. Spécialiste du marketing, ses travaux de recherche se concentrent notamment sur le marketing expérientiel et les comportements des consommateurs. Elle est l'auteur de « Marketing et consommation expérientiels » paru aux éditions EMS Management et Société en 2012 et en version anglaise en 2013.

Ulrike Mayrhofer est professeur des universités à l'IAE Lyon, Université Jean Moulin Lyon 3, et directrice du Centre de recherche Magellan. Ses domaines d'enseignement et de recherche concernent le marketing, le management international et le management stratégique. Elle a écrit plusieurs ouvrages et de nombreux articles pour des revues scientifiques et professionnelles.

EM Strasbourg : un pôle d'enseignement unique en France

Ce pôle d'enseignement propose un Programme Grande École en management avec une spécificité internationale et 35 formations bac +3 à bac +8 dans tous les grands domaines de la gestion. Ses cursus se déclinent en formation initiale, continue et en apprentissage.

L'EM Strasbourg est la Business School de l'Université de Strasbourg, classée parmi les 100 premières universités mondiales dans le classement de Shanghai.

L'EM Strasbourg est accréditée EPAS pour son Programme Grande École et certifiée Qualicert. Elle insiste sur la transmission des valeurs de développement durable, d'éthique et de diversité. Située au cœur de Strasbourg, capitale européenne, étudiante et culturelle, l'EM Strasbourg accueille 2 900 étudiants et compte 72 enseignants-chercheurs, 600 intervenants professionnels et compte 15 000 diplômés. www.em-strasbourg.eu
