



1951

Naissance à Lille

1974

Sort diplômé d'HEC

1984

Obtient son DEA

1988

Soutient avec succès sa thèse dans le domaine de la communication internationale

1993

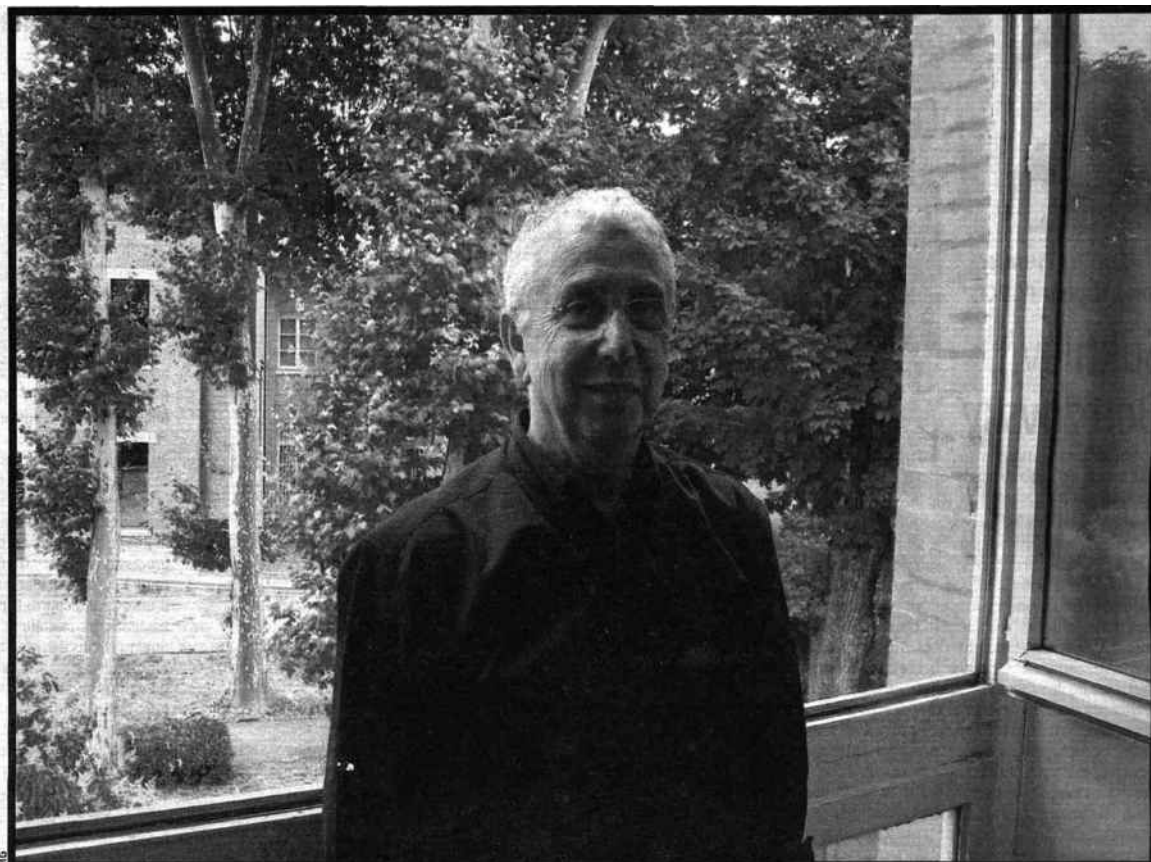
Rejoint l'IAE de Toulouse après deux années passées à Pau

1999

Participe à la création d'un DESS en marketing à l'IAE de Toulouse

2011

Crée, toujours au sein de l'IAE de Toulouse, un Master 2 de Marketing et communication



Jean-Marc Décaudin. Enseignant en marketing à l'IAE de Toulouse et pour l'École supérieure de commerce (ESC) de Toulouse, cet écrivain prolifique est à l'origine du tout dernier Master 2 en marketing et communication de l'IAE.

Accro au marketing

Le secteur privé n'aura pas su le retentir longtemps. Et heureusement pour les étudiants qui pourront suivre, dès la rentrée, les premiers cours du Master de marketing et communication qu'il a créé de toutes pièces à l'Institut d'administration des entreprises de Toulouse (IAE). Sans pouvoir désigner de déclencheur précis, Jean-Marc Décaudin a choisi le professorat au début des années 80. Un virage à 360° pour ce diplômé d'HEC (promotion 1974), après une première vie professionnelle dans un laboratoire pharmaceutique en tant que chef de produits et chef de marques, puis dans une agence de publicité absorbée par la suite par Havas. Encouragé par ses premiers cours délivrés à la Chambre de commerce et d'industrie de Toulouse (CCIT), il reprend ses études, passe son DEA en 1984 et soutient sa thèse dans le domaine de la communication internationale en 1988. Durant cette période, il se partage entre ses études et son métier de professeur vacataire, notamment à la CCI et en IUT. Son parcours s'accélère ensuite. Une fois thésard, il est recruté comme maître de conférence à l'IAE de Toulouse, passe le concours de l'agrégation en 1991 et est nommé à Pau. Il y restera deux ans avant de revenir une bonne fois pour toutes à l'IAE de Toulouse. La Ville rose l'a adopté, lui, ce Ch'timi né à Lille en 1951. « Aujourd'hui, je me définis bien plus comme Toulousain que comme Lillois. Mon cœur est ici », confie-t-il. Ce n'est pour-

