

REVUE DE PRESSE

MASCI 2011



Contact presse

Jean-Jacques Boutaud : jean-jacques.boutaud@u-bourgogne.fr

SOMMAIRE

TITRE	MEDIA	DATE
Des étudiants dijonnais organisent un Master Class sur la communication	CTOUTCOMM.COM	4 Janvier 2011
Dijon : "Master class" de la Junior agence du Master stratégies de communication international vendredi 14 janvier	DIJONSCOPE.COM	13 Janvier 2011
« MASTER CLASS » CONFIANCE ET COMMUNICATION : Le programme de vendredi	INFOS-DIJON.COM	13 Janvier 2011
« MASTER CLASS » CONFIANCE ET COMMUNICATION : Quatre dijonnais « dans le vent »... de la com'	INFOS-DIJON.COM	13 Janvier 2011
UNIVERSITE DE BOURGOGNE : La confiance au cœur des débats à Dijon	INFOS-DIJON.COM	13 Janvier 2011
Tremplin Dijon Live : l'heure du vote	GENERATION CAMPUS.COM	14 Janvier 2011

Des étudiants dijonnais organisent un Master Class sur la communication

Publié par Arthur DEBALLON le 4 janvier 2011 à 20 h 18 min

FORMATION / Le 14 janvier prochain, plusieurs étudiants dijonnais organisent une journée autour du thème « Confiance et Stratégie de Communication ». Un événement avec des intervenants de renom.

Dans le cadre de sa Junior Agence, le MASCI (5^{ème} au Classement SMBG) organise une Master Class destinée, aux professionnels, sur le thème : « Confiance et Stratégie de Communication ». Elle se déroulera le 14 janvier, à l'hôtel Philippe Le Bon, à Dijon. Placée 5^{ème} au Classement SMBG, la formation a pour objectif de former de futurs professionnels de la communication. Organisée dans ce cadre, la Master Class constitue non seulement un lien entre universitaires et professionnels mais surtout un lieu d'échange entre spécialistes de la communication.

Omniprésente dans les stratégies de communication, la confiance est une valeur essentielle. La Master Class aura donc pour objectif de soulever les problématiques de confiance rencontrées par de nombreuses organisations, tout en apportant des réponses concrètes.

Des intervenants de renom

Qu'ils soient experts de la communication comme M. F. B. Huyghe, Docteur d'Etat en Sciences Politiques, Directeur de recherche en Sciences de l'Information et de la Communication, M. B. Heilbrunn : Sémiologue et Professeur de Marketing à l'ESCP Europe et Mme V. Planchez : Directrice des Stratégies de SAATCHI & SAATCHI, tous interviendront durant cette Master Class durant plusieurs conférences et ateliers.

Plus d'infos sur le profil Facebook Master Class : www.facebook.com/Master-Class-Masci/

Dijon : "Master class" de la Junior agence du Master stratégies de communication international vendredi 14 janvier



par [Pauline Hutter](#) | dijOnscOpe | jeu 13 jan 11 | 07:56

Dans un communiqué reçu jeudi 06 janvier 2011, le Master stratégies de communication international (MAsCI) annonce une Master class vendredi 14 janvier 2011 à Dijon, sur le thème suivant : "Confiance et stratégie de communication".

Pour en savoir plus, lire le communiqué ci-dessous.

"La Junior Agence du Master Stratégies de Communication International de Dijon organise une Master Class

Dans le cadre de sa Junior Agence, le MAsCI (5ème au Classement SMBG) organise une Master Class destinée, aux professionnels, sur le thème : « Confiance et Stratégie de Communication ». Elle se déroulera le 14 janvier, à l'hôtel Philippe Le Bon, à Dijon.

- **Le MAsCI**

Le Master Stratégies de Communication International (5ème au classement SMBG) dirigé par M. Jean-Jacques Boutaud, a pour objectif de former de futurs professionnels de la communication. Organisée dans ce cadre, la Master Class constitue non seulement un lien entre universitaires et professionnels mais surtout un lieu d'échange entre spécialistes de la communication.

