



L'EPH devient Paris School of Tourism & Communication

La première école de tourisme en France change de nom et devient Paris School of Tourism & Communication. Une nomination internationale qui permet de re-corréler l'identité de l'établissement avec le contexte **MediaSchool**.

Pour comprendre ce changement de nom, il est nécessaire de revenir aux origines de l'école. Créée en 1936, l'EPH a progressivement fait évoluer son cursus. Cependant, face à la professionnalisation des métiers du tourisme et à la création de formations spécialisées comme le BTS et certains cursus à bac +3, l'EPH s'est très vite transformée en une école de tourisme. Elle a ensuite étendu son offre de programmes aux secteurs de la communication et de l'événementiel, tout en restant une école spécialisée.

- REDONNER DU SENS

Dans un contexte de mondialisation, tant pour le tourisme que pour la communication, l'acronyme EPH était devenu désuet. Ce changement de nom a ainsi pour principale mission de re-corréler l'identité de l'école avec les formations qu'elle propose. Avec ce changement de nom, l'école prend également une tournure plus internationale à l'image des secteurs du tourisme et de la communication. Situé à Paris à deux pas des Champs-Élysées, l'établissement propose ainsi 14 formations du bac +2 (BTS – Diplôme d'Etat) au bac +4/+5 (Titres RNCP niveaux I et II).

- MODERNISER L'IMAGE DE L'ÉCOLE

Qui dit nouveau nom, dit également nouveau look. A l'occasion de ce second baptême, Paris School of Tourism & Communication se fait une légère couleur. Elle troque ainsi l'orange contre le jaune et le violet sombre contre une teinte plus douce afin d'obtenir une image plus pop, jeune et dynamique. Comme un clin d'œil à son ancienne identité, l'école conserve toutefois l'apostrophe colorée qui la caractérisait.

- SE RAPPROCHER DES AUTRES ÉCOLES DE MEDIASCHOOL

Enfin, en prenant l'appellation « Paris School of », Paris School of Tourism & Communication s'inscrit dans la continuité des deux dernières écoles créées par **MediaSchool** : Paris School of Luxury (2018) et Paris School of Sports (2019). L'école a le double avantage d'être un établissement à taille humaine (450 étudiants) tout en bénéficiant de la force de frappe du groupe créé et présidé par Franck Papazian.

Plus qu'un groupe d'enseignement supérieur privé, **MediaSchool** a élargi ses types d'activités et en compte aujourd'hui trois : des formations de bac à bac +5, des formations continues et un pôle média et événementiel avec notamment CB News, Stratégies, Influencia, Le Journal du Luxe, le Salon du Luxe® et Cristal Events. Un écosystème unique qui permet aux étudiants d'évoluer dans un monde professionnel et professionnalisant. Les étudiants de Paris School of Tourism & Communication peuvent ainsi profiter d'un large réseau d'entreprises partenaires et de plus de 10 000 alumni. Ils ont aussi l'opportunité de changer de formation ou de poursuivre leurs études dans l'une des 30 autres écoles du groupe, en France ou à l'international.

Contact Presse :
MediaSchool

01 55 74 30 90
info@mediaschool.eu



L'EPH devient Paris School of Tourism & Communication

A propos du groupe MediaSchool

Leader français de l'enseignement supérieur privé et de la formation continue aux métiers de la communication, du digital et des médias, MediaSchool est présent en France (Paris, Marseille, Toulouse, Strasbourg, Nice, Rennes, Reims) et à l'international (Bruxelles, Londres, Barcelone, Shanghai, Mérida et Bangkok). Il regroupe 31 écoles proposant des formations dans le domaine de la communication (ECS), du journalisme (IEJ), du digital (#SUPDEWEB), de la production audiovisuelle (SUPDEPROD), du luxe (Paris School of Luxury) et du sport (Paris School of Sports). Il forme également aux BTS (ETS, Paris School of Tourism & Communication, IRIS, Paris BTS) et propose des formations de haut niveau pour les cadres dirigeants des médias et de la communication (IMM Paris, MediaSchool Executive Education). Le Groupe, qui a pour ambition de bâtir un hub professionnalisant au service de l'employabilité des étudiants, détient également des activités médias (CB News, Stratégies, INfluencia, Pub -à hauteur de 33%- , Loopsider -8%- , Journal du Luxe) et des activités événementielles (Cristal Events, Salon du luxe Paris...). Fondé en 2002 par son Président, Franck Papazian, le groupe **MediaSchool** affiche un chiffre d'affaires annuel de 45 millions d'euros - dont 11 ME pour ses activités de presse -, compte 250 collaborateurs et quelques 5 500 étudiants en 2018. A horizon 2024, le groupe a pour ambition de former 10 000 étudiants par an.