



Une grande histoire de management

## LA MARQUE AU SERVICE DE L'AGILITÉ DES ORGANISATIONS

—  
EXECUTIVE EDUCATION



Formation courte  
professionnalisante / 4 jours

04-05 et 11-12 Juin 2021



Cette thématique est portée par la chaire **Marques & Valeurs**. La chaire regroupe une trentaine de chercheurs en France et à l'international qui interrogent la marque sous différents angles : enjeux sociologiques, aspects financiers, dimensions stratégiques à l'externe ou à l'interne. Depuis 2012, cette multidisciplinarité permet de décloisonner la pensée sur le management de la marque dans les organisations et de soutenir une approche transversale directement en lien avec le monde de l'entreprise. Ainsi, dans un contexte de plus en plus mouvant et incertain nous pensons que la marque détient un rôle crucial dans l'agilité des organisations. En effet, l'agilité et la créativité résident dans la capacité à évoluer et à innover tout en préservant le socle fondateur de l'organisation. Dans cette perspective la marque devient un levier essentiel en période de changement car elle assure les fondements identitaires de l'organisation tout en lui permettant de s'adapter de façon innovante aux nouveaux contextes.

La Chaire **Marques & Valeurs** a développé une expertise unique en France sur les questions de gestion de marque fondée sur la création de marques qui donnent du sens et qui sont la source des entreprises agiles et pérennes.

## POURQUOI CHOISIR L'IAE PARIS - SORBONNE ?

Se former à l'IAE Paris-Sorbonne Business School, c'est faire le choix d'une école universitaire associée à la prestigieuse université Paris 1 Panthéon - Sorbonne, forte de plus de 60 ans d'expérience dans le domaine du management. L'IAE Paris - Sorbonne propose à ce titre de nombreuses formations diplômantes, reconnues en France et à l'international (Doctorat, Masters spécialisés, MBA(s), Licence professionnelle, Diplômes d'université

Depuis sa création en 1956, l'IAE Paris - Sorbonne s'est **engagé dans la double compétence en management pour les cadres et les étudiants en poursuite d'études**. Au-delà du management général, l'**offre de formation s'est étendue** au cours des années à d'autres **domaines plus spécialisés** : Contrôle-Audit, Entrepreneuriat, Finance, Management des associations, Management de la santé, Management international, Marketing, QSE, Ressources Humaines et RSE, Supply Chain Management. Les formations sont fondées sur une **approche pédagogique à la pointe des enjeux du monde professionnel, nourrie par une activité de recherche dynamique** au sein de l'école et **ancrée sur la pratique en entreprise**. L'enseignement est en effet dispensé par un corps professoral composé d'universitaires de haut niveau et de professionnels expérimentés, experts reconnus dans leur domaine.

La formation continue constitue près de 75 % de l'activité ; **2 100 cadres sont ainsi formés chaque année, dont 40% à l'international** dans le cadre de partenariats avec des universités étrangères. Les programmes de poursuite d'études sont, quant à eux, principalement proposés en alternance.

Ancré dans des valeurs humanistes **d'égalité des chances, de démocratisation de la réussite et d'esprit de progrès**, l'IAE Paris - Sorbonne contribue ainsi au développement des connaissances et à leur transmission aux entreprises, tant à travers ses actions de formation que sa recherche.

### CHIFFRES

#### CLÉS



**36 000**

Alumni qui exercent  
à travers le monde

**+ de 2 800**

Étudiants



**42**

Enseignants universitaires

**300**

Intervenants  
professionnels



**74**

Accords internationaux

## OBJECTIFS

Dans un contexte de plus en plus mouvant et incertain, l'agilité et la créativité sont les maîtres mots des entreprises qui traversent des périodes turbulentes. Cette agilité réside dans la capacité à évoluer et à innover tout en préservant le socle fondateur de l'organisation. Dans cette perspective la marque devient un levier essentiel en période de changement car elle assure les fondements identitaires de l'organisation tout en lui permettant de s'adapter de façon innovante aux nouveaux contextes.