- **La Master Class**

Omniprésente dans les stratégies de communication, la confiance est une valeur essentielle. La Master Class aura donc pour objectif de soulever les problématiques de confiance rencontrées par de nombreuses organisations, tout en apportant des réponses concrètes.

- **Des intervenants spécialistes de la communication**

Des experts de la communication, M. F. B. Huyghe : Docteur d'Etat en Sciences Politiques, Directeur de recherche en Sciences de l'Information et de la Communication, M. B. Heilbrunn : Sémiologue et Professeur de Marketing à l'ESCP Europe et Mme V. Planchez : Directrice des Stratégies de SAATCHI & SAATCHI, interviendront durant cette Master Class.

> Elle débutera à 9h et sera composée de conférences et d'ateliers de réflexion pragmatiques sur la confiance en communication."

« MASTER CLASS » CONFIANCE ET COMMUNICATION : Le programme de vendredi

Le Jeudi 13 janvier 2011 @ 03:55:19



Retrouvez le programme. Et les modalités pour s'inscrire, pour ce vendredi 14 janvier, à ce rendez-vous organisé à l'hôtel Philippe Le Bon.

**Programme de la Journée
Vendredi 14 janvier 2011
Hôtel Philippe Le Bon, 18 rue Sainte Anne, 21000 Dijon**

9h – 9h30 accueil des participants

Conférences

9h30 – 10h15 Intervention de Monsieur Huyghe

Pause café

10h30 – 11h15 Intervention de Madame Moreira de la Poste – Observatoire de la confiance

11h15-12h Intervention de Madame Planchez – Saatchi&Saatchi

12h-12h30 Session de questions

Pause Déjeuner

14h-14h45 Intervention de Monsieur Heilbrunn – ESCP Europe

Ateliers

15h-17h Ateliers thématiques au choix

La confiance en B to B avec une dimension internationale. Animé par dirigé par Monsieur Exartier..

Comment une entreprise peut-elle signifier la confiance, parler ou agir ? Animé par Monsieur Marynowar.

À quelle source d'information faire confiance ? Lobby et Influence. Animé par Monsieur Huyghe.

Le champ lexical de la confiance, l'importance du symbolique et sensoriel. Animé par Monsieur Boutaud.

Intervenants et Animateurs :

Jean-Jacques Boutaud : Professeur des universités, directeur de Masci et du laboratoire CIMEOS/LIMSIC, Université de Bourgogne : la performance du discours

Sylvain Exartier : Directeur de la communication, agence Markem&Image, Valence et Professeur Associé à l'Université de Bourgogne : la performance à l'international

Benoît Heilbrunn : Diplômé HEC et EHESS, Professeur à l'ESC-EAP, auteur de La performance (La Découverte, Gallimard) : formes et enjeux de la performance

François-Bernard Huyghe : Docteur d'Etat en Sciences Politiques

Emilie Moreira : Responsable de l'Observatoire de la confiance

Marc Marynowier : Agence Communiquez

Valérie Planchez : Directrice Stratégies Saatchi&Saatchi.

L'entrée est gratuite. Sur inscription, soit par mail (masterclass.masci@gmail.com) soit par téléphone (06.82.48.91.05).

