

Le M

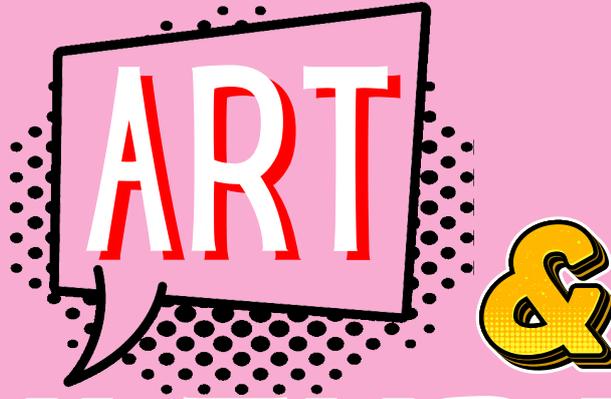
LE MAG' PAR LES ÉTUDIANTS, POUR LES ÉTUDIANTS
EN COLLABORATION AVEC LE BUREAU DES ARTS

Stéphanie Kergall,
Head of CSR Projects -
emlyon : Inspirer le
changement par l'art.

LET THEM TALK!
Emlyon junior conseil
renforce son
engagement RSE



NUMERO
COLLECTOR



CULTURE



DOSSIER CARRIÈRES

Entretien M. Yang Lu :
L'industrie de la mode face
aux mutations.

La chanteuse Anais MVA :
Échanger l'argent contre un
rêve : ça vaut le coût ?



L'histoire de la
Commuz

Parole du BDI :
Emlyon all
around the
world ?

Mai 2025

Orientation, réflexion et réalisation : l'éditorial du M

Par Capucine Puisseux, Rédactrice en Chef du M.

Chers étudiants d'emlyon,

Vous êtes de plus en plus nombreux à lire les articles et interviews du M et nous vous en remercions. Votre fidélité tient à la qualité du contenu que l'équipe de rédaction, composée de membres de l'association Verbat'em, s'efforce à produire avec conscienciosité et probité.

En 2025, les fondements du M demeureront. Afin d'accompagner votre réflexion concernant votre orientation professionnelle, nous continuerons notre travail de mise en lumière des secteurs d'activités que vous pourrez intégrer à l'issue de votre formation : découverte des métiers qui les composent, des parcours qui y mènent, des acteurs qui les façonnent.

Nous vous proposerons des articles de décryptage et d'analyse pour vous informer et vous fournir des clefs de lecture et de compréhension, en bénéficiant notamment de l'expertise de nos partenaires associatifs. Nous vous proposerons également des interviews d'alumni dont les parcours pourront vous inspirer, dans lesquels vous pourrez vous reconnaître et qui vous permettront de bénéficier de conseils avisés, pour que vous puissiez prendre des décisions qui vous seront assurément favorables.

Notre volonté d'accompagnement se traduira également par une contribution au processus associatif d'emlyon : la découverte des associations et de leur champ d'action. L'aventure associative, véritable singularité d'emlyon, est un atout de taille pour préparer votre intégration dans le monde professionnel.

Le M, comme chaque année, aura à cœur de mettre en avant les associations qui font emlyon, dans le cadre de projets divers, afin que chacun puisse s'épanouir au sein de l'environnement associatif d'emlyon.

Le M a pour ambition de devenir un véritable partenaire d'information et de réflexion des étudiants. A cet égard, nous élargirons nos terrains d'opération pour vous proposer des articles et interviews portant sur l'actualité étudiante, les tendances, les questions de budget, de santé ou encore de logement, qui sont consubstantielles à la vie de tout étudiant.

Dans cette même optique, le M vous permettra, à vous, étudiants d'emlyon, de prendre la plume pour vous exprimer sur les sujets qui vous tiennent à cœur, et ainsi susciter la discussion et le débat. Notre élévation culturelle et intellectuelle est l'affaire de tous.

Enfin, nous le croyons profondément, il est de l'intérêt de chacun de faire connaître les projets et initiatives mis en œuvre par les étudiants d'emlyon. Peut-être vous donneront-ils l'envie d'entreprendre, vous aussi, ou vous donneront-ils des idées pour vous lancer ou vous engager ? La richesse d'emlyon est faite de ses étudiants entreprenants, les early makers.

Je vous souhaite une agréable lecture.

Retrouvez tous nos articles et interviews sur notre site : <http://le-m-verbatim.fr/> et sur nos réseaux sociaux.

Sommaire

LE DOSSIER CARRIÈRE

1

- M. Yang Lu : L'industrie de la mode face aux mutations. **06**
- Stéphanie Kergall : Inspirer le changement par l'art. **08**
- Anais MVA : Etudiante en médecine et pop star : échanger l'argent contre un rêve : ça vaut le coût ? **10**
- Claire Launois : Travailler chez France Télévisions - L'importance des fonctions support **12**
- Jonathan Dumont : Entreprendre dans les jeux-vidéos et le cinéma : une aventure comme une autre ? **14**
- Monter sa boîte, c'est tout un art ! **17**
- Aurélie Jourde, responsable marketing du Centre Pompidou **18**
- Cécile de Chambine, Nova Consulting – conseil culturel **20**

2

LET TH'EM TALK !

- Emlyon junior conseil renforce son engagement RSE. **23**
- L'histoire de la Commuz. **24**
- Parole du BDI : Emlyon all around the world ? **26**

POINTS DE VUE

3

- Les clefs de lecture pour comprendre une oeuvre. **30**
- Pina Bausch et Le Sacre du Printemps : Quand la danse devient un cri. **34**
- Box-office français 2024, une contre cartographie. **36**

4

L'OEIL DE NOS PARTENAIRES

- L'actualité Nexialog
- L'actualité PwC

DOSSIER CARRIÈRES



Art & Culture



Les métiers de la culture

Art et Culture : des carrières à (re)découvrir

Par Capucine Puisseux, Rédactrice en Chef du M.

Bonjour à toutes et à tous,

Je suis Capucine, Rédactrice en chef du M, et pour ce numéro spécial dédié à l'art et à la culture, je vous propose une plongée dans un secteur aussi riche qu'essentiel, encore trop souvent sous-estimé dans les parcours en école de commerce.

Miroir de la société, moteur d'innovation et de transformation sociale, vecteur de rayonnement à l'international, catalyseur de rêve et de réflexion, et pilier de notre économie créative, le secteur culturel se réinvente sans cesse, porté par des passionné-es, des artistes, des technicien·nes et des entrepreneur·es.

Et pourtant, trop souvent, les métiers de la culture souffrent d'un manque de visibilité ou de reconnaissance. Ils répondent pourtant à des enjeux contemporains majeurs : écologie, inclusion, santé mentale, numérique, diversité des imaginaires...

Le secteur culturel, ce n'est pas uniquement les musées ou le spectacle vivant. C'est la mode et ses mutations, l'art comme levier d'engagement, les industries créatives comme le cinéma et les jeux vidéo, le conseil, le marketing culturel, l'entrepreneuriat, les médias, le secteur public...

Les chemins sont multiples, parfois atypiques, mais toujours passionnants.

L'art et la culture, c'est aussi cette capacité rare à donner du sens. À porter des combats. À inspirer. Et parfois, à construire des ponts entre disciplines, entre publics, entre mondes. Il n'y a qu'à lire les parcours que nous vous présentons pour s'en convaincre.

Bref, l'équipe de la rédaction vous a concocté une sélection d'articles... hauts en couleurs (qui dit journaliste dit très mauvais jeux de mots), qui, peut-être, vous inspireront de nouvelles vocations... ou simplement une autre façon de regarder le monde.



Rencontre avec M. Yang Lu

L'industrie de la mode face aux mutations.

Par Raphaël Soeung, rédacteur pour le M

Yang Lu, ancien étudiant de la promotion 2014 du programme Grande École d'emlyon business school, a parcouru un chemin fascinant dans l'industrie de la mode et du commerce digital.

Un parcours entre tradition et innovation

Yang Lu, ancien étudiant de la promotion 2014 du programme Grande École d'emlyon business school, a parcouru un chemin fascinant dans l'industrie de la mode et du commerce digital. Originaire de Chine, il a commencé ses études en e-commerce avant de rejoindre emlyon business school.

Aujourd'hui consultant freelance, il revient sur son expérience et les mutations du secteur.

Après des stages chez LVMH, Richemont et Hermès, Yang Lu a poursuivi sa carrière dans la distribution chez LVMH, travaillant pour Dior et Céline. Son intérêt pour le digital l'a conduit chez Daniel Wellington en tant que responsable e-commerce.

Il a ensuite intégré des entreprises comme IDKIDS et Céline, où il a piloté des projets omnicanaux. Son expertise en e-commerce s'est confirmée chez ICICLE, pour le lancement de l'e-commerce hors de la Chine, puis chez Le-maire en tant que directeur e-commerce.

L'importance du réseau emlyon

Selon lui, le réseau d'anciens d'emlyon business school joue un rôle essentiel dans la carrière des étudiants intéressés par la mode.

« De nombreux diplômés de l'école évoluent dans ce secteur. Pendant mes études, j'ai échangé avec de nombreux anciens étudiants grâce à EMLyon Forever afin de mieux comprendre leur parcours.

J'ai également participé à de nombreux événements organisés par les associations, ce qui m'a permis de rencontrer des professionnels du secteur. ».

Grâce à ce réseau, il a bénéficié de précieux conseils et d'opportunités, facilitant ainsi son insertion professionnelle.

Une industrie en pleine mutation

L'industrie de la mode a été transformée par de profondes évolutions sociétales et économiques. Yang Lu observe un changement significatif dans les habitudes de consommation : « Les clients, autrefois attirés par le fast fashion, deviennent plus soucieux de la durabilité.

Aujourd'hui, la question n'est plus seulement d'acheter régulièrement des vêtements à bas prix, mais de privilégier des pièces de qualité qui durent.

Cette transition impacte non seulement les consommateurs, mais aussi l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, de la production des matières premières à la distribution.

Par ailleurs, le marché de la mode de seconde main connaît un essor remarquable. Les jeunes générations plébiscitent les plateformes de revente et les vêtements vintage, contribuant ainsi à prolonger la durée de vie des produits.

Cette tendance redéfinit l'économie du luxe, autrefois exclusivement tournée vers la nouveauté.

La mode entre commerce et créativité

Malgré la commercialisation croissante du secteur, Yang Lu reste passionné par la créativité inhérente à la mode :

« Le design et la création restent au cœur du secteur, même si les enjeux commerciaux prennent aujourd'hui le dessus. Les transformations du marché reflètent également des évolutions sociétales et culturelles. »

Il insiste sur la transition vers des modèles plus durables. Par exemple, ICICLE, marque chinoise où il a travaillé, utilise principalement des matières naturelles, se distingue par son engagement environnemental et son slogan universel: "Made in Earth". Ce type d'initiative témoigne d'une nouvelle approche : la mode doit être créative tout en respectant des principes écologiques et éthiques.



Le rôle croissant de la technologie

L'essor du digital et de la technologie redéfinit l'industrie. *« Aujourd'hui, on ne peut plus travailler dans la mode sans une compréhension des technologies. De la production à la création, elles jouent un rôle essentiel. »*

L'intelligence artificielle, la réalité augmentée et l'automatisation transforment les processus, rendant la veille technologique indispensable.

Dans l'industrie de la mode traditionnelle, nous accueillons les clients en fonction de leur présence, souvent de manière aléatoire.

Aujourd'hui, nous construisons de grandes bases de données pour mieux comprendre nos clients et leur offrir des services de meilleure qualité. Utiliser les données de manière intelligente et éthique sera un sujet constant dans les années à venir.

Conseils aux étudiants d'Emlyon Business School

Aux étudiants intéressés par la mode, Yang Lu recommande d'approfondir leurs connaissances des marques et des savoir-faire tout en restant curieux. *« Il ne s'agit pas seulement de suivre la mode, mais aussi de comprendre l'évolution des technologies et des comportements de consommation. »*

Il souligne l'importance des réseaux sociaux pour repérer les tendances et conseille de s'ouvrir à tous les aspects du secteur, du design au commerce en passant par la supply chain.

Enfin, il rappelle un enjeu central :

« L'industrie doit trouver un équilibre entre la production et la demande. Aujourd'hui, on produit beaucoup plus que nécessaire. Les futurs professionnels devront réfléchir à des solutions plus durables et résilientes. »

Avec un parcours riche d'expériences et une vision affûtée des enjeux de la mode, Yang Lu illustre la capacité d'adaptation nécessaire à ce secteur en perpétuelle évolution.

