



EUROPEAN COMMUNICATION SCHOOL

Mastère Pro Agence Communication 360°

Création Espace publicitaire **Directeur artistique** Display

Télévision Media **Concepteur rédacteur** Acheteur d'art
Marketing viral **Planneur stratégique** Réseaux sociaux

Facebook Blogs Conversation **Directeur de clientèle** Youtube Influence

chef de projet digital **Média planneur** Magazines Display

Chef de publicité Événementiel Relations presse Buzz

Territoire de communication **Directeur de clientèle**

Mobile device **Brand content manager** Benchmarking

TV-producer **Twitter** Web-site Corporate Buzz

Radio **Stratégie** Street-marketing Key performance indicators

PARTENAIRE
Stratégies

Patrick Laroche Joubert : à l'ECS nous préparons les étudiants à la mutation des métiers de la communication. L'ECS forme aux métiers de demain



Patrick Laroche-Joubert, vous avez été à la direction des grands groupes internationaux tels que Young & Rubicam, CIm BBDO, DDB, Ogilvy et Publicis. Comment voyez vous le futur de la communication?

Patrick Laroche-Joubert : Je le vois global (le fameux 360°), international, et concentré au sein de groupes de dimension mondiale.

Aujourd'hui tout est communication. On communique sur les marques, les produits, les hommes politiques, les pays et nous-même sommes des vecteurs de notre propre image. Les métiers de la communication sont donc en pleine expansion d'autant que les moyens de communication, les media, se multiplient, notamment via internet. Se former à la communication 360°, c'est s'inscrire dans la modernité et les emplois d'avenir. La révolu-

tion numérique va modifier l'organisation et le fonctionnement des groupes et agences de communication.

Surtout je le vois bouleversé par l'importance de la révolution numérique et par la prépondérance que prend internet. Demain, les stratégies, la création, les media seront utilisés de façon bien différente d'aujourd'hui. Les agences seront condamnées à modifier rapidement leur organisation et leur rapidité de réaction. C'est à cela que doivent se préparer les élèves du Mastère ECS.

Comment jugez vous le programme pédagogique du Mastère ECS ?

Très novateur comparé à l'enseignement actuellement dispensé dans les universités ou les écoles. L'ECS forme de véritables experts de chacun des métiers de la communication. Les intervenants sont des professionnels en poste vivant quotidiennement toute l'actualité, l'évolution et les contraintes de leur activité.

Votre rôle à l'ECS ?

J'ai envie de transmettre mon expérience. Franck Papazian, le président du groupe, m'a proposé de diriger le Mastère Agence de Communication 360° et d'établir avec Jaques Séguéla le programme de ces deux années. Je recrute aussi les intervenants de qua-

lité parmi tous les publicitaires que je connais et respecte.

Pourquoi «Agences de communication 360°» ?

L'ECS veut former ses étudiants aux outils qu'utilisent tous les grands groupes de communication pour capter l'attention d'un individu dans la rue, devant sa TV, écoutant la radio chez lui ou dans sa voiture, lisant la presse, surfant sur internet. La globalisation, l'internationalisation, le besoin croissant des entreprises et des marques de communiquer en France comme à l'étranger font que communiquer se fera de plus en plus au travers de grands groupes de communication rassemblant dans des filiales spécialisées tous les moyens pour communiquer. Dans un monde où tout est communication, où l'image et la notoriété sont les pivots de la réussite d'une marque, d'un homme politique, d'un pays ou d'un peuple, il importe d'être expert de toutes les techniques de la communication.



Raphaël de Andreis

CEO DE BETC EURO RSCG, GROUPE HAVAS
PARRAIN DE LA PROMOTION ECS 2010

Quand en 2007 Mercedes Erra et Rémi Babinet nomment à 38 ans Raphaël de Andreis à la tête de l'agence qu'ils ont fondée avec Eric Tong Cuong, ils savent ce qu'ils font puisque depuis plus de 10 ans, ils le voient piloter avec succès des budgets majeurs de l'agence comme Canal+, Peugeot, Lu...