Ce séminaire a pour objectif de fournir **les clés de l'agilité des organisations fondée sur une orientation marque**, il permettra aux participants d'aborder les points suivants :

- > Être en mesure de construire des marques fortes et dynamiques (non statiques)
- > Savoir mettre en place une orientation marque et inscrire l'identité de marque au cœur du processus de changement des organisations
- > Identifier clairement les enjeux de l'agilité
- > Savoir mener une réflexion collective sur les principes d'une organisation AGILE
- > Situer la créativité dans une logique de flexibilité et de résilience (créativité / réactivité)
- > Être capable d'adopter une posture créative et de mettre en œuvre une démarche créative

### Public concerné

Dirigeants d'entreprises, Consultants et Managers en charge de la gestion de marques ou de projets d'innovation.

## ORGANISATION

La thématique sera organisée sur la base d'exemples et de témoignages de professionnels dans différents secteurs d'activité touchant à la fois le BtoC / BtoB et les entreprises multinationales ou PME.

### Lecture obligatoire

> G. Michel (2013), Management Transversal de la Marque, coord. Dunod.

### Lecture recommandée

> J. Appelo (2011), Management 3.0: leading Agile developers, developing Agile leaders, Pearson Education.



# PROGRAMME

> 04 et 05 juin 2021

1 | 

Vendredi 04 juin 2021 (8h)

## La construction de l'identité de marque et sa légitimité sur les marchés

### Comment construire des marques fortes ?

La première journée sera consacrée à la fabrique des marques et notamment au travail de construction identitaire et de positionnement. Nous verrons comment les marques construisent du sens et établissent leur légitimité auprès des différentes parties-prenantes (employés, clients...).

### Intervenants :

- **Géraldine Michel**, Professeure IAE Paris - Sorbonne
- **Béatrice Leduby**, Directrice Marketing



2 | 

Samedi 05 juin 2021 (8h)

## Territoire de marque et agilité des extensions de marque

### Comment être agile dans un contexte turbulent sans trahir ses valeurs, sans diluer son image de marque ?

La deuxième journée abordera l'étude du territoire de marque fondée sur l'identification du noyau central de la marque, outil essentiel dans la réussite des stratégies de développement de produits et des stratégies d'adaptation.

### Intervenants :

- **Géraldine Michel**, Professeure IAE Paris - Sorbonne
- **Alain Sultan**, Directeur marketing et innovation
- **Andy Surin**, fondateur et dirigeant de l'agence de communication « les positionneurs »

> 11 et 12 juin 2021

3 | 

Vendredi 11 juin 2021 (8h)

### La fin des certitudes pour les marques, vers une méthode de travail agile

Depuis quelques années, l'environnement des entreprises se transforme : La hiérarchie des besoins évolue : immédiateté, anonymat, privacy, L'usage intéresse plus que la possession Le digital a depuis longtemps introduit de nouvelles problématiques : API, crowdsourcing, temps réel, big data, pubs natives, uberisation... De nouveaux «fondamentaux » apparaissent : design thinking, expérience client, engagements.... Au milieu de ces transformations, on n'attend plus que les professionnels du marketing apportent une expertise qui deviendra rapidement obsolète. On souhaite qu'ils maîtrisent une méthode de travail : collaborative, inclusive, horizontale, itérative, ouverte. Cette méthode a trouvé un qualificatif qui s'est lui-même transformé en branding : l'agilité. Mais qu'est-ce exactement qu'une entreprise Agile ? Et si on revenait aux sources de cette méthode ? On fera part d'une mise en œuvre d'une telle méthode AGILE dans une entreprise de développement numérique et nous verrons ce qu'elle suggère comme déconstruction des habitudes de travail.