Son témoignage est une source d'inspiration pour tous ceux qui souhaitent se lancer dans l'univers de la mode et du digital.

L'art pour inspirer le changement

Des expositions culturelles au coeur du campus de Lyon

Par Stéphanie Kergall, head of CSR Project, emlyon.

Utiliser l'art comme vecteur de sensibilisation aux enjeux environnementaux et sociaux : c'est le but de l'école à travers des expositions organisées depuis septembre 2024 et l'arrivée sur le nouveau campus lyonnais.

A chaque rentrée, un des 17 ODD (Objectifs de Développement Durable) de l'ONU sert de fil rouge pour l'année académique. De là est née l'idée de développer des expositions pour illustrer ces thématiques et donner à réfléchir par d'autres biais, complémentaires des apprentissages académiques.

En 2024-2025 la première exposition, intitulée «VILLE/S/ DURABLE/S/», a été centrée sur l'ODD n°11 de l'ONU - «Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables ». Elle a mis en avant dix points clés de la durabilité urbaine déclinés à travers les travaux photographiques de huit professionnels :

Jacques DAMEZ / Urbanisation durable.

Laure ABOUAF / Développement des transports en communs et de transports plus écologiques.

David DESALEUX / Sensibiliser et éduquer face aux risques climatiques et naturels.

Mélanie AVENZATO / La place des femmes dans l'espace public.

Pascal MICHALON / L'inclusion par le sport.

CAFE JOYEUX / Handicap et Insertion professionnelle.

Geoffroy MATHIEU / Renforcement des liens économiques et sociaux entre les zones urbaines et rurales.

Ambroise TÉZENAS / Réflexion décentrée sur la ville, sa pluralité et ses enjeux à travers un kaléidoscope sur plusieurs continents.



Exposition ODD 11, campus de Lyon

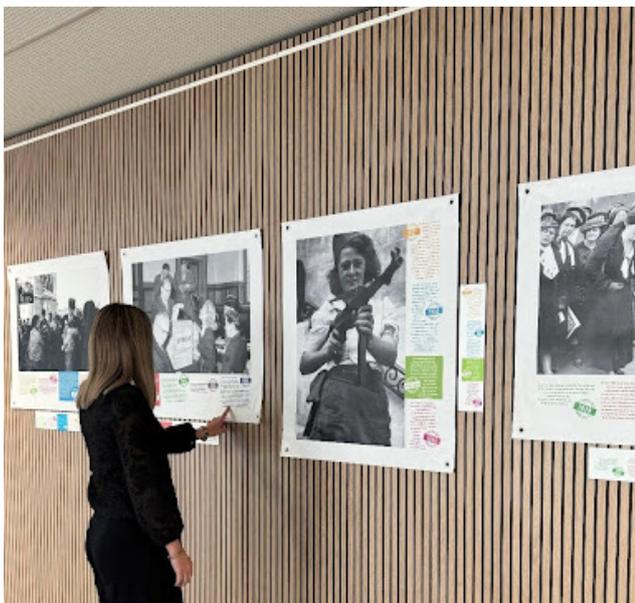
L'exposition était interactive. Des questions, rédigées par des professeurs étaient apposées à côté des 8 séries de photos, avec un QR code afin que le public puisse y répondre.

Et la bibliothèque avait constitué un Biblix, sur le mode de la page d'accueil Netflix, pour proposer des lectures, podcasts ou films sur la thématique.

Après être restée 4 mois à Lyon, l'exposition est désormais installée et visible dans la bibliothèque du campus de Paris.

L'idée est d'utiliser nos espaces, notamment le cœur battant à Lyon et la bibliothèque à Paris comme des écrans pour proposer des expositions temporaires sur des thématiques en lien avec la RSE.

Ainsi une exposition photo : «Lutte des femmes, progrès pour tous» est visible pour six semaines sur nos deux campus depuis la semaine internationale du Droit des Femmes.



Exposition "Lutte des femmes, progrès pour tous", campus de Lyon

Cette exposition s'attache à mettre en perspective les luttes des femmes et les progrès nés des combats de ces militantes, de 1848 (suffrage universel masculin) à nos jours.

« Durant ces deux siècles, les lois n'ont cessé d'évoluer vers plus d'égalité : droits à l'école puis à l'université pour les filles, liberté vestimentaire, droit de vote des femmes, droits reproductifs, lois encadrant le divorce, droit au travail puis lois régissant l'exercice professionnel, arsenal législatif et répressif contre la violence au sein du couple, parité en politique... La liste est longue.



Exposition "Semaine des droits de la femme", campus de Lyon

Mais l'Histoire oublie souvent que tous ces acquis ont été obtenus par des femmes engagées. D'Hubertine Auclert, en passant par Louise Weiss, Simone de Beauvoir, Simone Veil et les associations féministes actuelles, elle montre que les avancées ont bénéficié aux femmes ET aux hommes. »

A la rentrée prochaine, une exposition autour de l'ODD 3 de l'ONU « Santé et Bien-être pour tous » sera déployée dans le cœur battant. Avec une montée en puissance qualitative et des photographes internationalement connus dont l'une a par exemple déjà exposé au MOMA de New York. Et avec une surprise à découvrir le moment venu, fruit d'un partenariat avec le Musée des Confluences.

Venez nombreux !

“Échanger l'argent contre un rêve”, ça vaut le coût ?

Anaïs MVA : entre médecine et musique, la double vie d'une figure inspirante de la pop francophone.

Par Alexandre Dubourdieu, Rédacteur pour le M.

Concilier des aspirations différentes, voire opposées, c'est ce que la chanteuse Anaïs MVA s'efforce de faire : étudiante en médecine à Bruxelles et autrice-compositrice-interprète, elle jongle entre les salles de cours et les salles de concert avec une aisance déconcertante.

Violoniste pendant dix ans, autodidacte au piano et à la guitare, elle a su conquérir un large public pour se faire sa place dans le monde de la pop francophone.

Aujourd'hui, à seulement 22 ans, elle a rempli des salles prestigieuses comme La Maroquinerie ou La Cigale. Son parcours atypique, alliant études exigeantes et carrière artistique audacieuse, est une source d'inspiration pour les étudiants en quête de sens.

Des choix professionnels souvent déchirés entre passion et raison.

Rien ne prédestinait Anaïs MVA à une carrière musicale. Issue d'une famille de professeurs, elle se tourne initialement vers des études scientifiques, tout en cultivant une passion pour la musique depuis l'enfance.

Cependant, elle n'ose d'abord pas en faire une profession, notamment pour des raisons sécuritaires. L'artiste, qui vient d'une famille modeste, a en effet toujours eu conscience de l'importance de s'assurer un avenir financièrement stable. Si elle sent bien être animée par la musique, elle a longtemps refoulé son rêve d'enfance, celui de devenir une chanteuse à succès.

Beaucoup d'étudiants sont confrontés à un dilemme similaire : comment concilier passion et raison ? Se lancer dans un domaine qui nous anime vraiment ou privilégier stabilité et sécurité professionnelle ?



Autant de questions qui traversent l'esprit des jeunes en école de commerce, souvent tiraillés entre carrières traditionnelles et aspirations plus créatives ou entrepreneuriales. Face à ces doutes, Anaïs MVA nous apporte une perspective enrichissante.

“8h sonne” : l'illusion des études lucratives

«L'amphi tremble, les gens semblent savoir où aller, mais le savent-ils vraiment ou ont-ils accepté d'échanger l'argent contre un rêve ?».

Ces quelques mots du son d'Anaïs, 8h sonne, font écho à notre quotidien, guidés par des ambitions de carrières prestigieuses et de maximisation de notre employabilité. Mais derrière ces objectifs sacralisés, combien savent vraiment pourquoi ils sont là ?

Il est indéniable que les choix d'orientation sont guidés par des considérations économiques; néanmoins, la quête du salaire le plus élevé possible peut limiter l'importance accordée à des considérations essentielles telles que la vocation ou les affinités personnelles. Elle peut s'avérer être une impasse lorsque l'on se rend compte, quelques années plus tard, que l'on a sacrifié son enthousiasme sur l'autel de la rentabilité.

Oser suivre sa propre voie : un choix qui n'est pas exempt de difficultés...

Anaïs MVA, elle, a fait le choix de faire de sa passion sa vocation. Elle commence à composer ses morceaux dans sa chambre étudiante et décide très simplement de les partager sur TikTok.

En abordant avec beaucoup d'honnêteté des sujets qui touchent la jeunesse comme l'amour ou l'addiction, elle rencontre rapidement un écho favorable, lui permettant de bâtir une communauté de fans et d'attirer l'attention de l'industrie musicale.

En janvier 2023, elle concrétise son engagement artistique en enregistrant son premier EP, Métastases, qui compile les compositions partagées sur les réseaux sociaux les plus appréciées par ses abonnés.

Si Anaïs MVA a su transformer sa passion en carrière, elle n'en reste pas moins lucide. Consciente que la musique est un milieu incertain, elle fait le choix de poursuivre ses études de médecine afin de s'assurer un filet de sécurité si elle ne peut plus vivre de son art.

Loin d'idéaliser un quotidien sans contraintes, elle ne cache pas la difficulté d'un tel équilibre.

“C'est complètement le rush, non, je ne vais pas faire semblant d'être une machine qui gère tout sans souci. Ce n'est pas simple, j'ai des rattrapages tous les ans...”

... Mais qui n'est pas synonyme de risques incommensurables

Néanmoins, la musique apporte paradoxalement à Anaïs une forme d'indépendance financière. Grâce à sa communauté grandissante sur les réseaux sociaux et aux revenus générés par ses concerts et le streaming, elle peut subvenir aujourd'hui à ses besoins sans dépendre de ses parents.

Contrairement aux idées reçues, elle souligne qu'avec un investissement important et une approche lucide, il est possible de faire ce que l'on aime sans sacrifier son confort de vie. D'ailleurs, son choix de garder un pied dans ses études est aussi une démonstration de pragmatisme. Une approche qui contraste avec l'idée selon laquelle suivre sa passion signifie nécessairement prendre des risques inconsidérés.

Pour Anaïs, l'essor des plateformes numériques a profondément changé la donne pour les artistes émergents.

«Avec les réseaux, ce n'est plus aussi difficile de vivre de sa passion. Si tu as quelque chose à proposer et que ça touche les gens, il y a moyen de se créer une place.»

Son ascension en est la preuve : ce qui n'était au départ qu'un passe-temps entre ses révisions s'est métamorphosé en une carrière prometteuse, portée par un public fidèle et une industrie musicale qui reconnaît son talent.

L'expérience d'Anaïs MVA suggère ainsi qu'il est possible de se laisser porter par ses envies tout en gardant les pieds sur terre. Elle rappelle que trouver sa voie ne se résume pas à faire un choix arrêté à un moment précis de sa vie, ou à suivre un chemin tout tracé.

Au contraire, c'est plutôt apprendre à expérimenter et à composer progressivement avec ses aspirations personnelles sans perdre de vue les réalités du monde professionnel.

INTERVIEW

Claire Launois - *Travailler chez France Télévisions - L'importance des fonctions support.*

Par Chloé Monange, Rédactrice pour le M.

Le secteur culturel fait souvent figure d'exception dans les débouchés classiques d'une école de commerce. Pourtant, des diplômé·es comme Claire Launois montrent qu'il est possible d'y tracer sa voie, sans passer par un cursus audiovisuel.

En s'appuyant sur ses compétences en marketing, en data et sa curiosité sincère pour les médias, elle illustre comment un profil emlyon peut trouver sa place dans un univers exigeant, mais accessible à celles et ceux qui s'y engagent vraiment.

En 2019, j'ai effectué un stage de 6 mois chez France Télévisions en tant que chargée d'études marketing junior dans le département où je suis actuellement. À la suite de mes études à **emlyon**, je voulais trouver un emploi directement. J'ai été recontactée par France Télévisions en mai et j'ai intégré le poste dans lequel je suis actuellement.

Pourrais-tu expliquer en quoi consiste ton poste?

Je suis chargée d'étude marketing chez France Télévisions et plus particulièrement chargée de reporting. Même si j'ai d'autres sujets transversaux, je me concentre principalement sur deux offres : Okoo et lumni. Ce sont deux offres complémentaires à destination du jeune public, enfants et adolescents. La première est focalisée sur le divertissement, là où la deuxième a plus trait à l'éducation.

Mon rôle est d'accompagner les équipes de ces deux offres dans leur prise de décision et dans la mise en place de leur stratégie avec l'analyse des données qui sont à ma disposition. J'analyse les audiences et j'émet des recommandations.