« MASTER CLASS » CONFIANCE ET COMMUNICATION : Quatre dijonnais « dans le vent »... de la com'

Le Jeudi 13 janvier 2011 @ 03:55:19



Ils sont venus de loin pour étudier à Dijon. Ce projet est l'aboutissement de leur parcours étudiant. Portraits de François Lesage, Carole Guiet, Sophie Mariscal et Asmaa Dhimene

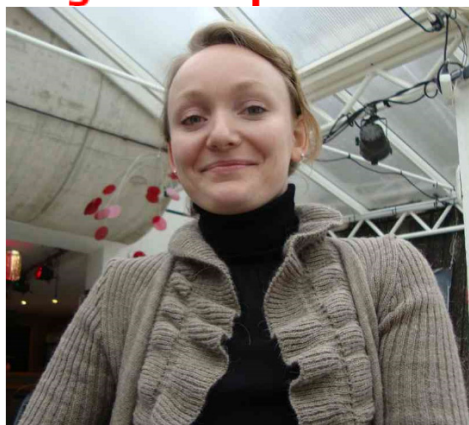
Derrière l'évènement, c'est un véritable aboutissement pour ces quatre jeunes dijonnais. Originaires d'un peu partout en France, c'est à Dijon qu'ils ont choisi de finir leur parcours. Car le MASCI Dijonnais fait partie des 5 meilleurs de France. Avec une spécialité, de la communication, mais tournée vers l'international.

**Asmaa Dhimene, 23 ans :
« C'est du concret ! »**



Elle est originaire de Lyon. Pourtant, ce n'est pas dans la capitale des Gaules qu'elle a choisi d'étudier, mais dans celles des Ducs de Bourgogne : « j'ai fait ce choix en fonction du classement de cette formation, au plan national. Car Dijon est très bien classée », explique-t-elle. Pour elle, ce projet : « c'est du concret ! Et ça m'a permis de faire des rencontres professionnelles. Et, être organisateur, c'est valorisant et ça apporte de l'expérience ». Quand au futur, elle avoue un souhait : « j'aimerais bien travailler en agence ».

Sophie Mariscal, 24 ans :
« Un challenge de ne pas le faire à Paris »



Sophie Mariscal, elle, est en provenance de Rouen. « A la base, c'est ce Master que j'ai choisi, par Dijon », sourit-elle. « J'ai été intéressée par le côté international de cette formation. Mais aussi la composition de l'enseignement. C'est un des seuls en France à mêler à ce point communication et international ».

Concernant la « Master Class », elle souligne : « c'est un projet ambitieux. Et c'était un challenge de ne pas le faire à Paris, mais à Dijon. Nous voulions démontrer qu'on pouvait venir à Dijon, pour de bonnes raisons ».

Pour l'avenir, elle commente : « je souhaite partir à l'étranger. Travailler aux Etats-Unis par exemple. Là, je reviens du Chili. Et je pars en stage au Canada, en septembre. Je veux faire du conseil en entreprise, dans le domaine du développement, vers l'international ».

Carole Guiet, 22 ans :
« Nous avons été très autonomes »



Nantaise d'origine, elle a fait un choix très simple : « j'ai choisi la ville de Dijon pour ce MASCI. Je voulais me spécialiser en communication après une formation en commerce international. Le programme m'intéressait et il n'y avait pas de formation de ce type ailleurs, même à Paris ».

Concernant cette expérience, elle explique : « ca a été une mission très professionnalisante. Nous avons été très autonomes et donc nous avons agi comme des « pros ». Ca nous a aussi permis de mettre un pied dans le métier, mais aussi de découvrir et d'analyser ce sujet de la confiance. Cela m'a permis aussi de mieux comprendre les campagnes de communication qui tournent autour de ce thème ».

« Plus tard, je voudrais bosser dans une agence de com', axée sur la grande consommation. Les produits de masse, comme le café, les appareils photos, etc. ».

François Lesage, 24 ans : « Avoir les mains dans le cambouis »



C'est un Normand, originaire de Saint-Lô. François Lesage, comme les autres, souligne : « ce master est un des meilleurs de France. De plus, c'est celui qui est le plus basé sur la stratégie de communication ».

En tant qu'organisateur de la « Master Class », il précise : « Cette problématique de la confiance est un sujet inévitable aujourd'hui ». Et d'enchaîner : « il y avait un côté opérationnel. Nous avons fait ce que nous avons voulu de cet évènement. Et j'ai aimé avoir les mains dans le cambouis ».