#### Intervenant :

- **Sébastien Jumel**, Directeur  
Développement Innovation et Numérique,  
Enedis

4 | 

Samedi 12 juin 2021 (8h)

### De la résilience des marques à l'agilité marketing

Si les marques ont toujours nécessairement eu besoin d'évoluer, le rythme de nos sociétés et les bouleversements récents ont montré la nécessité d'évoluer dans un temps très court et particulièrement incertain. Savoir réinventer et se réinventer dans des environnements perplexes et précaires apparaît comme un impératif à la survie. Cette journée permettra d'aborder les questions relatives à la résilience des marques et l'agilité marketing, et introduira les fondamentaux de l'intelligence émotionnelle comme compétence utile à la créativité et à l'agilité.

#### Intervenant :

- **Valérie Zeitoun**, Maître de Conférences  
IAE Paris - Sorbonne



## INTERVENANTS IAE PARIS - SORBONNE

---



**Géraldine MICHEL,**  
**Professeure, Directrice de la Chaire M&V**  
Spécialiste de la marque, Géraldine Michel a publié de nombreux articles et ouvrages sur le sujet. De renommée internationale, elle intervient sur le management de la marque à l'étranger et intervient auprès d'entreprises.



**Valérie ZEITOUN**  
**Maître de Conférences, Directrice Scientifique de la Chaire M&V**  
Spécialiste de la relation marque-consommateur et des méthodes de créativité dans une démarche design thinking, elle intervient sur ces sujets en France et à l'international auprès de différents publics (étudiants, professionnels, entreprises).

## INTERVENANTS PROFESSIONNELS

---



**Sébastien JUMEL** | Sébastien Jumel a exercé différentes responsabilités au sein du Groupe EDF, dont notamment la direction marketing du marché des particuliers et professionnels. Il a ensuite dirigé EDELIA, filiale d'EDF travaillant sur les services digitaux et les objets connectés. En 2018, il rejoint la Direction internationale d'EDF, en charge du business développement de la zone Europe. Depuis octobre 2020, il est membre du Comité Exécutif d'Enedis, en tant que Directeur Développement, Innovation et Numérique. Il est par ailleurs Docteur en sciences de gestion.



**Alain SULTAN** | Directeur Marketing et Innovation, il est aujourd'hui expert dans le développement de produits innovants et dans les stratégies d'extension de marque.



**Béatrice LEDUBY** | Entrepreneur, depuis 20 ans de carrière dans des grands groupes industriels, Béatrice Leduby a acquis une expertise en stratégie de positionnement et innovation produit.



**Andy SURIN** | Fondateur et dirigeant de l'agence de communication „les positionneurs“.

## COMMENT INTÉGRER CE PROGRAMME ?

---

> **Inscriptions jusqu'au 1er juin 2021**

> **Tarif** : 2.000 € pour les 4 jours de formation. Ce programme peut donner lieu à une prise en charge dans le cadre réglementaire de la formation professionnelle continue (financement entreprise, CPF).

Retrouvez toutes les informations sur notre site ([www.iae-paris.com](http://www.iae-paris.com)) à la page « Formation / Financement ».

A l'issue de la formation, **les participants se verront remettre un certificat.**

## CONTACTS

---

**Responsable Pédagogique :**  
**Géraldine MICHEL**  
Professeure, Directrice de la Chaire M&V  
[michel.iae@univ-paris1.fr](mailto:michel.iae@univ-paris1.fr)

**Gestion administrative :**  
**Sarah CANET**  
01 44 08 73 24  
[programmes-courts.iae@univ-paris1.fr](mailto:programmes-courts.iae@univ-paris1.fr)



Une grande histoire de management

IAE Paris - Sorbonne Business School  
8 bis, rue de la Croix Jarry  
75013 Paris

[www.iae-paris.com](http://www.iae-paris.com)

   @iaeparis



L'IAE Paris - Sorbonne et certifié SGS Formation & Recherche  
Création graphique : IAE Paris - Sorbonne - Janvier 2021 Informations non contractuelles