Une partie de mon métier consiste également à faire de la veille. Je me renseigne sur ce qui se passe chez la concurrence. Celle-ci est particulièrement étoffée. Okoo, par exemple, est une offre gratuite qui intervient sur trois marchés : le replay, la VOD et la SVOD. Mes concurrents concernent donc autant les chaînes traditionnelles du câble que les plateformes de VOD gratuites ou payantes comme Netflix ou Amazon Prime.

Mon rôle est de me renseigner sur ce que fait la concurrence et comment cela pourrait impacter nos offres. Au-delà d'Okoo et Lumni, je travaillais sur des offres plus transverses comme les podcasts du groupe.

Ta volonté de travailler dans l'audiovisuel t'a-t-elle directement menée vers ce stage, puis vers ce CDI ?

J'ai toujours su dès la classe préparatoire que je souhaitais travailler dans un univers audiovisuel. Je n'avais pas forcément en tête la télévision. La production, les séries m'intéressaient. J'ai aussi rencontré des acteurs de cet écosystème. Quand j'étais en stage chez Acteurs de l'économie, mon manager avait travaillé en boîte de production. Il a donc pu me donner un premier point de vue sur l'industrie et sur ce qu'il était possible de faire dans cette industrie.

Qu'est-ce qui te plaît dans ton poste ?

Il y a trois éléments, tous liés à mon parcours à **emlyon**. Tout d'abord, j'ai développé au cours de mon parcours un attrait pour les nouvelles technologies que ce soit avec Pnp ou mes cours à **emlyon**. Je retrouve ces nouvelles technologies dans mon métier. Je travaillais sur un produit numérique qui est une application mais également un site web. Je dois donc avoir des notions technologiques.

J'ai aussi un attrait pour les médias. À **emlyon**, j'ai suivi tous les cours possibles sur les médias et les activités culturelles et notamment sur la manière avec laquelle la finance et le marketing s'articulent avec les médias et les activités

culturelles. Les médias sont aujourd'hui au cœur de mon métier.

Le dernier élément est l'analyse de données que j'ai découverte lors de mon expérience chez Acteurs de l'économie à Lyon.

J'ai développé cet élément par la suite pendant mon échange aux États-Unis. Là-bas, j'ai pris des cours sur la relation du client, sur comment exploiter les données à des fins marketing, des cours de coding, etc... Aujourd'hui, ce sont des compétences que je mobilise tous les jours.

Si tu devais conseiller des cours, lesquels conseillerais-tu ?

Emlyon propose deux électifs centrés sur les industries culturelles : management de projets culturels et marketing des activités culturelles. Ils sont très intéressants.

Au-delà de ça, les données sont, pour moi, au cœur de tous métiers. **Emlyon** propose des cours qui peuvent enrichir les compétences de chacun à ce sujet. Je pense notamment à VBA pour l'entreprise par exemple. J'avais suivi un cours sur python aussi. Je recommanderai également Business Analyst Toolbelt.

C'est un cours très utile pour travailler les données et faire de la visualisation. Les cours de marketing classiques comme comportement du consommateur et branding m'ont beaucoup aidé. Enfin, je conseillerais aux étudiants de prendre quelques cours de management, c'est toujours utile.

Quels seraient les atouts d'une formation en école de commerce pour travailler dans l'audiovisuel par opposition à une formation cinéma ou audiovisuelle notamment ?

Il est vrai qu'une formation audiovisuelle peut paraître plus logique. Cependant, les compétences que j'ai développées à **emlyon** sont applicables à n'importe quel secteur. Les étudiants ont une vision globale du marketing, de la finance, etc... Pour travailler dans les fonctions support, une école de commerce est un vrai atout. Nous avons appris des choses sur le consommateur, sur la

manière de gérer des études marketing, etc...

Quelles seraient les qualités et les compétences essentielles pour travailler dans l'audiovisuel ?

Pour travailler dans l'audiovisuel, il faut être consommateur. Il faut être curieux et être au fait de ce qui se fait dans l'industrie. C'est une industrie qui peut bouger très vite. Il y a toujours des nouveaux contenus, des nouvelles habitudes de consommation. La veille est très importante dans ce secteur.

En termes de compétences pures, aucune ne me vient en tête hormis le fait d'être au courant de ce qui se passe sur le marché. La proactivité et la rigueur sont très appréciées mais pas uniquement dans l'audiovisuel. Il faut s'accrocher puisque c'est un secteur fermé. Trouver un emploi n'est pas toujours facile mais il ne faut pas lâcher.

Quels seraient les principaux points négatifs de ton poste ?

J'ai eu beaucoup de chance. Comme j'avais déjà fait un stage sur le même public cible et dans le même environnement, je n'ai pas eu de difficultés majeures. Le premier challenge auquel j'ai fait face fut de cerner l'environnement des sites sur lesquels j'évoluais. Okoo notamment est à la fois une application, un site internet mais aussi un programme télévisuel. Ainsi, je suis soumise aux pressions des grands acteurs de tous ces supports.

Plus particulièrement, comme l'application est disponible sur Google et Apple, je suis soumise aux pressions des grands géants et de leurs décisions notamment en termes d'analyse de données. Par exemple, fin mai, Google a décidé que nous ne pourrions plus tracker certaines données sur les applications pour enfants.

Cela nous a handicapés. Dans la foulée, Apple a pris une décision similaire. Je me souviens qu'à mon arrivée, ce fut deux éléments que j'avais dû bien comprendre, bien m'approprier pour bien maîtriser les offres sur lesquelles je travaille.

Retrouvez l'intégralité de l'interview sur notre site : le-m-verbatim.fr !

INTERVIEW

Jonathan Dumont - Entrepreneur - *Entreprendre dans les jeux vidéo et le cinéma, une aventure comme une autre ?*

Par Chloé Monange, Rédactrice pour le M.

Jonathan Dumont est entrepreneur dans le cinéma et les jeux-vidéos. Il est aujourd'hui à la tête d'un groupe média qui comprend Culture G, Écran large, Warning up et Warning Events. Aujourd'hui, il revient avec nous sur son parcours et sur l'entrepreneuriat dans les jeux-vidéos et le cinéma.

Les débuts

J'ai une formation juridique. Quand j'ai terminé mes études de droit, j'avais 2 passions : le cinéma et le jeu vidéo. J'ai débuté une école de cinéma avec l'ambition d'aller faire mes études à Los Angeles dans une école réputée. En parallèle, j'avais la volonté d'être autonome. C'était très important pour moi de rester libre et indépendant dans mes choix. Je pensais que le cinéma allait m'apporter cette satisfaction à travers des métiers comme celui de réalisateur, de producteur ou scénariste.

En avançant dans ma formation cinéma, j'ai interrogé des amis qui avaient choisi cette voie et pour certains, avec un certain succès. Je me suis rendu compte que le cinéma était un milieu très corporatiste où chacun est très dépendant des autres et du bon vouloir d'une aristocratie déjà installée. Cela ne me correspondait pas. J'ai donc réfléchi à des options de création d'entreprise. C'était le début des années 2000.

Dans le jeu vidéo, tout était encore à faire. Il y avait des structures, des éditeurs notamment mais pas d'agence spécialisée. Je me suis donc tourné vers le jeu vidéo. Ma formation en droit m'a appris qu'il fallait éviter de monter une boîte avant qu'elle ne commence à gagner de l'argent. J'ai donc monté une association organisatrice d'événements de jeu vidéo avec quelques amis.

Nous organisons des LAN (Local Area

Network). Ce sont des compétitions de jeux vidéos qui se déroulent pendant un week-end.

Les premières rentrées d'argent

Nous avons cherché des sponsors pour financer les événements. Comme le milieu était à ses débuts, la plupart des organisateurs étaient des passionnés amateurs. Ils faisaient cela à côté de leur réel emploi. De notre côté, nous voulions en faire notre profession !

À l'époque, j'avais remarqué qu'il y avait beaucoup d'organisateur en France dont certains organisaient de gros événements. J'ai donc fait le tour de ces organisateurs. Je leur ai proposé d'avoir une démarche mutualisée pour aller chercher des sponsors et leur vendre l'ensemble du circuit plutôt que de les démarcher indépendamment. En mettant nos forces en commun, nous avons commencé à avoir des sponsors et à gagner de l'argent. Les sponsors n'étaient pas habitués à avoir en face d'eux un discours structuré et précis comme le nôtre.

Nous avons signé notre premier bon de commande en 2002, un an et demi après avoir créé l'association. Il était temps, nous n'avions vraiment plus rien.

J'ai donc commencé par l'événementiel qui a toujours été le leitmotiv de ma carrière. C'est un métier très stimulant et complet.

La diversification

Une fois lancé dans une activité et en contact avec des entreprises, il était plus facile d'identifier les besoins du secteur. Il existait plusieurs gros médias internet généralistes sur les jeux vidéo, très bien organisés et commercialisés. Parallèlement, une multitude de sites spécialisés n'étaient pas du tout organisés pour commercialiser eux-mêmes leur espace publicitaire. J'ai eu le même raisonnement qu'avec l'événementiel. Je leur ai proposé de mutualiser nos efforts. Ils ont accepté.

C'est donc le fait d'être à l'intérieur de l'environnement jeu vidéo qui m'a permis de voir où étaient les manques. Une fois que nous occupons un espace ou un besoin, nous essayons de déborder dans celui d'à côté pour l'occuper. Une fois en place, nous nous ouvrons à de nouvelles perspectives, à de nouveaux espaces vides. Si vous constatez que des acteurs sont déjà en place, dites-vous que dans tous les écosystèmes, beaucoup d'entreprises travaillent mal ou de façon peu optimisée.

La liberté d'entreprendre

Une entreprise, c'est évidemment beaucoup de contraintes. La développer, c'est augmenter ses moyens d'action et sa force de frappe mais également augmenter ses contraintes personnelles (sociales, financières et fiscales notamment). Il y a de plus en plus de personnes auprès desquelles il faut rendre des comptes. Ce que tu perds en liberté, tu le gagnes en liberté d'action et de moyens.

Tout repose sur l'équilibre entre ton temps libre et disponible et à quel point tu veux réussir économiquement.

«Au-delà d'une certaine taille, ton entreprise ne t'appartient plus, c'est toi qui appartiens à l'entreprise.»

La place de l'échec

Je n'ai aucun problème avec l'échec. J'essaie d'aller le plus loin possible dans tous mes projets en acceptant l'échec quand il se présente.

Il m'arrive souvent de commencer un projet avec un scénario en tête et de devoir l'adapter en cours de route. Le plus important, c'est de prendre

conscience rapidement de la situation d'échec. Échouer oui, mais échouer vite pour limiter la casse. Pour Écran large, par exemple, quand je l'ai racheté, il y a quelque chose que je n'avais pas du tout prévu.

À l'époque, pour un média web, la bataille se jouait sur l'audience, sur la capacité à vendre la publicité. Mais après le lancement du nouveau site je me suis rendu compte que le paysage avait changé. Nous étions pris de vitesse par les influenceurs et les youtubeurs. Là où nous faisons un énorme travail journalistique rigoureux, les influenceurs pouvaient réaliser de grosses audiences sans investir de moyens. Les annonceurs se sont tournés vers eux.

Nous avons pris conscience de cette mutation et nous avons fait évoluer Écran Large vers les codes de l'influence. Nous avons continué l'éditorial en mettant beaucoup en avant les personnalités de l'équipe et nous avons lancé notre chaîne Youtube en parallèle en nous inspirant des youtubeurs.

La gestion de la concurrence

La concurrence est souvent ma source de motivation. Tout le monde passe sa vie à copier, il n'y a pas d'idées originales. Sur internet, c'est encore plus vrai. Toutes les idées sont disponibles pour tout le monde. Tout va très vite. Il est très compliqué de dire qui a eu l'idée en premier. Certaines personnes peuvent avoir la même idée en même temps. Ainsi, celui à qui est attribuée la parentalité de l'idée est celui qui réussira le mieux à l'exploiter.

Je regarde donc en permanence ce que les autres font. Nous avons tous le même objectif, les mêmes cibles, le même produit ou service, ce serait idiot de ne pas regarder ce qu'ils font différemment de nous. Je regarde souvent ce que les autres font et j'essaie de trouver comment me démarquer, comment faire mieux.

Comment s'améliorer ?

Tout d'abord, j'ai eu trop longtemps un snobisme, une aversion pour le conseil. Très récemment, j'ai pris conscience de l'impact bénéfique que pouvaient avoir des personnes extérieures

à l'entreprise. Par exemple, j'ai longtemps pensé que les ressources humaines et le commercial relevaient du bon sens. Or, ce sont des disciplines à part entière.