Quant à son avenir, François Lesage prédit : « je voudrais travailler dans la communication de crise. Par exemple, dans une grande agence, tournée vers l'international. J'ai été frappé par ce qui s'est passé pour BP récemment... ».

UNIVERSITE DE BOURGOGNE : La confiance au cœur des débats à Dijon

Le Jeudi 13 janvier 2011 @ 03:55:19



Quatre étudiants Dijonnais organisent, ce vendredi, une journée autour de la confiance. Ils sont tous les quatre étudiants en MASCI II (pour 2e année de Master Spécialisé en Stratégies de Communication Internationale). Avec un thème très en vogue : Comment retrouver la confiance du public. Un public qui, justement, n'a plus confiance dans ses institutions et ses entreprises. Explications.



La France fait partie des pays où règne de plus en plus le pessimisme. Les Français ont perdu confiance. Ils doutent de leurs hommes politiques, de leurs institutions et de leurs entreprises. Mais aussi de leurs journalistes ; le « vu à la télé » ou « dans le journal » n'est plus ce qu'il était. La faute, en grande partie, à la crise économique. Voilà pour le constat. De plus en plus, pour lutter contre cet état de fait, les acteurs du monde économique et de la politique tentent de réagir. Et, dans le monde de la « com' », s'il est bien un thème porteur depuis quelques années, c'est la confiance. Passionnés de communication, quatre étudiants dijonnais de 2e année de Master Spécialisé en Stratégies de Communication Internationale organisent, ce vendredi à Dijon, un rendez-vous autour de ce thème. Et ont réussi le tour de force de réunir des « têtes d'affiches », dans ce domaine, qui peut paraître lointain pour certains. Mais qui fait pourtant partie de notre vie de tous les jours. La preuve en est avec, notamment, McDonald's. Houspillée et considérée comme une « world company » apôtre de la « malbouffe », l'entreprise appuie depuis des années sa communication sur le thème de la qualité de ses produits et de leurs qualités nutritionnelles. Ou bien Darty et son fameux « contrat de confiance ».

Quatre jeunes dijonnais ultra-motivés

Sous la houlette du directeur de MASCI, Jean-Jacques Boutaud, les quatre étudiants à l'origine du projet, François Lesage, Carole Guiet, Sophie Mariscal et Asmaa Dhimène, qui ont à peine dépassé la vingtaine, ont réussi un sacré tour de force. Celui de contacter, puis de convaincre des « stars de la com' » de venir à Dijon, pour évoquer ce thème, vendredi 14 janvier, à l'Hôtel Philippe Le Bon. Des « têtes d'affiche », avec des agendas plein à craquer. « Mais le thème les a séduit », explique François Lesage. Tous les quatre, armés d'un simple téléphone, ont réussi à dépasser le « barrage » des secrétaires, parfois une véritable muraille dans les grandes entreprises. Et décrocher le « Graal », c'est-à-dire avoir directement ces décideurs au téléphone pour leur expliquer leur projet. Même s'ils confient : « le nom de notre directeur a ouvert pas mal de portes. Nous avons également eu l'appui de la CGPME 21 (partenaire de l'évènement) qui a relayé l'information auprès de ses contacts ». Avec cette condition, que l'évènement ait lieu à Dijon. « C'est la 2e année que MASCI II organise ce que l'on appelle une « master class » (lire encadré). L'an passé, la première s'est déroulée à Paris. Mais nous voulions démontrer que Dijon dispose d'une véritable capacité d'attraction, tout comme l'Université de Bourgogne », confient les quatre étudiants dijonnais.

