



# DIGITAL LEADERSHIP PROGRAMS

*2017-2018*

**imm**  
PROSPECTIVE & INNOVATION

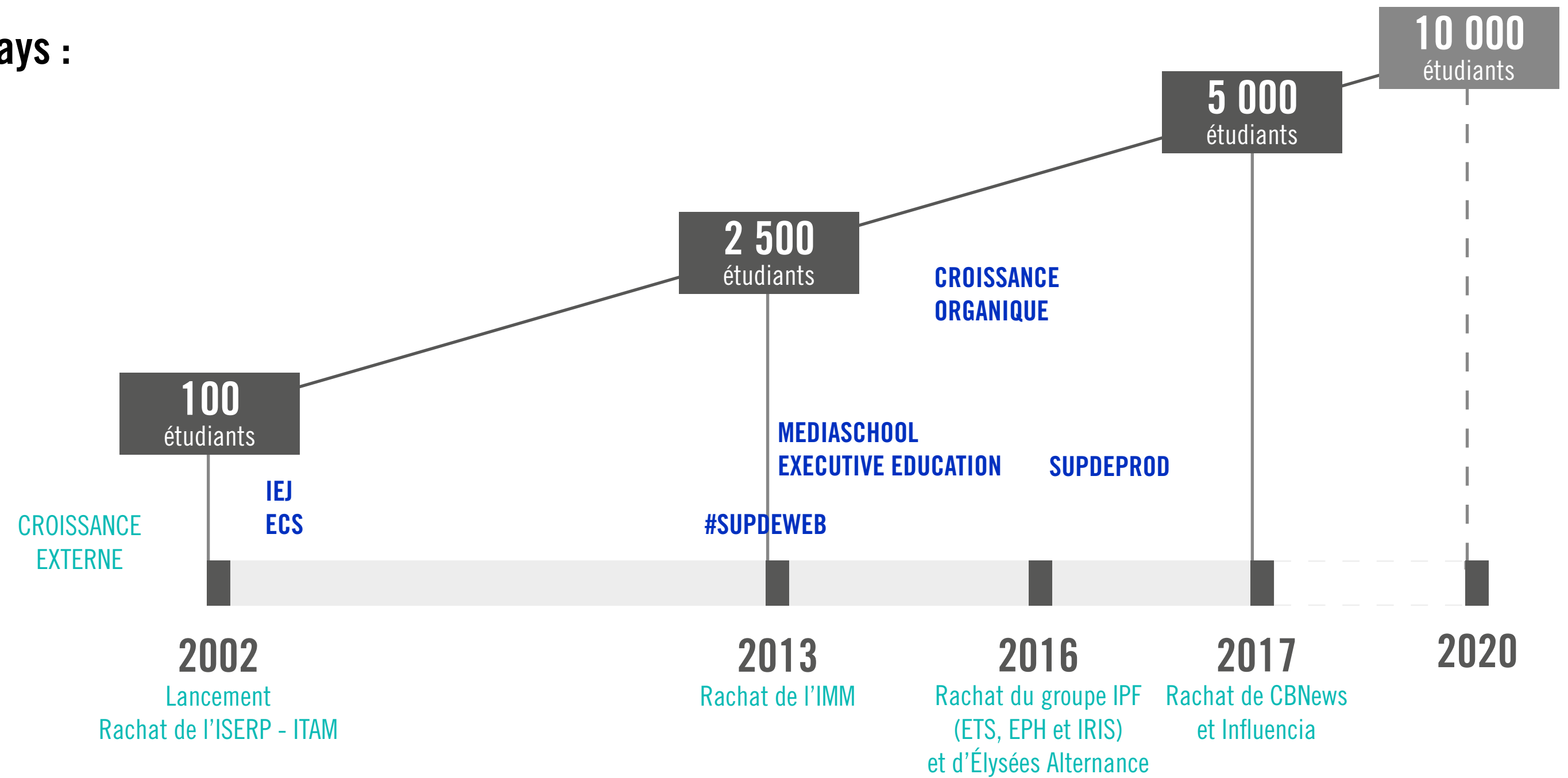
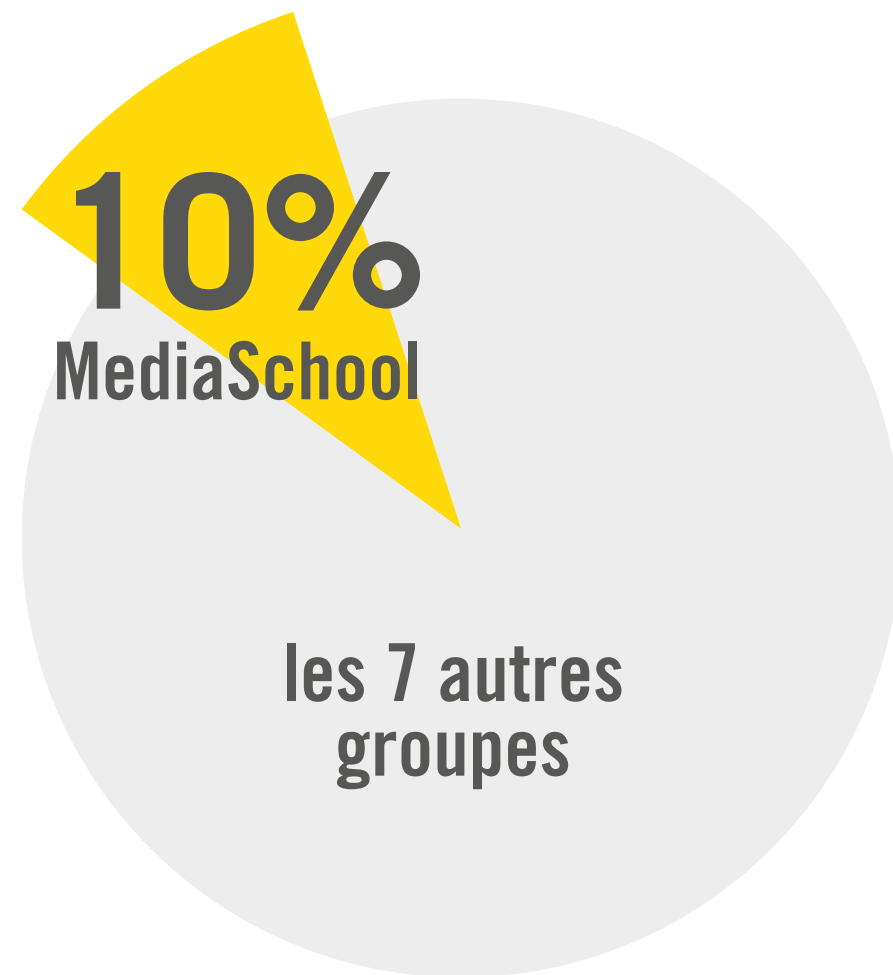
 @IMMParis