Je me suis d'abord renseigné par moi-même pour me former un minimum. Puis, j'ai fait intervenir une consultante RH dans l'entreprise. Cela nous a fait gagner un temps fou ! Je me demande encore pourquoi j'ai reproduit les mêmes erreurs que certains entrepreneurs avant moi.

En refusant le conseil, j'ai sans doute perdu beaucoup d'années. Si je pouvais refaire les choses différemment, je ferais appel beaucoup plus tôt à des experts.

Ensuite, j'aurais revu la manière de financer mes projets. Jusque-là, je n'ai jamais emprunté d'argent pour entreprendre. Quand une activité faisait des bénéfices, j'utilisais cet argent pour lancer un nouveau projet. Le problème, c'est que nous étions dépendants de l'activité : nous faisons en fonction de l'argent qui rentre. L'avantage, c'est que si j'échoue, je n'ai pas de compte à rendre à des investisseurs ou à une banque.

Quelques conseils

Je conseillerais à ceux qui veulent entreprendre dans le jeu vidéo ou le cinéma de beaucoup regarder autour d'eux.

«Une idée, c'est bien comme point de départ mais elle doit être confrontée à la réalité du terrain.»

Il faut la valider en regardant ce que font les autres. Si personne n'a jamais fait ce que tu t'apprêtes à faire, dans 99% des cas, c'est que certains s'y sont déjà essayés et cela n'a pas fonctionné. Il faut alors comprendre pourquoi. Après la phase d'observation et de lancement, il faut également accepter l'idée que son projet va se transformer très rapidement et s'éloigner du scénario de départ.

Ensuite, se démarquer n'est pas si compliqué si on s'en donne les moyens. Sur cinq boulan-

geries, au moins 3 seront mauvaises ou médiocres.

C'est vrai dans tous les domaines. Très peu de personnes sont rigoureuses et prêtes à travailler avec énergie pour délivrer un bon service ou un bon produit.

Peut-être que je suis moi-même médiocre dans certaines activités et sur le point d'être dépassé par d'autres !

Finalement, le fait qu'il y ait beaucoup de monde sur un secteur, et que tu n'aies pas de chose particulièrement innovante à proposer, ça ne doit pas te faire renoncer. Si un bon restaurant s'installe dans un espace entouré par 30 autres restaurants, il trouvera sa place, peut-être au détriment d'un ou de plusieurs autres.

Entreprendre à plusieurs

Quand tu lances une boîte, au départ, tu n'as pas trop le choix. Tu n'es pas en relation avec un réseau d'experts professionnels. Tu vas donc chercher des associés dans ton entourage. 9 fois sur 10, ce sont les mauvaises personnes donc ça ne marche pas bien.

Mais parfois, ça marche suffisamment pour s'installer et rencontrer de nouvelles personnes plus compétentes dans ce domaine. Ce qu'il faut faire, c'est chercher à s'associer ne serait-ce que pour partager le fardeau. Être entouré, c'est aussi pouvoir confronter ses idées, ses arguments. Ça génère une intelligence collective qui permet d'avancer.

Je ne me vois pas lancer des business tout seul. Dès que j'ai un projet, ma première étape, c'est de trouver des gens avec qui les mener. Je les appelle, que je les connaisse ou non et je leur explique ce que je veux faire.

Les meilleurs associés, tu les rencontreras dans la deuxième phase. Quand tu seras immergé dans l'écosystème dans lequel tu as monté ton business, tu rencontreras des professionnels, des gens qui ont une compétence et donc davantage de valeur ajoutée. Le fait de maîtriser un métier nous rend plus à même de connaître les qualités qu'on recherche chez les autres.

Retrouvez l'intégralité de l'interview sur notre site : le-m-verbatim.fr !

Monter sa boîte, c'est tout un art !

Top 5 : les start-up qui révolutionnent la culture.

Par Marie-Emmanuelle Lootvoet, Rédactrice pour le M.

Parce qu'on peut être troubadour et vouloir créer son entreprise pour faire profiter de la culture au plus grand nombre et parce qu'on peut être épicier et mettre ses compétences au service de l'art, voici un top 5 des start-up qui cherchent à révolutionner la culture.

Que ce soit dans les nouvelles technologies ou dans la médiation en passant par la formation, les idées fusent chez les entrepreneurs pour remettre la culture au goût du jour. Voici donc un aperçu des créations de ces makers. Prenons-en de la graine.

Cultural

L'opéra de Paris, de l'extérieur, ça en jette. Le voir à l'intérieur, ça claque. Et vous savez ce qui est encore mieux ? Découvrir son histoire et ses lieux cachés à travers un super escape game. Incroyable, c'est exactement ce que propose Cultural !

Les mêmes qui ont réalisé le son et lumière du dôme des Invalides. Cette start-up a pour but d'attirer un nouveau public dans des monuments célèbres de la capitale - et on espère bientôt ailleurs - par des jeux, des expériences et des visites originales. Qui a dit que les visites étaient ennuyeuses ?

Atoflow

Et si vous découvriez une ville à travers ses œuvres d'art, en vous baladant à votre rythme ? C'est ce que propose Atoflow, la première application mobile proposant des parcours géolocalisés pour découvrir l'art dans des villes. Selon le temps dont vous disposez et votre genre artistique préféré, vous trouverez chaussure à votre pied : fresque murale, musée, atelier artistique ou bar artistique, c'est l'occasion de découvrir des lieux inédits, et ce dans le monde entier !

Ticketnuck

La start-up qui te fait profiter de la culture sans exploser ton budget : expos, concerts, spectacles... tout au même endroit, avec des réductions pensées pour les étudiants !

Librinova

Un roman de science-fiction basque et un essai sur l'évolution de la notion de société au cours des âges ont un point commun: la difficulté à se faire publier. Partant de ce constat, l'agence Librinova a été créée, dans l'idée de simplifier la mise en relation entre éditeur et auteur en vue d'une publication.

C'est une maison d'auto-édition et agence littéraire formée de professionnels de l'édition pour accompagner les écrivains dans l'étape difficile de publication, mais aussi celle de création. Et en plus, la plateforme propose d'éditer en ligne dans un premier temps, pour donner une première impulsion à de potentiels best-sellers. Il n'y a plus qu'à se lancer !

Live Tonight

Si vous cherchez à tout prix un DJ pour une SAT et qu'on vous répond "Oui si tu veux je connais Bernard qui joue du triangle pour la fête de la musique"...c'est risqué, non ? Si vous ne voulez pas être déçus, regardez du côté de Live Tonight : trouver de bons musiciens et faire le pont avec des événements privés (bars, mariages, entreprises), telle est la vocation de cette start-up.

Près de 700 musiciens & DJ tous styles, renommés et zones géographiques sont présents sur la plateforme et prêts à mettre l'ambiance lors des différents événements. Live Tonight prend en charge l'administratif, reste plus qu'à fermer les yeux et s'ambiancer.

INTERVIEW

Aurélie Jourde - *Responsable marketing du Centre Pompidou*

Travailler dans une grande institution muséale après une école de commerce ? C'est possible ! Aurélie Jourde, responsable marketing du Centre Pompidou, revient sur son parcours et sur les nombreux défis qui attendent cette belle institution.

Bonjour Aurélie, pouvez-vous commencer par vous présenter ?

Je travaille au Centre Pompidou, où je suis chargée du pôle Marketing. Je suis également une ancienne élève d'**emlyon** business school, promotion 2007. Lorsque j'ai intégré l'école, je souhaitais déjà travailler dans la culture, ce qui s'éloignait des cursus classiques de finance, conseil, etc.

Néanmoins, à l'époque, je n'avais encore aucun bagage culturel académique et classique, même si j'ai toujours été sensible à l'art. À force de persévérance, j'ai pu réaliser mes différents stages dans le domaine culturel : que ce soit dans une maison de vente aux enchères ou dans une maison d'édition.

J'ai ainsi pu réaliser mon deuxième stage chez Christie's, l'une des plus grande maison de vente aux enchères au monde.

Cette expérience fut très formatrice car j'ai pu déceler précisément ce que je cherchais en travaillant dans le domaine de la culture : mettre l'art à portée du plus grand nombre. Je me suis alors rapprochée d'une maison d'édition, les éditions Atlas, pour travailler dans cette optique de partage et de pédagogie.

Je me suis ensuite lancée dans la vie active, avec l'idée de pouvoir travailler un jour dans une grande institution muséale.

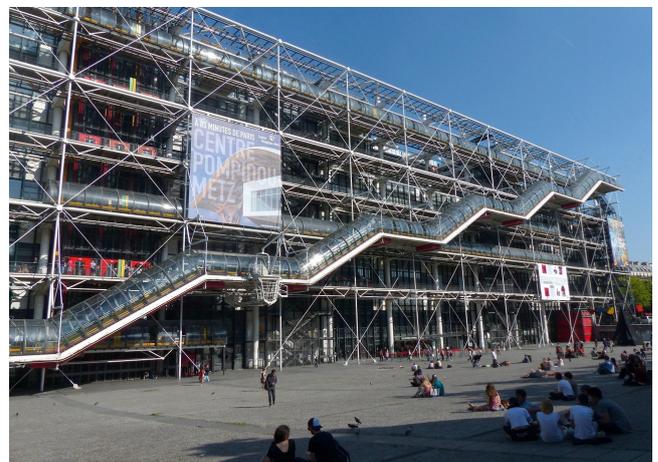
Pouvez-vous décrire votre poste au sein du Centre Pompidou ?

En tant que responsable du pôle marketing, je coordonne les actions de développement sur

nos différents publics.

"La curiosité est la première étincelle"

Notre but est de faire venir un public plus nombreux et plus diversifié avec des attentes fortes sur certaines cibles prioritaires, par exemple les publics éloignés de la culture. Je dois aussi avoir en tête le développement de nos propres dans plein d'idées, ce challenge s'annonce exaltant !



Centre Pompidou, architectes Renzo Piano et Richard Rogers, photo libre de droits.

Comment jugez-vous l'apport de votre formation dans votre parcours professionnel ?

L'école de commerce et la classe préparatoire nous apprennent à structurer notre méthode de travail, avoir un sens d'analyse pratique, et hiérarchiser les priorités, qui sont des compétences très appréciées dans ce secteur.

Par exemple, dans la conquête des différents publics pour le Centre Pompidou, nous devons fournir un travail précis, méthodique et sur-mesure.

De plus, un élément que m'a particulièrement apporté **emlyon** business school, est un esprit entrepreneurial. J'ai particulièrement apprécié le cours "Projet Création d'Entreprise". Au quotidien cela m'a permis de développer un esprit d'initiative certain. L'esprit d'initiative est une composante essentielle dans le secteur culturel où, parfois, certains process ne sont pas encore bien définis : il faut pouvoir identifier les besoins, les difficultés et proposer une manière de fonctionner cible qui aille à tous tout en permettant au projet d'aboutir rapidement.

La vie associative m'a également beaucoup appris sur ce point, et également en termes de management. J'étais notamment vice-présidente du mandat 2003 du Bureau des Élèves, et j'avais mis en place "les lundis culturels".

"Je suis convaincue qu'il y a un véritable point à faire entre la formation en école de commerce, et ce que peut apporter le domaine culturel."

Dans la même idée, travailler sur la création du Guide de l'Expat' était une première vraie expérience professionnelle concrète, qui m'a été utile lors de mes entretiens de stage par la suite.

Cette possibilité de monter des projets très ambitieux est une opportunité unique pour s'armer en amont de son entrée dans la vie professionnelle. Par la suite, j'ai pu mettre à profit l'enseignement de l'école en développant des compétences marketing solides dans des entreprises privées. C'est une force de faire ses armes dans ce secteur car il permet ensuite d'apporter une véritable expertise au public.

Ce domaine à l'origine difficile d'accès est de plus en plus réceptif aux profils issus d'école de commerce.

Je suis convaincue qu'il y a un véritable pont à faire entre la formation en école de commerce, et ce que peut apporter le domaine culturel. Je pense notamment à l'aspect créatif que peuvent apporter les artistes au monde professionnel. Dans cette optique, le Centre Pompidou a lancé en 2018 l'École Pro, qui a pour but de proposer des formations professionnelles inspirées du processus créatif, et leur apporter des clefs pour innover dans leur domaine.



