



Dr Valérie
PHILIPPON

Responsable
du Mastère MAS de l'ESC
Dijon-Bourgogne

Un Mastère d'exception dans l'alimentation et la nutrition santé

L'alimentation santé est un sujet de santé publique qui oblige les industriels à prendre des engagements sur la composition nutritionnelle des aliments, leur présentation et leur promotion⁽¹⁾.

Dans ce contexte, le Ministère de la Santé a entamé une concertation avec les industries alimentaires, les entreprises du commerce et de la distribution, les associations de consommateurs et les autres ministères concernés.

Le marketing agroalimentaire doit donc emprunter de plus en plus à l'industrie pharmaceutique ses méthodes notamment en adjoignant les dimensions scientifiques et éthiques aux techniques bien maîtrisées du marketing. Il est donc logique qu'AMIPS fasse connaître les enseignements et débouchés qui se situent dans ces domaines, car l'expérience des industries des produits de santé peut s'avérer très utile pour des entreprises qui engagent leur image et leur responsabilité dans des allégations santé. Le Mastère spécialisé en Marketing Alimentation Santé est une démarche originale qui peut intéresser les adhérents AMIPS à la recherche d'une nouvelle carrière. Nous avons interviewé le Dr Valérie Philippon, responsable du Mastère MAS de l'ESC Dijon-Bourgogne afin d'en savoir plus.

“**L'impact de
l'alimentation
sur la santé
est énorme**”

GUY LESŒURS : Valérie Philippon, vous êtes docteur en médecine, vous avez accompli une grande partie de votre carrière dans l'industrie des produits de santé et vous avez même été chef d'entreprise comme le montre votre biographie.

Vous avez créé et vous dirigez le premier Mastère spécialisé en Marketing Alimentation Santé au sein du groupe ESC Dijon Bourgogne, une expérience que plusieurs grandes écoles vous envient. Avant de nous parler de vos étudiants et de vos objectifs, pouvez-vous préciser pour nos lecteurs ce que recouvre le vocable « alimentation santé » ?

VALÉRIE PHILIPPON : Je rappellerai que l'alimentation santé recouvre trois domaines distincts :

Les ingrédients et produits alimentaires intermédiaires (PAI), les aliments fonctionnels et les compléments alimentaires. L'alimentation santé n'est pas cloisonnée qu'à l'alimentaire ou à la nutrition mais va d'ailleurs bien au-delà, de la prévention à la cosmétique et au bien-être...

Comme vous le savez, l'impact de l'alimentation sur la santé est énorme. Les grands groupes tout comme les PME de ce secteur ont de plus en plus besoin de scientifiques formés au marketing alimentation-nutrition santé et à la réglementation européenne globale sur les allégations santé.

(1) cf le compte rendu du Petit-déjeuner AMIPS du Mardi 19 février 2008 page 16 et suivantes du présent numéro d'AMIPS-Info

Nos étudiants sont, pour la plupart, des ingénieurs agronomes issus des écoles de Dijon, Lyon, Montpellier, Nantes et Toulouse, mais aussi des « Mastère 2 » en nutrition santé ou sciences de la vie et des chercheurs qui souhaitent intégrer les entreprises. Certains ont des profils très différents comme un psychologue et un Mastère en communication. Nous accueillons aussi des étudiants étrangers (chinois notamment) et des personnes en poste dans les entreprises qui veulent parfaire leur cursus ou changer d'orientation.

Grâce à notre Mastère, les étudiants pourront développer un projet en entreprise sous les deux aspects : technique et managérial. C'est pourquoi nos enseignements théorique et pratique visent à leur donner ce bagage bipolaire et complémentaire pour qu'ils puissent exercer dans les entreprises des responsabilités de haut niveau.

L'enseignement dure six mois à l'issue desquels chaque étudiant effectue une mission précise au sein d'une entreprise afin, notamment, de valider ses acquis et de rédiger une thèse professionnelle qui sera soutenue devant un jury.

G.L. : En quoi ce Mastère peut-il intéresser des managers des industries des produits de santé ?

V. P. : Le Mastère possède de nombreux attraits pour des managers en place dans les industries des produits de santé. S'ils font partie d'un groupe comprenant des divisions très orientées nutrition et compléments alimentaires, ils peuvent être intéressés à suivre le cursus du Mastère pour acquérir l'univers technique nutritionnel, les pathologies qui s'y rapportent et les comportements alimentaires des consommateurs et des patients. Ils se formeront à la réglementation européenne en matière des allégations de santé et aux méthodologies d'évaluation de ces dernières.

Enfin, le Mastère ouvre des opportunités pour développer des projets en nutrition santé dans le cas de diversification de gammes ou bien de services complémentaires à des offres thérapeutiques.

G.L. : Parlez-nous de la prochaine rentrée du Mastère.

V. P. : La sélection a lieu d'avril à septembre 2008. Nous souhaitons une promotion multiculturelle avec une ouverture vers l'international. Il faut savoir que 20 % des cours sont dispensés en anglais. À travers le pôle Vitagora, le pôle de compétitivité « Goût-Nutrition-Santé », de Dijon, nous allons accueillir des « fellow professors » des pays d'Asie et des États-Unis. Par ailleurs, nous travaillons en collaboration avec l'ENSBANA (École Nationale Supérieure de Biologie Appliquée à la Nutrition et à l'Alimentation) qui dispense tout notre module orienté alimentation-nutrition.