[immparis.com](http://immparis.com)

Media**School**

# MEDIASCHOOL EN CHIFFRES ET EN LETTRES

Groupe international de formation et d'information présent sur 5 pays : *event*, média, enseignement – 5000 étudiants, 30 écoles et 2 centres de formation continue, dont l'IMM est la tête de pont.



29 écoles

100 collaborateurs permanents

11 villes

100% des étudiants en stage ou en contrat de professionnalisation

## 4 COMPÉTENCES D'AVENIR

INFORMER  
COMMUNIQUER

DIGITALISER  
INSPIRER

## IMM EN CHIFFRES ET EN LETTRES

Depuis 1983, l'Institut accompagne les professionnels et les organisations dans leurs enjeux d'anticipation stratégique et de transformation numérique.

### 2 programmes longs

- Médias & Télécoms
- Luxe & design d'expérience

### 3 missions d'études à l'international

- États-Unis (New-York / San Francisco / Los Angeles)
- Asie (Shanghai)
- Israël (Tel-Aviv / Jérusalem) - *Sur mesure*

### 1/3 des participants

font évoluer leur carrière professionnelle dans les deux ans qui suivent la formation

# ANTICIPATION STRATÉGIQUE

## Fonctions

Directeur de la stratégie / Directeur de la création	40%
Directeur de la communication / Directeur marketing	
CDO / Directeur de l'innovation / CTO / DSI	18%
Directeur général / Business Unit / Entrepreneur	12%
Directeur financier	10%
Directeur juridique	10%
Autres	10%