Centre Pompidou, architectes Renzo Piano et Richard Rogers, photo © Berengo Gardin, Gianni

Que conseillez-vous aux étudiants qui souhaiteraient également s'orienter dans cette voie professionnelle ?

Je vous conseillerai d'être déterminé, et de vous créer un réseau : ne soyez pas timide ! Il est important de contacter des professionnels et de réaliser des stages dans ce secteur afin d'affiner votre projet. Cela vous permettra également de comprendre ce qui vous motive tous les jours pour travailler.

Êtes-vous motivé par votre appétence pour l'art ? Par le prestige d'un établissement ? Par la créativité qui infuse ce domaine ? Répondre à ces questions vous permettra de construire petit à petit votre parcours professionnel. [...]

Retrouvez l'intégralité de l'interview sur notre site : le-m-verbatim.fr !

INTERVIEW

Cécile de Chambine - Consultante chez Nova Consulting

Par Marie Perney et Clotilde Neau, Rédactrices pour le M.

Passionnée par le secteur de la culture, Cécile de Chambine a su se laisser guider tout au long de son parcours par ses envies et les causes qui l'animent.

Aujourd'hui très épanouie, elle vit sa passion au quotidien en tant que consultante dans le domaine culturel, chez Nova Consulting. Un témoignage inspirant qui vous donnera certainement vous aussi envie de trouver votre « métier passion », pour reprendre ses mots.

Bonjour Cécile, tout d'abord, pourrais-tu te présenter ?

Je m'appelle Cécile de Chambine, j'ai 26 ans et je suis une ancienne élève d'Emlyon, que j'ai intégrée en 2014.

Je travaille chez Nova Consulting au sein du Pôle Entertainment, depuis 2018 : d'abord en tant que stagiaire, puis en tant que consultante. Il s'agit d'une boutique conseil en stratégie spécialisée dans les problématiques de croissance et d'optimisation auprès des secteurs de la Culture, du Tourisme, du Sport et des Marques.

Au pôle Entertainment, nous accompagnons principalement trois grands types de clients : collectivités, institutions culturelles/touristiques/etc. et acteurs privés.

Peux-tu revenir précisément sur ton parcours qui t'a menée jusqu'à Nova Consulting, notamment tes différents stages ?

En 2015, j'ai réalisé un stage de 6 mois à Chicago au sein de l'Auditorium Theatre of Roosevelt University, un théâtre-opéra datant de 1889.

J'ai travaillé pour différents départements : en opérations pour le suivi des locations de la salle et la production, au marketing et également en médiation culturelle et développement des publics où j'ai pu développer deux projets.

Le premier traitait l'organisation du Family Fun Day, une journée portes ouvertes à destination des familles de Chicago où l'on proposait des activités créatrices afin d'initier aux arts du spectacle (théâtre, chant, danse, etc.).

Le deuxième était la réalisation de l'édition du livret historique sur l'Auditorium. Je m'étais en effet rendu compte que cela pouvait manquer aux personnes venant faire des visites guidées. C'était une belle expérience pour un premier stage !

“À l'origine, je n'aurais jamais pensé m'orienter vers ce type de métier car je ne pensais pas que cela pourrait m'intéresser.”

J'ai effectué mon deuxième stage chez Culturespaces, un acteur qui fait de la gestion et de l'exploitation de sites culturels en France mais aussi à l'international. J'ai travaillé au sein de leur Fondation dont le but est de proposer des visites de sites sur-mesure à destination d'enfants de quartiers situés en zone prioritaire, d'enfants hospitalisés et d'enfants handicapés.

C'était très éclectique : je pouvais faire des budgets pour le futur projet mais également planifier toute la réalisation des visites, être en lien avec les bénéficiaires des visites (hôpitaux, associations, etc.), ou encore avec les collecti-

vités territoriales pour essayer de monter des partenariats.

Mes missions étaient donc très diversifiées : communication, marketing, gestion de projet, et mécénat. Enfin, pour mon dernier stage, j'ai intégré Nova Consulting en tant qu'analyste !

Nous voyons que tu as axé ton parcours et tes expériences dans le domaine culturel. Qu'est-ce qui t'a finalement motivée à partir dans une fonction "conseil" du secteur culturel ?

Je pense qu'au départ c'est une certaine complémentarité qui m'a motivée. Je viens d'une classe préparatoire littéraire et pourtant, j'ai fait le choix d'entrer dans une école de commerce, ce qui ne m'a pas empêchée de continuer des études de philosophie et d'histoire de l'art en parallèle.

Ainsi, j'avais et j'ai toujours cette appétence très forte pour le secteur culturel – que ce soit le spectacle vivant, les musées, etc. – mais en même temps, je savais pertinemment que je n'étais pas artiste. Il a donc fallu trouver une autre manière de travailler au sein de la culture, et l'école de commerce a l'avantage de proposer un éventail de voies très ouvert.

J'ai découvert la fonction de conseil à emlyon. À l'origine, je n'aurais jamais pensé m'orienter vers ce type de métier car je ne pensais pas que cela pourrait m'intéresser. Mais j'ai découvert Nova Consulting et les missions du Pôle Entertainment, et cela m'a tout de suite plu.

"L'idée de me dire que j'allais aider, à mon échelle, des institutions culturelles [...] était assez galvanisant pour moi."

Cela avait du sens avec le projet que j'essayais de construire : travailler pour des projets ou institutions touristiques et culturelles tout en mettant en œuvre les différentes compétences acquises en école de commerce.

L'idée de me dire que j'allais aider, à mon échelle, des institutions culturelles à optimiser leurs ressources afin qu'elles puissent continuer leurs productions/expositions de qualité était assez galvanisant pour moi.



source : <https://www.nova-consulting.eu/>

À présent, pourrais-tu nous décrire ton quotidien de Consultante au Pôle Entertainment de Nova Consulting ? Concrètement, en quoi consistent tes missions ?

Il faut savoir que la spécificité de Nova Consulting est sa capacité à travailler en front (les deux ou trois membres présents chez le client) et en back (toute l'équipe mobilisée pour soutenir les réflexions).

Mon quotidien chez Nova est très structuré et divisé en deux temps :

Un temps d'analyse des données, de réflexion stratégique sur le fonctionnement d'une offre, d'un équipement ou d'un modèle économique.

Un temps de restitution client : cette deuxième étape est clé car il ne suffit pas seulement d'avoir compris et analysé...

Retrouvez l'intégralité de l'interview sur notre site : le-m-verbatim.fr !

LET TH'EM
TALK !



La JE et le RSE, un engagement renforcé.

Emlyon Junior Conseil renforce son engagement RSE en 2024.

Par Tess Sebban, membre de la Junior Entreprise 2025

Nous sommes fiers d'annoncer que notre Junior Entreprise a obtenu le label « Engagé RSE » de AFNOR Certification, confirmant notre engagement envers la responsabilité sociale et environnementale.

Que représente le label "Engagé RSE" ?

Le label « Engagé RSE » est une évaluation rigoureuse de la maturité RSE des organisations, conforme à la norme ISO 26 000. Cette distinction :

Il assure à nos clients et partenaires un haut niveau de confiance.

Par ailleurs, il reflète nos valeurs environnementales et sociales, renforcées par notre certification ISO 14 001 obtenue en 2023.

Une labellisation rigoureuse en trois étapes :

1. Préparation : Création de l'espace client et planification.
2. Evaluation sur site : Analyse des pratiques et restitution.
3. Bilan et suivi : Rapport final et évaluation des progrès à 18 mois.

Avec une note de 350 points, ce label est un outil stratégique pour guider notre démarche RSE.

Notre rapport d'évaluation nous apporte plusieurs éléments. Tout d'abord, une vue d'ensemble sur la maturité RSE d'emlyon junior conseil. Ensuite un bilan de nos forces et nos axes d'amélioration. Enfin, il nous apporte une matrice de performance pour une communication claire et impactante.

Le mot du président, Odin Vidal :

"Je suis vraiment très fier de constater que ce projet a pu voir le jour grâce à l'implication des membres du mandat.

Tout est parti d'une question : "Comment ancrer davantage nos convictions RSE au sein de notre structure ?". Aujourd'hui nous sommes parvenus à obtenir le premier niveau de la labellisation RSE de l'AFNOR, je n'ai aucun doute sur le fait que les futurs mandats poursuivront notre démarche et obtiendront les niveaux supérieurs de cette labellisation.

La junior entreprise a honoré ses engagements, notre mandat se clôture sur de très belles réussites !".

Un projet en lien avec le plan "Resonances" d'emlyon business school

Cette labellisation renforce notre alignement avec « Résonances » 2024-2028, qui promeut une nouvelle génération de leaders responsables et engagés.

Un grand merci à emlyon business school pour son soutien, notamment à Isabelle Huault, Nicolas Pégout, PhD, ainsi qu'à emlyon alumni et tous les membres du jury du concours de pitch 2024 qui a financé une partie de notre labellisation.

Mention spéciale à Ophélie Colovic, Emma Du-baillay, Mona Cirio, Tess Sebban et Alexandre Bérenger pour leur travail !

Cet audit a renforcé notre compréhension des priorités et guide nos actions pour une amélioration continue de nos pratiques RSE.



À la découverte de l'histoire de la Commuz' 2025

«Face au mur», Commuz' 2025.

Par Johanna Dussoux, membre de la Commuz' 2025



Commençons cet article sur l'art par une histoire. Car quel plus bel art que l'art d'écrire ? Bon peut-être l'art de parler nous dirai Verba, mais au fond il n'y a pas de beaux discours sans de beaux écrits, pas de belles tirades sans de beaux scripts. Alors, laissez-moi donc vous raconter mon histoire.

Pour qu'une histoire soit digne de ce nom, il lui faut un héros. Sans héros, mon histoire n'aurait ni queue ni tête. Bon et bien et si le héros c'était toi ? Oui, oui, toi ? Tu ne vois toujours pas ?

Mais si ! Toi qui chantes sous ta douche avec pour seul public ta brosse à dent et ton coloc qui veut te faire avaler le pommeau si tu continues encore.

Ou encore toi que papa et maman ont inscrit de force au solfège il y'a plus de 10 ans mais qui ne peut plus lâcher son instrument aujourd'hui.

Ou même toi qui jouait l'arbre en maternelle dans la pièce de l'école. Et peut-être toi, qui impressionnes tout le monde en SAT par ses moves de danse parce que ça fait 15 ans que tu en fais. Et si c'était vous tous les héros ?

Mais attends, je te vois toi, caché(e) au fond de la salle. Tu crois que je t'ai oublié ? Toi qui tous les ans viens voir notre spectacle et rêves secrètement d'en faire partie mais te dis que tu n'as pas de talent. Toi aussi tu peux être le héros de mon histoire !

Mon histoire, c'est celle d'un collectif emlyen qui dure depuis plus de 20 ans. C'est l'histoire d'une collaboration spectaculaire entre 2 belles écoles : emlyon business school et

Centrale Lyon. C'est l'histoire de 98 héros et héroïnes qui dépassent l'impossible pour construire, en seulement 4 weekends de répétitions, un spectacle digne de professionnels pour ses 2000 spectateurs sur 4 représentations.

Et même après 20 ans, c'est tous les ans une nouvelle histoire qui commence, avec de nouvelles personnes, de nouveaux talents et un nouveau succès à raconter. Et aujourd'hui, c'est avec beaucoup de fierté que je vous raconte l'histoire dont je fais partie, l'histoire de la Commuz' 2025 !



Edition 2025 de la Commuz'

Tout commence avec un verbe, et pas n'importe lequel : écrire. Dès avril, les scénaristes couchent sur le papier les graines du scénario, qui évoluera pendant les dix mois suivants. Très vite, les notes se glissent parmi les mots, les compositeurs et les responsables des musiciens, les "zikos" s'activent. Ça y est, les fondations sont posées, les autres pôles sont désormais libres d'ajouter leur pierre à l'édifice. C'est au tour des pôles décors, danse, chant, costumes et lumière de bâtir le spectacle et le rendre magique.

Pour que l'ensemble de la pièce soit le plus harmonieux possible, deux autres pôles sont indispensables : les metteurs en scène et les coordinateurs artistiques. Ils sont le ciment des pôles artistiques, ceux qui veillent à toujours garder une vision globale de la scène. Le dernier pôle qui agit directement sur le spectacle est l'un des plus importants : le pôle son. Des étudiants amateurs viennent chaque année apprendre le temps de quelques mois le métier d'ingénieur son auprès d'un régisseur professionnel.

