

# Ma sélection du 03/05/2016

## Réception

www.toulemploi.fr (20 avril 2016)	Pourquoi luxe et digital font-ils bon ménage ?	2
TOULECO (19 AVRIL 16)	Pourquoi luxe et digital font-ils bon ménage ?	4



## Pourquoi luxe et digital font-ils bon ménage ?

> A partir de la rentrée, l'Iseg Marketing & Communication School proposera à ses étudiants de quatrième et cinquième années une spécialisation autour du luxe et du digital. Oriane Gérard, sa responsable communication et développement, nous la présente.



### **Oriane Gérard, pourriez vous nous présenter l'expertise Digital Luxury Marketing & Communication mise en place à l'Iseg ?**

Notre école forme des étudiants disposant à parts égales des compétences en marketing et en communication. A partir de la quatrième année, nous leur proposons de développer une expertise dans le domaine de leur choix. L'an dernier, nous avons développé le Data Marketing, et en septembre, nous allons créer une filière dédiée au luxe. Cette spécialité était déjà proposée en filigrane lors des trois premières années d'études, via des workshops ou des sessions dédiées, mais à doses plus homéopathiques. Il faut savoir, en outre, que nous sommes la première école à proposer cette spécialité en région.

### **Pourquoi avoir choisi Toulouse pour créer cette spécialisation ?**

Toulouse compte nombre d'acteurs importants dans le domaine du luxe. Je songe ainsi à l'hôtel La Cour des Consuls ouvert tout récemment, ou à Amplitudes, mais également aux boutiques ou aux joailliers. Nous aurons donc des intervenants de qualité. Enfin, nos étudiants pourront disposer ainsi d'une formation reconnue à ce niveau en région.

### **Quelle est l'origine de ce choix d'expertise ?**

Il existe un lien très fort entre le digital et le luxe à tous les niveaux. Il influence d'ailleurs 50% de ses ventes totales. Les postes ouverts sont les mêmes que dans les autres domaines (responsable marketing, chef de produit, directeur marketing, chargé de communication, directeur de la communication...), mais appliqués à ce marché où les codes sont très particuliers. Quant aux secteurs, ils sont nombreux à être concernés : l'hôtellerie, le design, la culture, les métiers d'art... Il peut également s'agir d'appliquer les codes du luxe à un produit ou à un service.

### **Comment intégrer cette formation ?**

www.toulemploi.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 7



Page 2/2

[Visualiser l'article](#)

Le nombre de places est limité. La sélection se fait donc sur dossier, test et entretien d'admission. Il faut avoir un intérêt particulier pour ce monde et ses codes, et une bonne connaissance du secteur. La fibre digitale est indispensable. Nous ouvrons une dizaine de places dans cette formation à la rentrée 2016. Elle est destinée à nos étudiants, mais également à ceux qui intègrent l'école en admission parallèle en quatrième ou cinquième année.

*Sur la photo : Oriane Gérard, responsable communication et développement à l'Iseg Marketing & Communication School. Crédit photo DR*



L'actualité > La Question

Publié le lundi 18 avril 2016 à 18h09min par Agnes Fremiot

## Pourquoi luxe et digital font-ils bon ménage ?

> A partir de la rentrée, l'Iseg Marketing & Communication School proposera à ses étudiants de quatrième et cinquième années une spécialisation autour du luxe et du digital. Oriane Gérard, sa responsable communication et développement, nous la présente.



**Oriane Gérard, pourriez vous nous présenter l'expertise Digital Luxury Marketing & Communication mise en place à l'Iseg ?**

Notre école forme des étudiants disposant à parts égales des compétences en marketing et en communication. A partir de la quatrième année, nous leur proposons de développer une expertise dans le domaine de leur choix. L'an dernier, nous avons développé le Data Marketing, et en septembre, nous allons créer une filière dédiée au luxe. Cette spécialité était déjà proposée en filigrane lors des trois premières années d'études, via des workshops ou des sessions dédiées, mais à doses plus homéopathiques. Il faut savoir, en outre, que nous sommes la première école à proposer cette spécialité en région.



### **Pourquoi avoir choisi Toulouse pour créer cette spécialisation ?**

Toulouse compte nombre d'acteurs importants dans le domaine du luxe. Je songe ainsi à l'hôtel La Cour des Consuls ouvert tout récemment, ou à Amplitudes, mais également aux boutiques ou aux joailliers. Nous aurons donc des intervenants de qualité. Enfin, nos étudiants pourront disposer ainsi d'une formation reconnue à ce niveau en région.

### **Quelle est l'origine de ce choix d'expertise ?**

Il existe un lien très fort entre le digital et le luxe à tous les niveaux. Il influence d'ailleurs 50% de ses ventes totales. Les postes ouverts sont les mêmes que dans les autres domaines (responsable marketing, chef de produit, directeur marketing, chargé de communication, directeur de la communication...), mais appliqués à ce marché où les codes sont très particuliers. Quant aux secteurs, ils sont nombreux à être concernés : l'hôtellerie, le design, la culture, les métiers d'art... Il peut également s'agir d'appliquer les codes du luxe à un produit ou à un service.

### **Comment intégrer cette formation ?**

Le nombre de places est limité. La sélection se fait donc sur dossier, test et entretien d'admission. Il faut avoir un intérêt particulier pour ce monde et ses codes, et une bonne connaissance du secteur. La fibre digitale est indispensable. Nous ouvrons une dizaine de places dans cette formation à la rentrée 2016. Elle est destinée à nos étudiants, mais également à ceux qui intègrent l'école en admission parallèle en quatrième ou cinquième année.

*Propos recueillis par Agnès Frémot*

*Sur la photo : Oriane Gérard, responsable communication et développement à l'Iseg Marketing & Communication School.  
Crédit photo DR*