# UN INVESTISSEMENT STRATÉGIQUE POUR UN MANAGEMENT DISRUPTIF

## NOTRE VOCATION

Former exclusivement  
des experts de la même industrie

## NOTRE AMBITION

Inspirer les élites futures  
et détecter les talents

## OBJECTIFS

- Anticiper les défis sur un univers bousculé par le digital
- Dessiner la perspective d'ensemble
- Réapprendre à construire et à exécuter une stratégie
- Créer une tension mobilisatrice pour vos équipes

## OUR UNIQUE VOCATION

*Training media and telecom experts*

## OUR AMBITION

*Inspiring the elites' next phases,  
and spot the talents*

## TARGETS

- *Forecasting challenges in a world disrupted by the digital storm*
- *Outlining the overall perspective*
- *Reviewing how to build and carry out a strategy*
- *Creating efficient strain for your teams*



“ J’ai rejoint l’IMM pour mieux saisir l’impact du digital dans nos activités et notre environnement. J’y ai trouvé non seulement des réponses et du questionnement utiles grâce à une approche 360°, mais aussi et surtout des compagnons sincères et profonds. L’échange d’expérience et d’analyse ayant été tout aussi enrichissant. Le voyage aux US est sans doute le pinacle du séminaire tant il permet d’ouvrir les yeux sur la réalité du bouleversement digital. ”

**Luc-Antoine Charial,**  
Président Infront France - Infront Sports & Media AG  
Group CFO - HBS  
Alumni IMM Médias & Télécoms promotion 2015





**Rosa Luna-Palma,  
Directrice Générale IMM Paris**

Experte dans l'ingénierie de projets pour cadres dirigeants et passionnée par l'innovation, Rosa crée notamment le Fabfest à la Gaîté Lyrique, puis complète ses diplômes de Droit (Assas, Sorbonne) avec le Media Executive Program de l'ESSEC et... l'IMM. Elle rejoint Franck, en 2013, pour diriger l'IMM.

*Graduated from the Sorbonne University, Rosa has a strong track record on creative and competitive ecosystems (Media, Entertainment, Telecom). In 2013, she joined MediaSchool for the purpose of managing the Institute — five years after following the executive cycle.*

“ *Quels sont les impacts marketing et sociaux créés par le jaillissement – imminent dans notre quotidien – des intelligences artificielles ? Un des enjeux-clés que nous explorerons sera d'ajuster en finesse la complémentarité de l'homme et de la machine. Sur ces sujets de prospective, une formation audacieuse s'avère cruciale pour anticiper les mouvements stratégiques les plus décisifs.* ”

Rosa Luna-Palma, Directrice générale de l'IMM.

**Life is analog,  
not digital**

## ILS ONT FAIT L'IMM MÉDIAS & TÉLÉCOMS



**Guillaume Blanchot**

Directeur Général - Conseil Supérieur  
de l'Audiovisuel



**Édouard Braud**

Strategic Partner Manager Media France –  
Facebook



**Pierre Fraidenaich**

Directeur Général - BFM Business



**Nora Melhli**

Responsable des créations originales  
et des contenus délinéarisés - Altice



**Thomas Nirschl**

Directeur Marketing Digital - Groupe Le Monde



**Bruno Patino**

Directeur Éditorial - Arte



**Arnaud de Puyfontaine**

Président du Directoire - Vivendi



**Magali Soulier**

Head of Industries - Energy, Public Sector,  
Classifieds, Dating, Real Estate - Google

## OBJECTIFS DE NOS FORMATIONS

### Développer une capacité d'analyse fine et informée

en avance de phase, permettant à chacun d'aborder la mutation numérique avec une connaissance approfondie de son activité et des marchés connexes.