D'autres étudiants gravitent ensuite autour des précédents pôles et agissent dans les coulisses pour assurer le bon déroulement du projet. Le pôle "amour" intervient pour créer du lien entre tous les membres. Ces étudiants se dévouent à rythmer le quotidien des commuzards d'activités pour qu'ils puissent apprendre à se découvrir et partager des bons moments, tout en étant en charge de la nourriture pendant les week-ends de répétitions.

Que serait la Commuz' sans visibilité ? Ce sont les pôles communication, webmaster, partenariats et vidéo qui s'unissent pour faire briller notre travail et inviter le plus de monde à venir voyager avec nous, le temps d'une soirée. Enfin, les quatre étudiants du bureau s'occupent de toutes les questions transversales et supervisent l'ensemble, de l'administratif à la logistique en passant par la planification, ou encore les ressources humaines.

La Commuz' ne serait rien si même une seule personne parmi cette équipe de 98 venait à manquer. Chaque pôle est entièrement dépendant des autres et c'est par leur communication qu'est né un spectacle qui ne ressemblait à aucun autre, les 14, 15 et 16 mars 2025. Si chaque année la Commuz' crée de toutes pièces son spectacle, qu'est ce qu'ont pu voir les spectateurs cette année ?

À la découverte de Face au Mur !

Berlin, 1989. Trois jours après la chute du Mur, tandis que la Stasi s'empresse d'effacer les traces de ses crimes, un père retrouve enfin sa famille à l'Est après cinq ans d'absence. Mais ces retrouvailles sont vite troublées par de lourds secrets. A l'image de la société allemande, la famille Neumann est tiraillée entre l'espoir d'un futur meilleur incarné par le mouvement punk et la crainte de divisions inconciliables. Comment se reconstruire quand le passé refuse de s'effacer ?

Alors conquis ? Nous t'attendons avec impatience en avril 2025 pour les castings et qui sait le héros de la Commuz' 2026 ce sera peut-être toi ?



Edition 2025 de la Commuz'

Emlyon all around the world ?

Par Eléonore Gatineau, membre du BDI

Pour répondre à cette question, allons poser quelques questions aux ASTI sur leurs ressentis depuis leur arrivée à Lyon.



Interview avec des ASTI :



Qu'est-ce que cela signifie pour toi d'être un étudiant international en France ?

Jasmine : « C'est beaucoup plus difficile que ce à quoi je m'attendais. J'ai toujours pensé que comme l'Allemagne est juste à côté de la France et que nous devons nous ressembler, mais en fait ce n'est pas le cas. Et il y a beaucoup de choses que j'ai rencontrées qui sont très différentes. Je dirais que le plus grand choc culturel est sans doute l'organisation. En Allemagne, nous créons nos règles, nous nous y tenons et c'est tout. Ce n'est pas exactement la même chose en France. »

Soyeon : « J'ai rencontré beaucoup d'amis internationaux. C'est la chose la plus importante pour moi et apprendre à connaître leur esprit, leurs pensées pour élargir mon expérience. »

Pierre : « Je dirais que c'est plutôt une bonne chose. Il y a beaucoup d'étudiants étrangers, donc c'est vraiment cool de voir qu'il y a des gens qui sont dans la même situation que moi et tout le monde est très gentil. Il est donc très facile de se faire des amis et d'avoir une vie sociale. »

Kavya : « Je suis l'une des premières personnes de ma famille à partir à l'étranger pour étudier dans un pays complètement différent. J'ai eu très peur en arrivant ici, mais honnêtement, c'est une expérience formidable jusqu'à présent. Le problème, c'est qu'en regardant sur Internet, on se rend compte qu'il y a des stéréotypes à l'égard des français. Mais, honnêtement, tout le monde ici a été super gentil, super serviable, et c'est vraiment génial ! En tant qu'étudiant, même si nous avons eu des problèmes avec certains cours, je pense que c'est une école très enrichissante. Je me suis beaucoup amusée. »

Je suppose que si vous demandez en tant qu'étudiante internationale, j'essaie de ne pas me considérer trop comme une étudiante internationale. J'en serai toujours une car je ne suis pas du pays mais je veux juste être une étudiante normale. Juste une autre personne, qui apprend ce qu'elle étudie !

« Nous voulons donc être considérés comme des étudiants normaux et non comme des étudiants étrangers ! »

Christophe : « Je suis venu à l'emlyon pour l'exposition à l'international et aussi pour la fibre entrepreneuriale de l'école. Jusqu'à présent je trouve que le parcours est enrichissant, j'ai eu la possibilité de rencontrer plein d'étudiants internationaux comme moi avec divers parcours et ça fait partie de la richesse justement de ce programme. »

Est-ce que tu as pu trouver des liens avec ta culture à Lyon ?

Jasmine : « Seulement à travers les autres étudiants, comme les étudiants Erasmus, c'est là que j'ai en quelque sorte trouvé ma culture, mais aussi grâce à ma colocataire. C'était un peu difficile, il n'y a pas beaucoup d'allemand. J'ai pu participer à l'Oktoberfest, mais ce n'était pas lié à emlyon. C'était juste à côté de emlyon, aux Halles. Il y avait des fêtes de l'Oktoberfest, mais à part ça, je ne pense pas. »

Soyeon : « Oui, j'ai trouvé des coréens. Ils sont très peu nombreux et très précieux. J'ai trouvé deux étudiants au BDI et il y a deux nouveaux étudiants coréens en BBA. Honnêtement, je n'ai pas vraiment de lien avec ma culture. Il y a très peu d'étudiants coréens à emlyon. J'aime sortir avec des amis plus internationaux, donc je ne suis pas vraiment coréenne ici. »

Pierre : « Il n'y a pas beaucoup de Latino à Emlyon, mais j'ai rencontré un Chilien et je l'ai vu, c'était cool. Je ne fête pas vraiment ma culture ici à Lyon. Enfin, je peux manger des plats chiliens que je prépare moi-même. Je ne sais même pas s'il y a des événements chiliens à Lyon ! »

Kavya : « J'ai eu quelques dîners avec des personnes qui n'étaient pas indiennes, comme d'autres étudiants internationaux. Nous avons eu une sorte de repas-partage. Je crois qu'il y avait trois Indiens et deux Français. Et, je vis avec un groupe d'autres étudiants internationaux. J'ai donc eu l'occasion d'interagir avec eux. Ils viennent tous de pays différents. »



Avez-vous pu partager vos traditions culturelles avec d'autres étudiants du campus ?

Jasmine : « Oui, je leur ai parlé de tout ce que je faisais. Par exemple, en Allemagne, nous fêtons l'Avent, ce qui n'est pas le cas ici. Les Français sont choqués ou surpris ! »

Soyeon : « Je ne pense pas l'avoir fait, mais j'ai essayé de partager mes goûters avec mes amis proches ! »

Pierre : « Quand je parle avec eux, je leur raconte des choses sur mon pays, mais je ne leur ai pas vraiment montré quoi que ce soit du Chili pour l'instant. Je viens de rentrer du Chili pour les vacances de Noël et j'ai apporté du pisco chilien, une boisson alcoolisée et du fernet, qui vient d'Argentine pour la partager avec mes amis ! »

Kavya : « Oui, nous les avons initiés à la cuisine indienne. On leur a fait du biryani. C'était amusant. J'ai pu exercer mes talents de cuisinière !

En ce qui concerne les personnes de ma communauté, il y a plusieurs groupes indiens ici, et nous avons organisé quelques événements. Il y en a eu un le mois dernier, parce que nous avons eu nos fêtes des récoltes en Inde. Il y a donc eu un événement pour tous les groupes réunis. C'était amusant. Nous avons pu manger des plats indiens que je n'avais pas cuisinés cette fois-ci ! Et il y en a un le mois prochain. C'est Holi, un festival de couleurs. »

Christophe : « J'ai un peu plus découvert leur culture et leur nourriture. C'était sympa ! Des étudiants marocains, les amis ivoiriens aussi et certains indiens aussi. »

Y a-t-il une chose que vous voulez dire aux étudiants français à propos de la communauté internationale sur le campus qu'ils ne connaissent peut-être pas ?

Jasmine : « Ils sont vraiment très gentils et nous aimerions vraiment faire partie de leur groupe ! »

Soyeon : « Je voudrais simplement qu'ils parlent davantage anglais. C'est tout ce que je veux pour eux. Ainsi, je me sentirais plus libre de communiquer avec eux ! »

Pierre : « J'ai l'impression qu'au Chili ou en Amérique du Sud en général, il est assez facile de se faire de nouveaux amis. Les Français sont très gentils, mais ils ne vont pas être très ouverts avec les autres. Si vous êtes avec des Français et que vous êtes le seul étudiant étranger, ils vont commencer à parler en français, même si vous ne parlez pas français. Ils ne vont pas, par exemple, vous inviter chez eux ou à une fête la première fois que vous les rencontrez, ou même un ou deux mois après. C'est donc quelque chose qui pourrait être difficile, mais comme je l'ai dit, il y a beaucoup d'étudiants internationaux qui sont prêts à sortir et à faire des choses, donc ce n'est pas vraiment un problème.

«C'est difficile d'être dans un nouveau pays où on ne parle pas la langue et dans une nouvelle ville dont on ne connaît rien. Vous refaites votre vie.»

Kavya : « Je sais que ce n'est pas l'expérience de beaucoup de gens, mais j'ai l'impression que certains étudiants français sont un peu fermés. Ils ont tendance à ne pas parler aux autres étudiants étrangers. S'ils le font, ils apprendront probablement beaucoup de nous, car nous avons tous des expériences différentes.

Nous venons tous de pays différents. Et je pense que la nourriture est la voie vers tout. Nous pourrions donc tous nous rencontrer autour d'un repas et apprendre les uns des autres. »

Christophe : « Je pense qu'il devrait découvrir cette multiculturalité, c'est la plus grande richesse de faire partie de ce groupe asti. »

Partager sa culture dans une société figée n'est pas toujours simple, mais le BDI a bien compris quelles sont les clés : la musique (Karaoke), la nourriture (AT) et son buddy toujours ouvert d'esprit!

Rendez-vous au prochain event !



POINTS DE VUE



Rubrique réservée aux
étudiants d'emlyon

Tout étudiant est libre de soumettre
un article d'opinion afin
d'être publié dans le M

Perdus au musée ?

Clefs de lecture pour comprendre une oeuvre.

Par Coline Lanjard, rédactrice pour le M

Vous êtes devant une toile, un peu déconcerté. L'écriteau ne vous apprend pas grand-chose : un titre, une date, un nom d'artiste... et c'est tout. Vous jetez un œil autour de vous : d'autres visiteurs semblent captivés, comme s'ils déchiffraient un message invisible. Vous vous concentrez à nouveau, mais rien. Vous passez à l'œuvre suivante... même scénario. Vous pourriez vous dire que vraiment les musées, ce n'est pas pour vous. Et pourtant, l'art n'est pas réservé aux experts. Avec quelques clés de lecture, chaque tableau peut révéler bien plus que vous ne l'imaginez !

Structure et lumière du tableau

L'organisation des éléments d'un tableau n'est jamais laissée au hasard. Les artistes utilisent des lignes directrices pour guider le regard du spectateur.



Le Radeau de la Méduse de Géricault utilise une composition pyramidale pour symboliser la montée du désespoir vers l'espoir. Les hommes dans l'avant-plan à gauche font face au spectateur, entourés par la mort, tandis que ceux dans l'arrière-plan à droite, tournés vers l'horizon, tendent la main vers un bateau au loin. Cette structure illustre le passage de la mort à la vie, de l'obscurité à la lumière.

Le clair obscur : jouer avec les contrastes

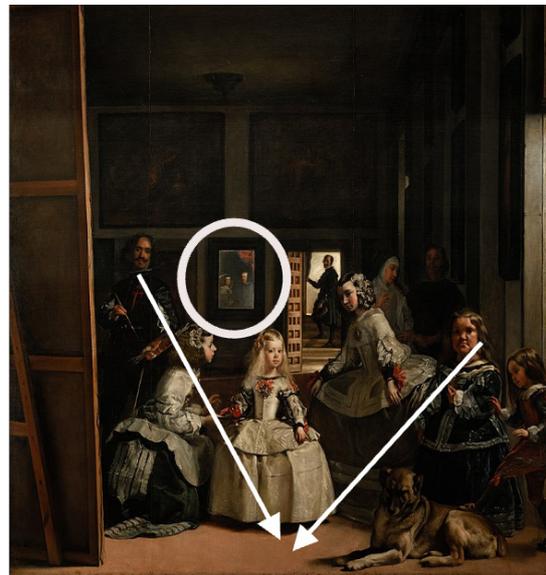
Le clair-obscur est une technique qui accentue les contrastes entre ombre et lumière pour donner du relief et du mystère aux figures. Elle dramatise les scènes et attire le regard sur les points importants



Le Martyre de Saint Matthieu du Caravage : La lumière frappe directement les figures principales, les mettant en valeur, tandis que le reste de la scène est plongé dans l'ombre. Ce contraste frappant crée une tension dramatique qui intensifie l'émotion du moment, une signature du style unique de Caravage.