Des « têtes d'affiche » de la communication à Dijon

Parmi ces grands noms, souvent peu connus du grand public, se cachent de très « vénérables institutions ». A l'exemple de Valérie Planchez, qui n'est autre que la directrice Stratégie de Saatchi & Saatchi, une des grosses agences de communication de France. L'entreprise gère la communication des grandes entreprises du fameux « Cac 40 ». Ou encore Emilie Moreira, de l'observatoire de la confiance de La Poste. Voilà pour l'aspect « communication de terrain ». Mais, parmi les invités, on trouve également François-Bernard Huyghe, professeur et Docteur d'Etat en sciences politiques : « il traitera des questions de lobbying et de luttes d'influence, comme, par exemple, la guerre de l'information ». Un domaine hautement stratégique, qui a fait dernièrement l'actualité de Renault... « Nous avons voulu conjuguer une vision du terrain, avec une vision plus académique », soulignent les organisateurs.

Une journée au cœur de l'actualité

« Aujourd'hui, le public n'a plus confiance dans les entreprises, les hommes politiques. On le voit bien avec le fait que, quand ils communiquent, les gens ont du mal à les croire. Alors que, dans le même temps, les gens vont faire confiance à des ONG, comme Greenpeace, beaucoup plus facilement. Quand cette ONG s'exprime, les gens vont s'approprier son discours immédiatement », commentent les quatre étudiants. Autre exemple, Michelin : « ce n'est plus l'entreprise d'avant, où, quand le patron s'exprimait, ses employés l'écoutaient. Aujourd'hui, la direction tente d'abord d'instaurer la confiance à son staff. Pour qu'il la communique aux actionnaires, aux clients et aux fournisseurs ». Bref, une journée préparée « aux petits oignons » par quatre étudiants, qui ont réussi à conclure leurs études « en beauté », avec un évènement préparé et totalement abouti.

Bruno LEDION

Une « Master Class », c'est quoi ?

Cette journée porte le nom de « Master Class ». Le concept appartient au départ au monde de la musique. Des artistes, notamment de jazz, qui ont acquis le niveau d'experts, en quelque sorte, donnent des cours à des musiciens un peu moins expérimentés. Pour cette Master Class sur le thème de la confiance et de la communication, c'est un peu la même chose. Des « grands noms » de la « com' » viendront faire bénéficier les étudiants, mais aussi les professionnels de la communication au niveau local, de leur expérience.

TREMPLIN DIJON LIVE : L'HEURE DU VOTE

Par Pierre-Olivier Bobo le 14.01.2011 | 15:47



Vous avez jusqu'au 24 janvier pour participer au vote en ligne du tremplin musical Dijon Live et choisir vos 3 artistes préférés.

Après le lancement de l'événement Dijon Live à la Fnac (voir notre article du [8 novembre 2010](#)) puis la décision d'ouvrir le challenge à tous les groupes de musique ([3 décembre 2010](#)) sans se restreindre à des musiciens étudiants, le moment est venu pour le public de voter pour ses artistes préférés ! Il ne faudra pas tarder puisque les internautes ont jusqu'au 24 janvier pour participer à ce vote, en ligne, sur le site web du [Dijon Live](#). Attention, parmi les 10 groupes pré-sélectionnés, vous ne pourrez en choisir que 3. Quelques précisions sont à savoir en ce qui concerne les modalités : « *Un mail valide est obligatoire, afin de vérifier l'authenticité de votre vote* » et « *Voter plusieurs fois pour un groupe ne comptabilisera qu'une seule voix pour ce groupe.* »

10 groupes en compétition, ambiances variées

Ils ne sont donc plus que 10 à être en course pour la grande finale qui aura lieu à l'Atheneum le 23 février prochain : Black Cotton, Fallin' Ditch, Oedipe Cheeps, Daffs, Lullaby, Rood and Tatu, Swing By Me, The Electric Spangles, Traffic Lights, Yukka's Splash. Seulement deux jours après le lancement du vote en ligne au début du mois de janvier, 2000 personnes avaient déjà choisi leurs artistes favoris. A vos souris !

Photo : Dijon Live 2010 / Thomas Hazebrouck