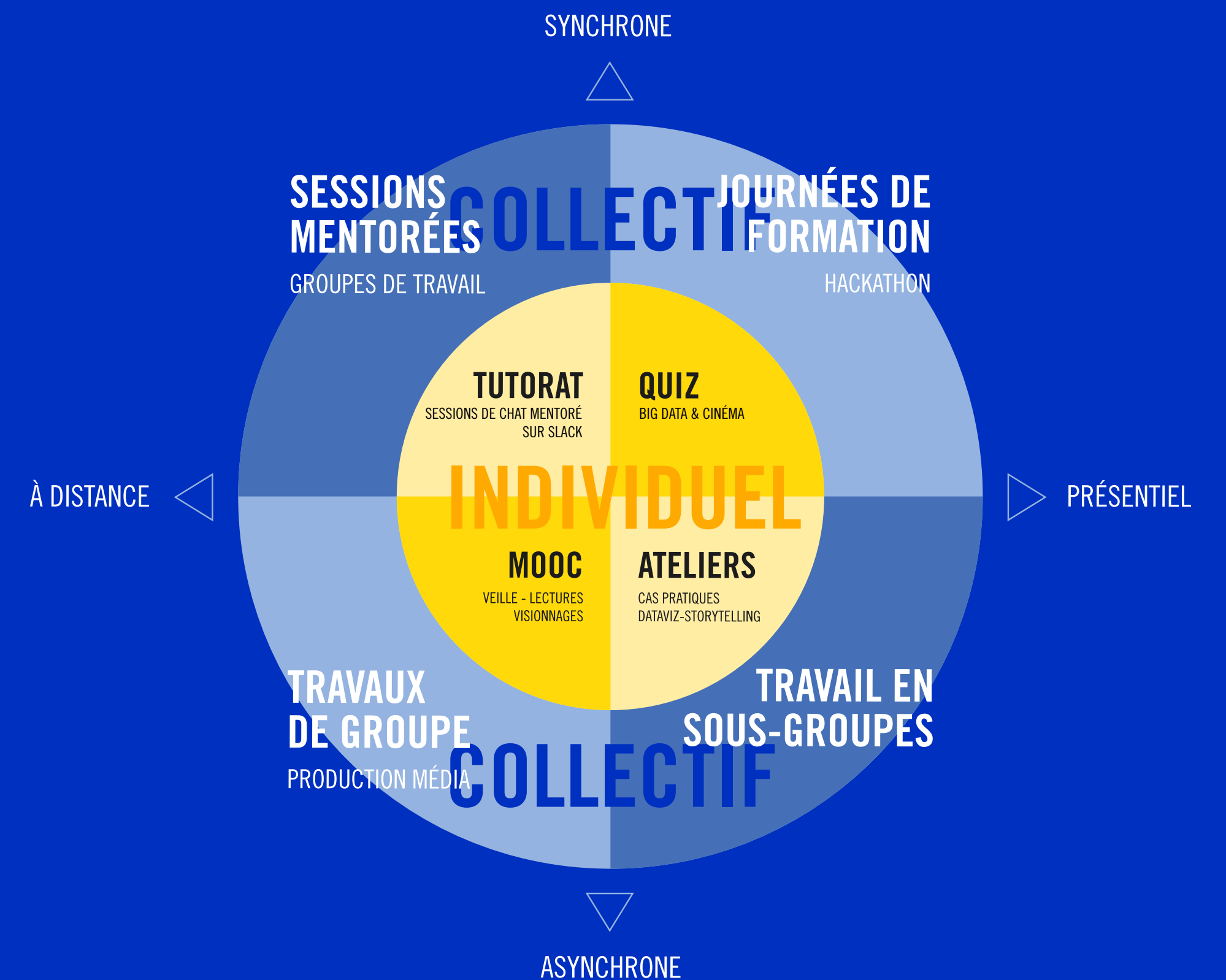
### Acquérir une expertise multi-secteurs et internationale

face à la reconfiguration de leur activité et la capacité à mobiliser les compétences en mode projet. Adopter des stratégies locales/globales intimement liées aux nouvelles technologies et à l'innovation.

### Encourager l'audace entrepreneuriale

nourrie par l'échange avec les pairs et la fréquentation d'une large palette de modèles économiques.

## ADVANCED PEDAGOGY: LEARNING BY DOING



# PROGRAMMES

## MÉDIAS & TÉLÉCOMS

## LUXE & DESIGN D'EXPÉRIENCE

## Mission d'étude à l'international

<b>Programme de formation</b>	<b>24 journées répartis sur 7 mois</b> <b>Paris (19 journées - 180h)</b> du 24 novembre 2017 au 28 juin 2018 <b>Mission d'étude prospective aux États-Unis (5 journées - 35h)</b> du 25 mars au 1 <sup>er</sup> avril 2018	<b>14 journées répartis sur 7 mois</b> <b>Paris (8 journées - 72h)</b> de mai à novembre 2018 <b>Mission d'étude prospective à Shanghai (6 journées - 35h)</b> du 14 au 21 octobre 2018	<b>De 5 à 10 jours sur mesure</b> · États-Unis <b>(New-York - San Francisco - Los Angeles)</b> · Chine (Shanghai) · Israël (Tel Aviv - Jérusalem)
<b>Durée totale</b>	<b>215 heures</b>	<b>114 heures</b>	
<b>Organisation</b>	<b>1 journée / semaine</b> Les sessions s'échelonnent de fin novembre à fin juin (hors vacances scolaires et événements majeurs du secteur : MIP, Festival de Cannes) La mission d'étude aux États-Unis fait étape à New York, San Francisco et Los Angeles.	<b>2 journées / mois</b> Les sessions s'échelonnent de mai à novembre.	
<b>Nombre de places</b>	<b>35 par an</b>	<b>20 par an</b>	
<b>Tarif</b>	<b>19 990 € HT</b>	<b>19 990 € HT</b>	<b>Devis sur demande</b>