Le regard, la gestuelle comme Guide

En dirigeant leurs yeux ou leurs corps, les artistes orientent l'attention du spectateur et transmettent des émotions ou des intentions. Ces gestes et regards peuvent aussi créer des liens entre les personnages



Dans **Les Ménines** de Velázquez, la lumière met en avant l'infante et les courtisans, mais c'est leur regard ainsi que celui du peintre et le miroir qui nous place, nous spectateurs, dans la position du roi et de la reine. Le regard des personnages crée une connexion directe avec le spectateur.

Le mouvement en peinture (et sculpture)

Toutes les œuvres figent un instant, une action, certaines de façon plus évidentes que d'autres. Les postures dynamiques, les lignes obliques ou le jeu d'ombre et de lumière créent cette sensation de mouvement. Il faut chercher le mouvement pour comprendre les enjeux d'une oeuvre

L'Enlèvement de Proserpine du Bernin



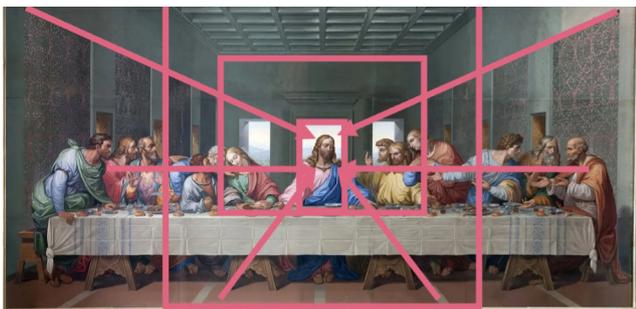
: le marbre devient chair. La tension des muscles, les drapés en spirale et les doigts de Pluton s'enfonçant dans la peau de Proserpine donnent une impression de force brute et de mouvement suspendu, comme si la scène continuait sous nos yeux.

C'est la même chose de façon plus subtile dans **Impression, soleil levant** de Monet avec les vagues, la fumée, le bateau...



La perspective : donner de la profondeur

La perspective linéaire, apparue à la Renaissance, permet de créer une illusion d'espace en utilisant des lignes de fuite convergentes vers un point précis. Elle structure la composition et attire l'œil.



La Cène de Léonard de Vinci, où toutes les lignes de fuite mènent au Christ, renforçant son rôle central dans la scène.

Les couleurs et leur symbolique

Les couleurs ne sont pas choisies au hasard : elles véhiculent des émotions et des messages. Certaines teintes sont associées à des concepts précis (le bleu pour la Vierge Marie, le rouge pour la passion, le vert pour l'espoir). La Cène de Léonard de Vinci : dans cette fresque, les couleurs des vêtements de Jésus et des apôtres ne sont pas anodines. Jésus porte une tunique rouge et un manteau bleu, associant la passion et le divin.

L'Antiquité, les Symboles Cachés et l'Art du Détail : Une Lecture Subtile»

Les artistes s'inspirent souvent de l'Antiquité, notamment des colonnes, des drapés et des poses idéalisées des sculptures classiques. Cette influence se mêle souvent à des symboles cachés, qui ajoutent une profondeur de lecture à l'œuvre. Ces symboles, en lien avec la religion ou la morale, ne sont pas toujours visibles au premier coup d'œil, mais apportent des clés de compréhension importantes. Certains détails subtils, parfois presque invisibles, viennent enrichir l'œuvre pour ceux qui prennent le temps d'observer attentivement.



Dans **La Chapelle Sixtine**, Michel-Ange insère des détails à peine perceptibles.

Ces détails peuvent prendre diverses formes, comme la silhouette du cardinal de Cesena dans la peau du juge des enfers, Minos : une vengeance pas si subtile et une référence possible à l'hypocrisie religieuse.

Ce genre de micro-détail, inspiré de l'Antiquité et des symboles religieux, dévoile une lecture cachée de l'œuvre qui se révèle à ceux qui savent chercher. Si cette référence demande des connaissances assez poussées, de nombreuses œuvres vous invitent simplement à ouvrir l'œil !

Point sur la lecture des hiéroglyphes

L'art égyptien suit des conventions strictes. Les objets sont souvent représentés en vue de dessus ou de côté car si ce n'est pas représenté alors cela n'existe pas.

Les proportions tout comme les couleurs sont codifiées selon l'importance symbolique du personnage et non selon une perspective réaliste.

Les représentations respectent la loi de frontalité. Les pharaons sont représentés en rouge tandis que les femmes en jaune sauf Néfertiti car c'est une reine active.

Chaque objet a une symbolique → le scribe a un pinceau et un papyrus, le pharaon a le spectre sekhem à la main droite (pour l'autorité) et la médou (canne) à la main gauche (pour la parole) même si pour des facilités de représentations en sculpture cela devient deux bâtonnets.



Sarenput, tenant le roseau et le sceptre Sekhem, suivi de son fils Ankhu, peinture murale, Tombe de Sarenput II, nécropole de Qubbet el-Hawa, près d'Assouan, Égypte, civilisation égyptienne, Moyen Empire

Alors la prochaine fois que vous êtes face à un tableau, prenez le temps d'observer. Derrière une pose, une couleur ou un rayon de lumière se cache souvent une histoire.

À partir de la Renaissance, de nombreuses œuvres renvoient à des récits antiques comme les Métamorphoses d'Ovide, ou mettent en scène des figures religieuses à travers des symboles clairs : une clé pour Pierre, une roue pour Catherine, un lys pour Joseph.

Même sans tout connaître, on peut repérer ces indices qui donnent du sens.

Il suffit d'ouvrir l'œil... et de se laisser guider.



*statue de Toutânkhamon
du musée de l'Institut oriental de Chicago.*



- Chronologie Repère -

Antiquité (jusqu'au Ve siècle après J.-C.) → Art égyptien, grec et romain

Représentation idéalisée, proportions et sujets codifiés, importance des dieux et des mythes. L'art est au service du pouvoir et lié à l'univers religieux.

Exemple : Les statues grecques, la Vénus de Milo (IIe siècle av. J.-C.)



Moyen Âge (Ve - XVe siècle) → Art roman & gothique

Représentation symbolique avec des codes couleurs, perspective peu maîtrisée. Art au service de la religion. Les croyants ne sont pas instruits : murs, vitraux, tapisseries aident à comprendre les écrits saints.

Exemple : Les vitraux de la cathédrale de Reims.



Renaissance (XVe - XVIe siècle) → Humanisme et perspective

Retour à l'Antiquité avec une représentation réaliste de l'humain. Perspective maîtrisée pour la profondeur. Harmonie, beauté idéalisée, présence de la religion, de l'individu et de la science.

Exemple : La Naissance de Vénus, Botticelli



Baroque (XVIIe siècle) → Dramatisme et mouvement

Compositions dynamiques, émotionnelles, clair-obscur, contrastes marqués. Scènes religieuses ou mythologiques, riches détails et ornementation.

Exemple : L'Enlèvement de Proserpine, Le Bernin.



Classicisme (XVIIe siècle) → Équilibre et rigueur

Harmonie, sobriété, ordre, inspiration antique. Couleurs sobres, lignes nettes. Esthétique calme (opposée au Baroque).

Exemple : Le Serment des Horaces, David.



Romantisme (XIXe siècle, début) → Émotion et révolte

Expression des émotions, liberté, nature. Paysages dramatiques, scènes historiques, sublime au cœur du mouvement.

Exemple : Le Radeau de la Méduse, Géricault.



Réalisme (XIXe siècle, milieu) → Vie quotidienne et vérité

Refus de l'idéalisation, représentation de la réalité, détails précis.

Exemple : Un enterrement à Ornans, Courbet.



Impressionnisme (XIXe siècle, fin) → Instantanéité et lumière

Coups de pinceau visibles, lumière, sujets modernes. Mouvement, impression de l'instant.

Exemple : Impression, soleil levant, Monet.



Cubisme (XXe siècle, début) → Déconstruction des formes

Multiplication des points de vue sur un seul plan. Déconstruction des objets, abandon de la perspective classique.

Exemple : Les demoiselles d'Avignon, Picasso.



Quand la danse devient un cri

Pina Bausch et Le Sacre du Printemps.

Par Emy Sirot, Rédactrice pour le M.

La danse contemporaine est souvent perçue comme un art hermétique, difficile d'accès, voire élitiste. Pourtant, elle est avant tout un espace de liberté où le corps raconte des histoires profondes, des récits qui nous touchent au plus intime. Parmi les figures les plus marquantes de cet art, Pina Bausch occupe une place à part. Avec son langage chorégraphique unique, elle a bouleversé la perception du mouvement et de l'émotion en scène. Son interprétation du Sacre du Printemps en 1975 est l'une de ses créations les plus radicales et puissantes, un chef-d'œuvre qui continue d'interpeller les spectateurs du monde entier.



Pina Bausch, par Wilfried Krüger

Pina Bausch : une révolutionnaire du mouvement

Née en Allemagne en 1940, Pina Bausch a étudié la danse classique avant de s'orienter vers la danse moderne et contemporaine. Formée à la Folkwang-Hochschule d'Essen sous la direction de Kurt Jooss, elle a ensuite perfectionné son art à la Juilliard School de New York, où elle a été influencée par des figures majeures comme Antony Tudor et José Limón. En revenant en Allemagne, elle a pris la direction du Tanztheater Wuppertal et y a développé son propre style, mêlant danse et théâtre pour explorer la condition humaine dans toute sa complexité.

Son approche chorégraphique se distingue par une recherche d'authenticité et d'émotion brute. Plutôt que d'imposer une gestuelle figée, elle travaillait avec ses danseurs à partir de leurs propres souvenirs, peurs et désirs. Son art ne se contente pas de raconter une histoire, il la fait ressentir. Ses pièces ne sont ni purement narratives ni totalement abstraites ; elles évoluent dans une zone où le geste devient langage, où la danse parle sans avoir besoin de mots.

Le Sacre du Printemps : un rituel de terre et de sueur

En 1975, Pina Bausch s'attaque à une œuvre monumentale du XXe siècle : Le Sacre du Printemps d'Igor Stravinsky. Créé en 1913 par les Ballets Russes avec une chorégraphie révolutionnaire de Vaslav Nijinski, ce ballet avait déjà marqué une rupture avec la tradition académique. Mais la version de Bausch va encore plus loin, en transformant cette partition violente en une danse de la survie, un combat viscéral entre les corps.

Dans son Sacre, le plateau est recouvert de terre, un élément qui n'est pas seulement un décor mais un véritable acteur du drame. Ce sol meuble entrave les mouvements, alourdit les pas, colle à la peau des danseurs. Il rend visible l'effort, l'épuisement, la souffrance. Pina Bausch voulait que ses interprètes ressentent physiquement la dureté du rituel qu'ils exécutaient.

Le ballet met en scène deux groupes : seize hommes et seize femmes. Le rapport entre eux est marqué par une tension extrême. Les femmes, vêtues de robes blanches, sont soumises à un rituel où l'une d'elles, l'Élue, sera désignée pour danser jusqu'à la mort. Son costume rouge, contrastant avec la blancheur des autres, annonce son destin funeste.

Les hommes, torse nu, incarnent la force brutale du groupe, une force impitoyable qui écrase l'individu.

Le climax de la pièce, la danse de l'Élue, est un moment d'une intensité rare. La jeune femme, poussée à bout, lutte contre l'inévitable. Son corps se débat, se tord, s'effondre, jusqu'à l'ultime épuisement. Cette scène, où la danse se confond avec un cri silencieux, reste l'une des plus fortes de l'histoire du ballet contemporain.



Le Sacre du Printemps/Opéra Garnier.

Une réception houleuse et un héritage indélébile

Lors de sa première représentation, *Le Sacre du Printemps* de Pina Bausch a suscité des réactions contrastées. Certains spectateurs ont été bouleversés par cette approche viscérale, tandis que d'autres l'ont rejetée, ne comprenant pas cette vision si éloignée des canons traditionnels du ballet. Les critiques ont d'abord été acerbes, mais très vite, cette version est devenue une référence incontournable, une réinterprétation majeure d'une œuvre déjà révolutionnaire.

