

SCIENCES PO LANCE UN NOUVEAU MASTER EN MARKETING ET LUXE

Lancé par l'École du management et de l'innovation, ce nouveau master intitulé « Master Marketing : New Luxury & Art de Vivre » ouvre à la rentrée 2019. Il a pour objectif de former des responsables marketing de haut niveau aux spécificités du luxe et de l'art de vivre à la française, avec une compréhension fine du secteur et de ses évolutions.

Profondément transformé par la révolution numérique, le secteur se réinvente autour des enjeux clefs de responsabilité et de développement raisonné et durable. En tant que système de valeurs qui s'inscrit dans son temps, le Luxe du XXI^{ème} siècle (New Luxury) sera donc responsable, innovant et respectueux des nouveaux objets de la rareté – le temps, l'humain, la nature. Ce programme s'inscrit dans la démarche plus générale de l'École du management et de l'innovation qui mobilise les sciences humaines et sociales au cœur de l'identité de Sciences Po pour enrichir la formation des futurs décideurs économiques dans le contexte d'un monde complexe et en profonde mutation.

Entièrement en anglais, ce programme est un programme de formation initiale en deux ans qui s'adresse à 25 étudiants français et internationaux, anglophones, de niveaux bac+3, intéressés par le luxe, son ancrage culturel et ses nouvelles tendances. Les participants auront des parcours très divers et des connaissances préalables en marketing ne sont pas nécessaires.

Ce programme novateur s'articule autour de deux axes forts :

- la capacité à appréhender la dimension sociétale et contextuelle du luxe grâce aux sciences sociales ; avec la prise en compte de l'ancrage historique, géographique et culturel et de la transformation du secteur à travers l'évolution des modes de consommation, des préférences, des valeurs et des usages des nouvelles générations.
- l'impact structurant sur le secteur d'une double tendance – 1) la révolution numérique et ses conséquences à tous les niveaux de la chaîne de valeur ; 2) l'inscription au cœur de ce secteur (comme de bien d'autres) des questions de responsabilité et de développement durable et raisonné.

Une orientation volontariste qui s'appuie sur les atouts de Sciences Po

Les atouts principaux que peut mobiliser l'École du management et de l'innovation pour le lancement de ce programme sont les suivants :

1. un Master marketing généraliste très bien positionné sur le marché national
2. la Faculté permanente de Sciences Po parmi les toutes meilleures en sciences sociales au niveau international
3. un campus au cœur de Paris qui reste encore et toujours l'une des capitales mondiales du luxe et de l'art de vivre
4. des partenaires entreprises historiques dans le secteur (LVMH, Kering, L'Oréal Luxe, Chalhoub ...).

Pour Marie-Laure Djelic, doyenne de l'Ecole du management et de l'innovation : *“ Lancer un programme de master qui réconcilie un ancrage dans une histoire et légitimité forte (art de vivre à la française) et une orientation nette et volontariste vers les tendances du futur de l'Industrie du Luxe est le pari que nous souhaitons relever. La nouveauté de cette formation est de former des responsables marketing de haut niveau, mais aussi de leur permettre de se situer dans un ancrage culturel, social et sociétal, tout en ayant une vision des évolutions du secteur dans un environnement marqué par les transformations digitales.”*

À propos de Sciences Po

Fondée sur des valeurs d'ouverture et d'excellence, Sciences Po est une université de recherche sélective de rang international dont le modèle unique associe spécialisation en sciences humaines et sociales, pluridisciplinarité et ancrage professionnel pour former des acteurs qui comprennent et transforment la société. La diversité étant un élément structurant de son identité, Sciences Po compte 47 % d'étudiants internationaux issus de 150 pays et 27 % des élèves sont boursiers contre 6 % en 2000.

Contact presse :

Marie Frocrain : marie.frocrain@sciencespo.fr / 01 49 54 37 71