 [Télécharger la brochure](#)

 [Télécharger la brochure](#)



# SUR-MESURE : ISRAËL - MISSION D'ÉTUDE PROSPECTIVE

5 jours en immersion au cœur de la « start-up nation »  
à Tel Aviv et Jérusalem

Jour 1

Jour 2

DE L'UNIVERSITÉ  
À L'INCUBATEUR

Jour 3

DÉCOUVERTE ACTIVE  
DE L'ÉCOSYSTÈME

Jour 4

ATELIER START-UP

Jour 5

PROSPECTIVE  
ET INSPIRATIONS

Vol Paris - Tel Aviv



**HOT**  
SOS@  
TIME

Atelier brainstorming  
sur le lancement et  
la mise sur le marché  
de produits innovants.  
3 groupes/3 start-up



Temps libre



Google

waze

Microsoft  
Ventures



Visite de Jérusalem



Déjeuner en présence  
d'un intervenant

Vol Tel Aviv - Paris

## Tel Aviv, premier écosystème innovateur mondial, après les USA

Tel Aviv, plus grand centre de high tech au monde,  
derrière la Silicon Valley

Tel Aviv, au 1<sup>er</sup> rang (hors US) du Global Startup Ecosystem  
Ranking 2015.

Tel Aviv est le troisième hub international de la French Tech,  
après New York et San Francisco.

*« Non seulement il s'agit du deuxième pôle d'innovation  
mondial derrière la Silicon Valley. Mais cet écosystème,  
qui concentre près de 300 centres de R&D de multinationales,  
offre un accès direct à tous les grands noms de la tech. »*  
François Matraire, directeur de Business France Israël.

# CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Les tarifs des actions de formation professionnelle correspondent à un nombre d'heures.

L'entreprise bénéficiaire s'engage à procéder au règlement du prix correspondant directement, ou indirectement par la voie d'une subrogation de l'organisme de formation dans les droits de l'entreprise à l'égard de l'organisme paritaire collecteur agréé auquel cette dernière règle sa participation au financement de la formation professionnelle continue.

En cas de subrogation, l'organisme de formation facturera directement l'organisme paritaire collecteur agréé.

En cas de règlement direct du prix de l'action de formation objet de la présente convention par l'entreprise, les factures seront transmises par l'organisme de formation à l'entreprise, qui s'oblige à en procéder au règlement, dans les conditions et délais précisés sur lesdites factures.