tant qu'à 7 ans qu'il découvre les bords de la Garonne. Son père enseignant y est en effet muté et pour l'anecdote, y occupa le bureau contigu de celui de son fils pendant de nombreuses années, avant que la fac de français ne laisse la place à l'IAE dans les locaux de la rue du doyen Gabriel Marty. Pendant toutes ces années, un credo : le marketing. « Dès que j'ai touché au marketing durant mes études à HEC, j'ai su que ce serait la matière qui m'intéresserait le plus. C'est celle où il faut avoir le plus de curiosité. C'est quand-même beaucoup plus excitant que de travailler sur la politique des chiffres », avance Jean-Marc Décaudin, un brin taquin envers ses confrères. Et de détailler : « le marketing est au carrefour de nombreuses matières aux antipodes les unes des autres, qu'il s'agisse de sociologie, de psychologie ou même de peinture ou encore de photographie. »

UN MASTER EN PHASE AVEC LE MARCHÉ

Après avoir été à l'origine d'un DESS de marketing généraliste, en 1999, c'est à la création d'un Master 2 de communication et marketing que Jean-Marc Décaudin s'est attaqué pour cette rentrée. « L'idée est d'être en phase avec le marché. La dimension communication dans le marketing est devenue très demandée, alors même qu'elle n'est que partiellement abordée dans les cursus existants », explique-t-il avant de préciser : « nos étudiants vont aborder la communication d'un point de vue théorique mais également opérationnel via

l'utilisation de logiciels tels que photoshop ou illustrator, la création de site internet... » Plus de 50 % des cours seront dispensés par des professionnels et un stage de longue durée est prévu dans le cursus. La formation a immédiatement rencontré son succès avec plus de 380 candidatures, « sans faire de promotion ! », 60 % des lauréats sont issus d'une filière marketing. « Nous aimons la diversité de profils », confirme Jean-Marc Décaudin.

DES ENTREPRISES POUR FINANCER L'ÉQUIPEMENT DES ÉTUDIANTS

Pour équiper les 30 étudiants sélectionnés en juin et qui feront leur rentrée prochainement, Jean-Marc Décaudin estime le budget nécessaire à près de 50 000 €, notamment pour le matériel informatique. Une somme qu'il rassemble progressivement, en partie via des partenariats avec des entreprises. « Nous sommes soutenus par le groupe La Dépêche, par BVA dont le président du directoire préside également l'IAE et qui a toujours été un partenaire remarquable, ainsi que par des structures plus légères telles que l'agence de communication 31° arrondissement par exemple », énumère-t-il. Plusieurs contrats sont toujours en cours de négociation. Les étudiants pourront ainsi bénéficier d'une salle de 30 postes informatiques totalement équipés ainsi que d'un pack de livres incontournables. Au-delà de leur participation financière, les entreprises fourniront également des cas pra-

tiques à étudier. Pour Jean-Marc Décaudin en effet, « assurer la professionnalisation des étudiants est un objectif majeur du master ». Les dossiers pour la prochaine session sont à renvoyer entre février et avril.

L'ÉCRITURE EN PASSION

S'il devait citer l'un des moteurs de sa vie professionnelle comme personnelle, c'est sans hésitation que Jean-Marc Décaudin citerait l'écriture. « La possibilité d'écrire est l'une des dimensions très agréables du métier d'enseignant », avoue-t-il avec plaisir. Il a ainsi une dizaine d'ouvrages à son actif, sur le marketing bien évidemment, mais aussi la communication ou encore les études de marché. En avril 2011 est sortie la quatrième édition de *La communication marketing intégrée. e-communication: les fondamentaux*, coécrit avec Jacques Digout (enseignant en marketing à l'ESC de Toulouse) a, lui, été publié en juin 2011. Une troisième édition du *Pentacom*, « deuxième vente derrière le *Publicitor*, référence dans le domaine », rédigé avec Philippe Malaval, est quant à elle prévue pour le début d'année. Un plaisir d'écrire que Jean-Marc Décaudin envisage un jour d'élargir à d'autres sujets. « J'aimerais écrire mais sur autre chose que du marketing, m'essayer au roman. Pour le moment, je m'y adonne en dilettante mais je sais qu'un jour, comme pour l'enseignement, je me dirais je le fais !, et je le ferai. »

MARIE GRIVOT