- Les résultats sont là :
- le spot « le placard » pour Canal+ rafle tous les prix :
 - primé par le club des Directeurs Artistiques,
 - Grand prix du palmarès Cristal des agences, annonceurs et producteurs européens,
 - Grand Prix Stratégie de la Publicité,
 - unique Lyon d'or français à Cannes où BETC a été l'agence française la plus primée,
 - le film viral « les bébés rollers » pour Evian :
 - nommé meilleur publicité de l'année par Time magazine
 - entre au Guinness Book des records comme étant le film publicitaire le plus vu en ligne.

BETC s'affirme déjà comme un acteur référent de la Communication Digitale avec des créations remarquées, aussi justes qu'audacieuses comme l'application virale en ligne jetueunami.com pour 13ème rue.

Passages de l'intervention de Raphaël de Andreis lors de la remise des diplômes ECS 2010

Je suis évidemment extrêmement touché d'avoir été choisi par Franck Papazian pour être votre parrain.

J'ai l'impression que j'étais à votre place il n'y a pas si longtemps. Je n'ai pas vraiment vu ce qui s'est passé entre le moment où j'étais assis dans une salle pour prendre mon diplôme et le moment où je suis monté sur cette scène...

La communication c'est devenu un truc très important, c'est devenu central. Il y a 15 ou 20 ans, même jusqu'il y a 10 ans, c'était un peu un gadget. Et puis, vous aurez noté que depuis une dizaine d'années, dans tous les comités exécutifs des boîtes du CAC 40 il y a quelqu'un de communication. Et pourquoi c'est si important ? Parce qu'aujourd'hui une grande entreprise, une marque et même une idée politique qui n'a pas le bon acte de communication, finalement, n'arrive plus à exister. Et du coup, ce qui était un métier périphérique est maintenant un métier qui est absolument central...

On entre dans un monde où l'actionnaire, le consommateur et le citoyen sont les mêmes personnes. Ce qui veut dire que les relations presse, la pub, la communication interne sont des choses

extrêmement mêlées parce que les gens finalement votent avec leurs portefeuilles, agissent à tous les niveaux de l'image de l'entreprise. Il faut donc que vous soyez extrêmement polyvalents...

Ce qui est formidable dans l'époque, c'est que tous les systèmes ont été remis en cause. Reproduire les modèles d'avant ne sert à rien, il faut inventer les modèles d'après. Vous devez réinventer le nouveau marketing et les nouveaux messages de communication. Donc je compte énormément sur vous...

Nous voyons beaucoup de candidats, et je vais dire un truc politiquement incorrect, paradoxalement beaucoup de choses sont devenues faciles pour eux. Je pense qu'il faut avoir la « niaque ». Tous les gens que j'ai vu réussir étaient comme des immigrés sardes du début du siècle. Ils en voulaient et je crois que c'est fondamental.

Bon courage à tous, ça va être formidable.





Mastère Pro Agence Communication 360°

PLANNING STRATÉGIQUE, PROCESSUS CRÉATIF, CONDUITE DE PROJET,
GESTION DE LA RELATION AGENCE-ANNONCEUR DES MEDIA TRADITIONNELS AUX MEDIA DIGITAUX.
CONCEPTION ET DIRECTION DU MASTÈRE : JACQUES SÉGUÉLA ET PATRICK LAROCHE-JOUBERT

Objectif de la formation :

- Former nos étudiants aux nouveaux emplois d'aujourd'hui et les placer dans une perspective d'évolution permanente.
- Faire de nos étudiants des experts de tous les moyens et techniques de la communication.
- Faire de nos étudiants les meilleurs dans un univers de la communication en pleine mutation.
- A ce jour il n'existe pas de formation de haut niveau à ces métiers. L'ECS se veut être l'école des futurs grands professionnels de la communication.