**Interview par Guy Lesœurs,
rédacteur en chef-adjoint AMIPS-Info**

“ Nous attachons beaucoup d'importance au développement du potentiel de chacun ”

G.L. : À la sortie du Mastère, qu'est ce qui peut intéresser les recruteurs ?

V. P. : Aujourd'hui, les entreprises actives dans le domaine de la nutrition santé sont en pleine mutation et souhaitent faire passer des messages éthiques et responsables aux consommateurs tout en anticipant leurs désirs et la réalité de leur comportement. C'est pourquoi nos étudiants avec leur bagage scientifique, leur connaissance du marketing et d'une réglementation de plus en plus exigeante représentent une ressource pour mieux comprendre les problématiques à l'interface de la science et du business et développer des stratégies gagnantes dans ce domaine.

Nous attachons beaucoup d'importance au développement du potentiel de chacun et cultivons chez les étudiants – comme vous avez pu le constater vous-même en tant qu'intervenant dans le programme managérial – l'envie de pluridisciplinarité, la curiosité et le sens des relations humaines avec un regard à la fois marketing et scientifique.

G.L. : Comment et par qui sont dispensés les cours et séminaires ?

V. P. : Notre équipe pluridisciplinaire de haut niveau regroupe des universitaires et des praticiens exerçant dans les entreprises. Nous avons aussi recours à quelques consultants d'expérience. Cette équipe assure toutes les composantes du management, du marketing et de la communication alimentaire santé en passant par le comportement en nutrition.

De la médecine au management de la Phood industrie....

Valérie PHILIPPON, bvphilippon@orange.fr

Responsable du Mastère Marketing Alimentation Santé de l'ESC DIJON et professeur de marketing et communication, Valérie Philippon est docteur en médecine diplômée de la Faculté de Médecine de Lyon et titulaire d'un MBA-CESMA Option Marketing ainsi que d'un DU Nutrition.

Valérie Philippon accomplit une carrière dans l'industrie pharmaceutique de déléguée médicale à chef de groupe marketing en passant par la communication, le CRM et le management régional chez JANSSEN CILAG et MERCK SHARP DOME et CHIBRET. Elle est aussi créatrice d'entreprise (Natura Officina).

Mieux la connaître

Valérie Philippon apprécie chez un manager l'alchimie entre performance, humilité, charisme, innovation, éthique et diversité...

Des modèles : le parrain de la première promotion du Mastère MAS ; Jean Philippe Girard, Président du groupe Eurogerm qui a remarquablement réussi en 20 ans (PME cotée en bourse en 2007) et a assumé avec beaucoup d'efficacité, de disponibilité et de gentillesse son rôle de parrain du Mastère. Thomas Derville, ancien PDG d'Unilever, très grand marketeur et qui a lancé le pôle de compétitivité Vitagora.

En passant par le Mastère...

Profil des candidats

• des jeunes diplômés

- Formation scientifique ; bac+5
- Ingénieur en agro/agri
 - Vétérinaire
 - Médecin/pharmacien*
 - Diplôme de Mastère 2 en sciences de la vie : en agro/agri, alimentation santé, nutrition, physiologie animale, microbiologie.
 - Diplômé d'école de commerce

• des professionnels

Scientifiques de niveau bac+4, bénéficiant de trois années d'expérience minimum.

Modalités d'admission

- lettre de motivation + CV + dossier de candidature (à télécharger sur www.masteremas.eu)
- test oral d'anglais
- entretien de sélection devant un jury composé d'un professionnel et du directeur du Mastère
- sessions en juin et septembre
- coût : 8000 € (UE), 10000 € (hors UE) pour 350 h. d'enseignements théoriques.

www.masteremas.eu

La « Phood industrie »

Oui, nous avons bien écrit Phood ! Il s'agit d'un néologisme pour évoquer la catégorie hybride des aliments santé : « phood » est issu de la contraction de *pharmaceuticals* (médicaments) et de *food* (aliments).

La relation alimentation santé : une dynamique à 3 composantes

1. le consommateur : son mode d'alimentation a changé et il réclame une offre santé.
 2. l'industriel : il est obligé d'innover constamment et de se différencier.
 3. les professionnels de la santé et les scientifiques : ils se retrouvent face à de nouvelles pathologies (diabète, maladie cardio-vasculaire, cancer, obésité...) où l'hygiène alimentaire est primordiale.
- Ainsi l'innovation, le marketing et la santé publique se combinent dans l'enseignement du Mastère Marketing Alimentation Santé de l'ESC Dijon qui se positionne au centre des problématiques industrielles nutritionnelles.

Les métiers de la Phood industrie

La double compétence marketing/scientifique est recherchée pour les fonctions de chef de projets et de chef de produits en recherche et développement, vente/marketing, métiers de conseil et de communication. Ceci concerne :

- les entreprises de l'industrie agroalimentaire, l'alimentation animale, la restauration collective, la grande distribution, la parapharmacie (phytothérapie, diététique, nutrition)
- l'industrie pharmaceutique (compléments alimentaires) et probiotique
- les entreprises du thermalisme, du bien-être, de la cosmétique et de la nutraceutique.
- les agences de communication, les cabinets de conseil, les organismes institutionnels, de santé publique et les centres de soins.

* Le Mastère Marketing Alimentation Santé est conforme à la charte de la Conférence des Grandes Écoles. Le Mastère MAS permet de valider la 6^e année de Pharmacie option industrie, selon la convention passée avec chaque UFR de Pharmacie.