Aujourd'hui, *Le Sacre* de Pina Bausch est régulièrement repris par les plus grandes compagnies de danse à travers le monde, notamment par l'Opéra de Paris.

Sa modernité et sa puissance restent intactes, preuve que l'art de Bausch continue d'inspirer et de questionner.



Le Sacre du printemps - Pina Bausch (Photos Athathe Poupenev/ Opéra national de Paris).



Sacre du printemps - Pina Bausch (Photos Julien Benhamou / Opéra national de Paris).

Conclusion : un art de la vérité

Avec *Le Sacre du Printemps*, Pina Bausch n'a pas simplement réinterprété un ballet célèbre, elle l'a transcendé. Elle a transformé une partition musicale en une expérience humaine brute, où la danse devient un moyen de révéler les peurs, les désirs et les violences inhérentes à notre condition. Son travail illustre à quel point la danse contemporaine n'est pas un exercice abstrait, mais un art profondément ancré dans la réalité du corps et de l'émotion.

Grâce à son approche unique, Pina Bausch a fait entrer la danse dans une nouvelle ère. Son *Sacre du Printemps* demeure un chef-d'œuvre intemporel, un rituel de mouvement et de sueur qui continue de hanter ceux qui le voient. Et si la danse contemporaine nous semble parfois insaisissable, elle n'a pourtant jamais été aussi proche de nous que dans ces moments où elle fait battre nos cœurs à l'unisson.



Athathe Poupenev/ Opéra national de Paris).

Box-office français 2024

Une contre-cartographie...

Par Alexandre Fournet, Rédacteur pour le M.

Au moment de dresser le bilan de l'année 2024 pour le cinéma français, on ne peut qu'applaudir son énergie et sa créativité renouvelées. Première en Europe et seule région du globe à voir sa fréquentation en salles progresser, la France a su offrir au public des œuvres aussi variées qu'inspirantes. A l'heure du bilan, il y aurait en effet de quoi se réjouir ; la fréquentation des salles de cinéma françaises est la seule à être en hausse quand on la compare avec le reste du monde, les films cartonnant au box-office français sont littéralement des films français ayant redonné un nouveau souffle pour la production française (L'Amour ouf, Un p'tit truc en plus et Le Comte de Monte-Cristo, s'exportant déjà à l'étranger. Ces grands succès ne doivent cependant pas occulter toute la richesse de notre paysage cinématographique. J'ai donc eu envie de mettre en lumière cinq productions françaises plus méconnues, passées sous les radars pour le grand public. C'est également une cartographie, car certains de ces films mettent en lumière des territoires peu filmés dans le cinéma français.

1. Vingt dieux, de Louise Courvoisier

– 750 000 entrées (film tourné dans l'Ain, région Auvergne Rhône-Alpes, mais situant son action dans le Jura).

Le succès inattendu de ce film « made in Jura » a-t-il à voir avec le pittoresque irrésistible d'une région et de tout le localisme que cela implique (accent en première position) trop peu filmés par le cinéma français ? Évidemment. On y suit le quotidien de Totone, un jeune fêtard et indolent de 18 ans, qui doit subvenir aux besoins de sa petite sœur suite à un drame familial, notamment via la participation à un concours du meilleur comté de la région...

S'inscrivant dans une tradition française consistant à faire jouer des acteurs non professionnels à l'écran, Louise Courvoisier filme Clément Faveau et Maïwène Barthelemy avec un naturel confondant.



Extrait du film, Vingt Dieux, de Louise Courvoisier

Point de faux pathos ici, le film approche avec la sérénité propre à celle qui a vécu dans cette région le quotidien de ces jeunes, entre bals de villages et quotidien assez éreintant, parfois solitaire, dans les fermes familiales. Ce sont les acteurs qui font voler le film vers une fraîcheur bienvenue, et on remercie cette tradition française, entre Bruno Dumont et Abdellatif Kechiche, de savoir mettre en lumière les talents bruts comme aucun autre pays ne le fait...

2. Miséricorde, d'Alain Guiraudie

– 210 000 entrées (film tourné dans l'Aveyron, région Occitanie).

Un village français désœuvré. Des champignons poussant sur les restes d'un cadavre encore fumant. L'érection d'un prêtre. Le ballet absurde et grotesque d'un village qui ne cesse de réveiller un homme dans sa chambre. Une quinquagénaire troublante d'un désir retenu...

C'est à cet univers que le Miséricorde d'Alain Guiraudie nous convie, entre douceur et violence, humour et morbidité, mais toujours dans un calme olympien, assourdissant de questionnements, autour d'un meurtre qui va perturber la routine d'un village.

Ne vous fiez pas à l'apparence « franchouillarde » de ce film ; certes, le film assume là-aussi son ancrage dans le paisible Aveyron mais pour créer un trouble sans pareil dans le cinéma français. Deux scènes de confrontation entre le prêtre et le nouveau venu sont d'ores et déjà cultes, par leur intensité et leur écriture vertigineuse, invitant à nous demander réellement ce qu'on entend dans le mot miséricorde...



Extrait de *Miséricorde*, d'Alain Guiraudie

3. *A son image*, de Thierry de Peretti

- 110 000 entrées (film tourné en Corse).

Le plus beau titre de cette sélection se trouve ici. Traitant de la place de la jeunesse dans le nationalisme corse de la fin du XXème siècle, *A son image* pose d'emblée la question du sujet et de l'objet du récit.

On y suit la jeune Antonia qui s'est éprise d'un jeune garçon engagé dans le FLNC, le Front de Libération National Corse, dans les années 1970-1980.

Une douceur, gorgée par le soleil si particulier de la Corse, enveloppe ce récit pourtant parsemé par la mort, bien réelle, de nombreux militants au cours de leur histoire.

Antonia est un relai pour le réalisateur pour s'approcher avec pudeur de ces jeunes, convaincus par leurs idées, se mettant en scène dans des meetings cagoulés, et enflammés pour défendre leur propre terre - car Antonia est souvent engagée pour les prendre en photo, d'autant plus qu'il s'agit souvent de ses amis.

La fin sera funeste, mais il restera de ce film des instants capturés, avec la précision et la belle idée d'insérer de véritables photographies, en se rapprochant d'un rapport documentaire à cette période si douloureuse pour la petite île.

Et, s'il fallait le préciser, l'interprète d'Antonia est magnifique de romantisme brut - vibrante Clara Maria-Laredo.



Extrait de *À son image*, de Thierry Peretti

4. *C'est pas moi*, de Léos Carax

- 21 000 entrées (film tourné dans le cerveau malade de Léos Carax).

C'est pas moi est un ovni dans le paysage audiovisuel français - et c'est pour cela qu'il doit être chéri. De cette interjection initiale de l'enfant qui aurait cassé le vase de maman et se défendant alors que toutes les preuves l'accablent, Léos Carax est nonobstant de tous les plans.

Presque jamais physiquement, sauf subreptivement, mais infusant via tous les pores de ce moyen-métrage de 42 minutes, via sa fille, via les films qu'il a faits, ceux qu'il a aimés. Via sa voix. Ou son silence. Dans cet exercice de style godardien, procédant par collages, rapports, parallèles et correspondances, on ne sera pas forcément toujours intéressé par les considérations politiques peu passionnantes de Léos Carax, mais on lui préférera des moments de suspension vertigineux, s'approchant du caractère divin du cinéma, avec ce plan séquence tiré d'un film, dont il a l'impression, nous dit-il via des sous-titres, qu'il a été fait par Dieu lui-même...

Sans jamais se prendre au sérieux, et avec une ironie mordante d'abord tournée sur lui-même, un grand réalisateur français nous livre peut-être l'un des plus beaux hommages au cinéma français de la décennie, genre dans lequel le récent *Spectateurs !* d'Arnaud Desplechin s'inscrit avec un autre style de grâce.



Extrait de *C'est pas moi*, de Léo Carax

5. *Napoléon vu par Abel Gance, d'Abel Gance*

- 11 000 entrées (film tourné à Ajaccio, à Versailles, dans les Alpes du Sud, dans le Var, à Brienne en Bourgogne Franche-Comté, à Sceaux et dans les studios de Boulogne-Billancourt en Ile-de-France).

La ressortie de ce film, restauré pendant plus d'une décennie par Georges Mourier et justifiant sa place dans ce top, au vu des efforts démesurés par les artistes de notre époque pour le ramener à la vie, est peut-être le plus bel événement de l'année cinématographique française (voire du monde) de 2024.

Un projet hors-normes, au nombre de figurants colossal et aux moyens astronomiques pour l'époque, qui n'aura pas pu aller au bout - il était prévu de continuer la vie de l'Empereur après la campagne d'Italie...



Extrait de *Napoléon vu par Abel Gance, d'Abel Gance*

Nous aurons eu au moins, pour nous consoler, la possibilité de contempler et apprécier cet été 2024 une œuvre française unique dans le paysage du cinéma français.

Pour que notre paysage cinématographique conserve toute sa richesse et sa diversité, continuons à célébrer les succès populaires tout en explorant et en soutenant les petits films, véritables viviers d'innovations et de talents émergents.



NEXIALOG
CONSULTING

Nexialog Consulting se donne l'objectif d'être un cabinet de conseil ambitieux et leader du marché assurantiel et bancaire, tout en conservant ses valeurs humaines et ses engagements sociétaux. Nous sommes persuadés que notre activité doit se développer et se construire en réponse aux problématiques sociales et environnementales qui structurent le secteur financier.

Si la vision, les enjeux et les projets actuels de Nexialog Consulting stimulent votre curiosité, et que vous souhaitez en savoir plus sur les opportunités proposées au sein du cabinet, scannez le QR code ci-dessous et rendez-vous sur Jobteaser pour consulter nos offres d'emploi.

Participez à l'aventure !

Remerciements

Aux associations d'emlyon : **Aux Rédactrices et Rédacteurs du M :**



- Emy Sirot
- Alexandre Fournet
- Raphaël Soeung
- Alexandre Dubourdieu
- Tess Sebban
- Johanna Dussoux
- Eléonore Gatineau
- Coline Lanjard
- Chloé Monange
- Marie-Emmanuelle Lootvoet
- Marie Perney
- Clothilde Neaux
- Guillemette Artigouha, Présidente de Verbat'em
- Capucine Puiseux, Rédactrice en Chef du M

Aux interviewés et aux contributeurs externes :

- Isabelle Huault, Présidente du Directoire et Direction Générale emlyon
- Lionel Sitz, Directeur du Programme Grande École
- Stéphanie Kergall, Directrice des projets RSE, emlyon
- Claire Launois, Chargée d'études marketing chez France Télévision
- Jonathan Dumont, Entrepreneur
- Aurélie Jourde, Responsable marketing au Centre Pompidou
- Cécile de Chambine, Consultante chez Nova Consulting
- Yang Lu, Consultant E-commerce
- Jasmine, Pierre, Soyeon, Kavya et Christophe, étudiants ASTI

Nos Partenaires



Le M par Verbat'em



Le M est le média étudiant d'emlyon. Il est édité par Verbat'em, l'association de journalisme et d'éloquence d'emlyon. Sa mission, depuis 15 ans, est de promouvoir l'art oratoire, la prise de parole et l'écriture à emlyon.

Animée par l'ambition de démocratiser l'éloquence et de divertir grâce à la parole, Verbat'em, en plus d'éditer Le M, organise de nombreux événements tout au long de l'année : les Plaidoiries du Manager, un concours d'éloquence entre étudiants internes à emlyon, les Socratiz, un clash oratoire entre les associations d'emlyon, le Concours Paris-Lyon, un choc d'éloquence entre les Grandes Écoles Parisiennes et Lyonnaises, et bien d'autres encore !

On ne va pas se mentir

on est bien sûr
des pros de l'audit...

**Mais aussi dans
plein d'autres métiers.**

L'audit, c'est le métier historique de PwC en France, avec 1 600 collaborateurs. Ça veut dire que nos autres collaborateurs, soit tout de même 4 800 personnes, exercent dans des métiers divers : consulting, gestion et modélisation des risques, data intelligence, cyber intelligence, transactions, stratégie, juridique et fiscal, expertise comptable, experience center. Ça en fait des opportunités pour exprimer votre talent, dans l'audit... ou ailleurs.

carrieres.pwc.fr

_AUDIT
_CONSEIL ET STRATÉGIE
_DIGITAL ET TECHNO
_EXPERTISE COMPTABLE ET PAIE
_JURIDIQUE ET FISCAL
_TRANSACTIONS