Etudiants concernés

- Titulaire de Licence, Bachelor, Master ou Mastère en communication, sciences politiques, sciences économiques, droit, histoire, sociologie.
- Détenteurs d'un diplôme d'une école de commerce, de gestion ou de communication.

Métiers accessibles

- Tous les métiers des groupes de communication (planneur stratégique, concepteur rédacteur, chef de publicité, directeur de clientèle, brand content manager, media planneur, ...).
- Les métiers des media (régies publicitaires des groupes media, agences media des groupes de communication).
- Les métiers de la communication dans l'entreprise.

Enseignements

MATRISE DE L'ENVIRONNEMENT LOGICIEL

- digitalisation du son (MP3, ...),
- digitalisation de l'image fixe (JPEG, ...),
- digitalisation de la vidéo (FLV, ...),
- programmation (HTML, ...).
- CMS (Wordpress, ...).

PROGRAMMES :

Mastère 1

ORGANISATION D'UN GROUPE DE COMMUNICATION

- Organisation 360°.
- La communication et les groupes dans le monde.
- Demain la communication sera globale et internationale.
- L'agence de publicité et les filiales spécialisées.
- L'agence media dans le groupe.
- L'international et régional.

ETRE EXPERT DE TOUS LES OUTILS DE LA COMMUNICATION 360°

- La publicité.
- Le marketing direct.
- La promotion.
- Les relations publiques et presse.
- La communication interne et corporate.
- Le digital (Web, Internet, etc...).
- L'événementiel.

LES MOYENS POUR VÉHICULER LA CAMPAGNE

- Le media planning de l'agence media pour déterminer le type de media et les titres ou écrans.
- La conception media pour être créatif à l'intérieur de chacun des media.
- L'achat d'espace et les négociations.
- Approfondir les media grand public ou ciblés (tv, presse quotidienne, magazines, Radio, Cinéma, Affichage, web, marketing direct, événement, etc.).
- Bilans de campagne, pré-tests, post-tests, études ad hoc.

LES MOYENS TECHNIQUES POUR FABRIQUER LA CAMPAGNE

- L'achat d'art (mannequins, Photographes).
- La production de films Tv, d'entreprise, et internet.
- La fabrication pour la presse et les magazines.
- La production radio.
- Monter un événement.





Mastère 2

Interventions de professionnels spécialistes en situation de partage d'expertise et d'expérience.

LA CRÉATIVITÉ :

LA RAISON D'ÊTRE DES GROUPES DE COMMUNICATION

- La créativité est partout dans un groupe aussi bien dans les fonctions du commercial, des media qu'évidemment pour l'équipe créative. L'idée ne vient pas de nulle part. Elle est issue de la stratégie de communication et du plan de travail créatif.
- La traduction de l'idée : le concept et ses déclinaisons dans les différents media.
- Le jugement créatif : comment faire émerger une campagne «Remarquable et juste».

LES TENDANCES

D'AUJOURD'HUI ET DEMAIN

- Les tendances de la société.
- Un consommateur surinformé.
- Le numérique régnera en maître.
- Le poids de la communication par le web modifiera l'organisation même des groupes de communication.
- L'international = l'importance de l'anglais.

LES GRANDES RÈGLES DE LA COMMUNICATION

- L'émergence.
- La rupture.

- Le territoire.
- La cohérence.
- La traduction dans les différents media comme dans les différents pays.

LE FINANCIER ET LE JURIDIQUE DANS LA COMMUNICATION

- Rémunération des agences
- Rémunération de l'achat d'espace.
- Devis, factures, règlements.
- Les prévisions financières.
- La loi sapin qui régit le fonctionnement financier des agences.
- Les principales règles de droit régissant la communication.
- Monter un événement, un mailing, un dossier de presse,...

L'INTERNATIONAL ET LE RÉGIONAL

- Réseaux internationaux.
- La recherche documentaire via l'international.
- Interactivité des créations et déclinaisons internationales des campagnes
- Cohérence du territoire de marque et son adaptation aux spécificités des pays.
- Le «ring», une méthode de compétition créative entre les agences d'un même réseau
- Reporting et méthodes de travail entre les agences d'un même groupe.
- Les filiales régionales d'un groupe de communication.