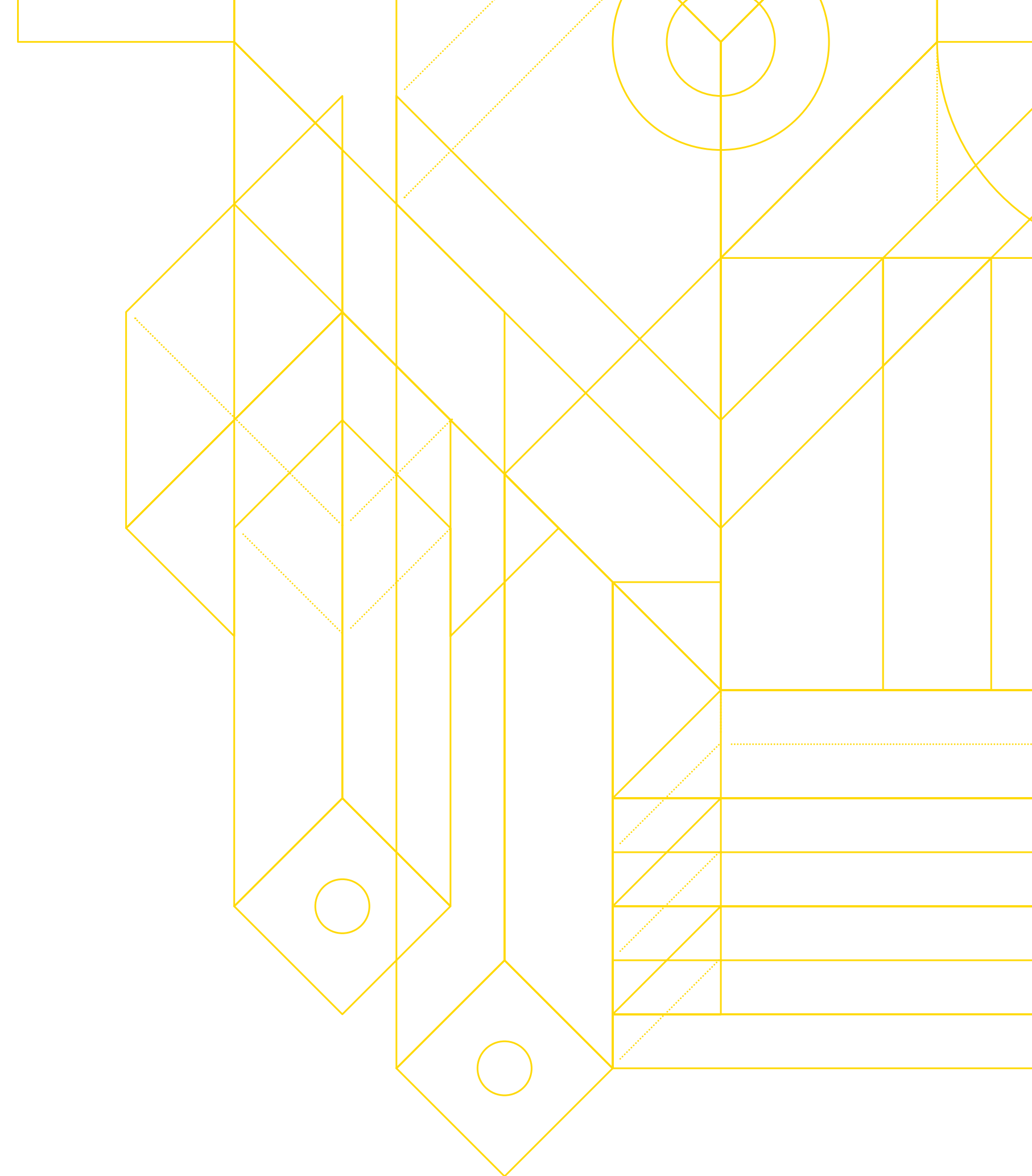
En cas de défaut de paiement de la part de l'organisme paritaire collecteur agréé, l'entreprise bénéficiaire s'engage à régler le prix de la formation directement à l'organisme de formation, et ce, à réception de la facture, et ce, quelles que soient les raisons du défaut de paiement de la part de l'organisme paritaire collecteur agréé.

En cas de subrogation partielle, l'entreprise s'engage à verser le différentiel non pris en charge par l'OPCA à l'organisme de formation.

Il est rappelé que, en application de l'article L.6354-1 du Code du travail, toute inexécution totale ou partielle d'une prestation de formation entraîne l'obligation pour l'organisme prestataire de rembourser au cocontractant les sommes indument perçues de ce fait.

Prenant acte de l'obligation légale précitée, les parties conviennent de ce que l'inexécution partielle de l'action de formation imputable au salarié stagiaire de la formation professionnelle (notamment en cas d'absence du stagiaire quels que soient les motifs, qu'ils soient justifiés ou pas par une incapacité temporaire ou une indisponibilité), ou à l'entreprise, entraînera l'obligation pour l'entreprise bénéficiaire de verser à l'organisme de formation une pénalité contractuelle correspondant à 30 % du prix de la formation initialement prévue et non exécutée, et ce, aux fins de réparer le préjudice économique subi par l'organisme de formation.

Cette pénalité contractuelle fera l'objet d'une facture distincte de celle qui portera sur l'action de formation et ne pourra en aucune façon, être imputée sur l'obligation des entreprises consistant à participer au financement de la formation professionnelle.