L'IMPORTANT DE LA RELATION CLIENT AVEC LE GROUPE DE COMMUNICATION

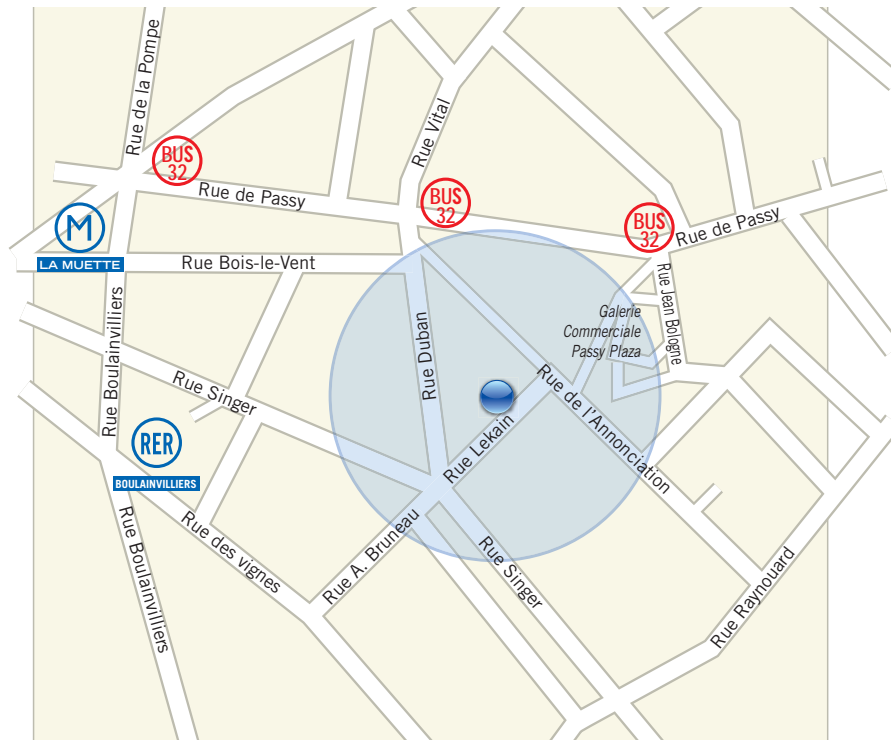
- L'organisation de la communication chez l'annonceur.
- Comment gagner de nouveaux clients (le développement).
- Le questionnaire annuel de satisfaction client.
- Le commercial, leader et responsable de la qualité de cette relation.
- Les moyens de tenir le client informé (comptes rendus, recommandations, reporting, etc.)
- L'animation des réunions et la maîtrise de celles-ci.
- Etre pro-actif et être une force de proposition.
- Convaincre : les processus et moyens pour justifier de la justesse des propositions.

TRAVAUX DIRIGÉS

- Etudes de cas réels tutorées avec présentation de la recommandation au client éventuellement suivie de sa réalisation.

Programmes présentés à titre indicatif, ils sont constamment adaptés relativement aux attentes des professionnels.





ECS EUROPEAN COMMUNICATION SCHOOL

PARIS

9 rue Lekain - 75016 Paris
 Tél 01 46 47 29 90
 mastere@ecs-paris.com
 www.ecs-paris.com



www.facebook.com/ECSParis



www.twitter.com/ECSParis



www.youtube.com/ECSParis



ECS BRUXELLES
www.ecs-paris.com



ECS TOULOUSE
www.ecs-toulouse.com



ECS STRASBOURG
www.ecs-strasbourg.com



ECS MARSEILLE
www.ecs-marseille.com



ECS LONDRES
www.ecs-london.com



Franck PAPIZIAN
 Président du Groupe ECS-IEJ



Arnaud COLLEU
 Directeur de l'ECS-Paris



Christophe ROQUEFORT
 Directeur des Mastères 2