## INFORMATIONS PRATIQUES



### Maral Papazian

Assistante de production en charge  
des relations avec les stagiaires

01 55 74 30 97

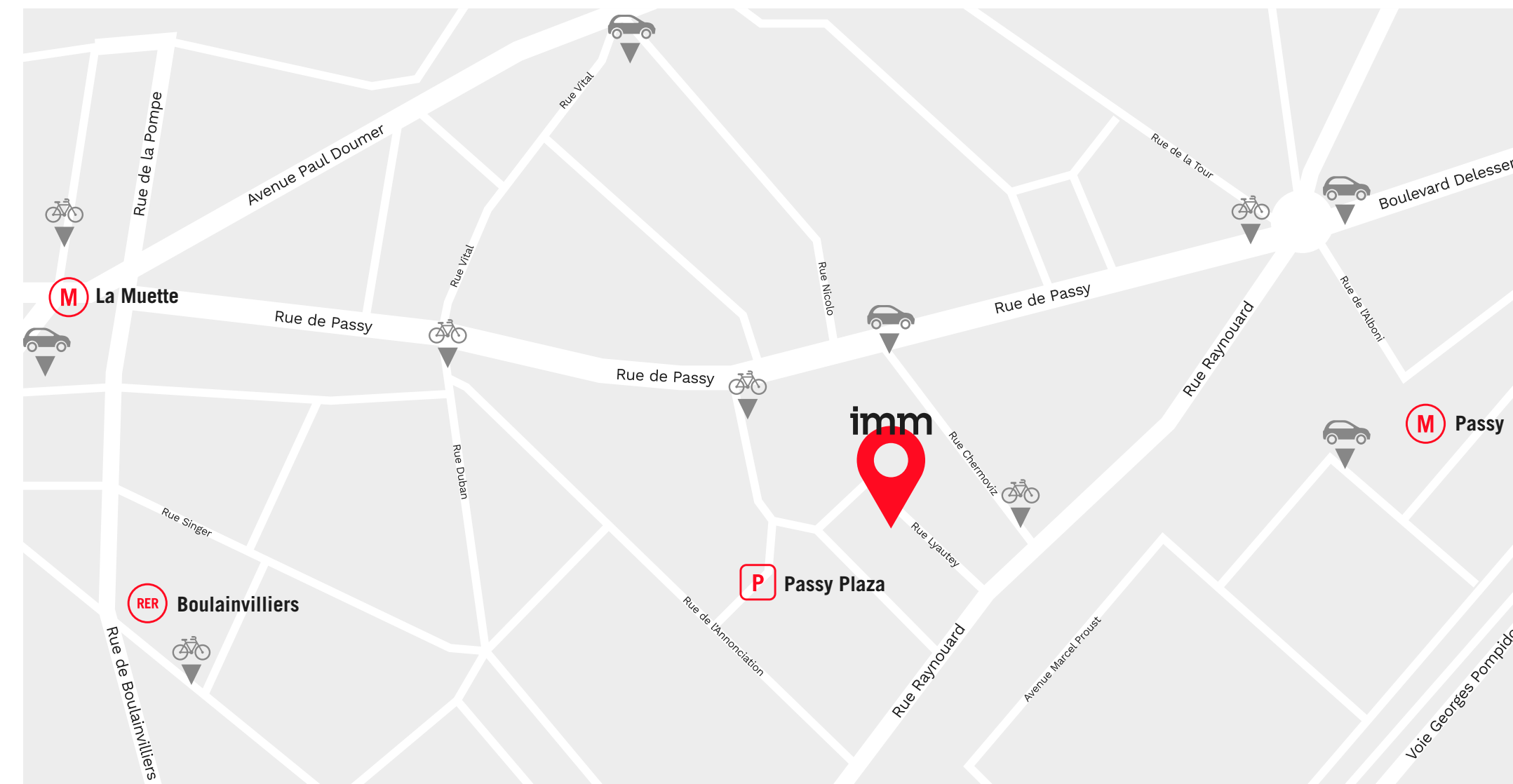
infos@immparis.com

## Lieu des formations

10-12, rue Lyautey - 75016 Paris

**M** **6** Passy    **M** **9** La Muette    **M** **C** Bougainvilliers

Parking Passy Plaza : 3, rue Jean Bologne - 75016 Paris  
Bornes Autolib' et Vélib' à proximité



### Adresse postale

22, rue Duban - 75016 Paris

### Siège social

9, rue Lekain - 75016 Paris

**immparis.com**

