



Jérôme Guibourgé

cmio@orange.fr

- Dr en Sciences du langage, sémiotique, mention très honorable avec félicitations
- Chercheur associé au CeReS (EA3648), Université de Limoges
- Expériences : 35 ans comme consultant, 25 comme enseignant, 20 comme chercheur
- Coach certifié N7

C U R R I C U L U M V I T A E - S E P T E M B R E 2 0 2 3

Compétences :

- Enseigner, apprendre à apprendre, apprendre à chercher (veille), apprendre à anticiper (prospective)
- Organiser, développer et suivre des partenariats
- Recruter et évaluer (jury), formation Initiale & continue (L3, Master I & II, et MBA)
- Management de projet long et court, Coaching d'étudiants
- Analyse de discours visuels et textuels, amélioration de la pertinence et de la cohérence du sens
- Communiquer et présenter

Enseignements : expériences en cours et passées

- 2023 CNAM, formation continue M2 : accompagnement et supervision de mémoires marketing
- 2009-2024 IAE-IEMN (Nantes Université), formation initiale M2 : Sémiologie appliquée à la communication - 2023 Veille & l'analyse stratégique
- 2005-2024 Audencia, formation initiale M2 : Sémiologie appliquée à la communication - 2023 cours & atelier de Prospective, la fabrique des scénarios
- 2019-21 CNAM, formation continue M1, M2 : cours & atelier de Prospective, la fabrique des scénarios - supervision de projets de groupe - accompagnement, supervision et correction de mémoires.
- 2005- EDNA (École de Design de Nantes Atlantique), formation initiale L1-2-3, M1-M2 : Introduction à la sémiotique, Sémiotique du design graphique, du design de produit et de transport, Sociologie de l'utilisateur, Management de projet, Positionnement de projet - Semiotics of graphic, product and retail designs (Lecture in English, international audience), accompagnement et supervision de mémoires
- 2008 Audencia (Nantes) formation initiale M2 : Semiotics and marketing (2008 & 2009 Lecture in English, international audience).
- 2009-13 Hanoi Université (Vietnam), formation continue M2 : Sémiotique & stratégie marketing.
- 2010-13 ISEG (Nantes), formation initiale M1, M2 : Planning stratégique et contenu de marque, Introduction à la sémiotique - L1-2, Sémiotique visuelle & politique de communication.
- 2011-13 IAE-IGR (Rennes Université), formation initiale M1, M2 : Introduction à la sémiotique, Sociologie de l'utilisateur, Sémiotique visuelle & politique de communication.
- 2012-13 Limoges Université, Sciences du langage, formation initiale M1, M2 : Management de projet, Sémiotique, marketing & communication.
- 2011-12 ESCP (Paris) formation continue M2 : Sémiotique, identité & image de marque.
- 2011-12 Limoges Université, Language sciences, formation initiale M2 : Sémiotique, identité & image de marque.
- 1992-98 ECV (Paris), formation initiale L1-2-3, M1 : Packaging, Logotype, identité, système identitaire & image de marque.

Formation :

- 2018 Coach certifié RNCP N7, EMCC, Linkup coaching, coaching professionnel.
- 2012 CNU qualification, section 7, Sciences du Langage.
- 2012 Chercheur associé au CeReS, laboratoire universitaire de sémiotique (EA3648), Limoges.
- 2009 Docteur en Sciences du Langage, sémiotique, Université de Limoges, *mention très honorable et félicitations du jury*, Titre de la thèse "Analyse sémiotique de l'humour en publicité" - Limoges Université, Sciences Humaines - CeReS - directeur de thèse Jacques Fontanille - jury : Denis Bertrand, Professeur à l'Université Paris 8, rapporteur ; Marc Bonhomme, Professeur à l'Université de Bern (Suisse), rapporteur, Jean-Jacques Boutaud, Professeur à l'Université de Bourgogne, Président ; Jacques Fontanille, Professeur à l'Université de Limoges.
- 2005 M2 professionnel en sémiotique & planning stratégique, Université de Limoges *avec mention*. Directeur du mémoire Jacques Fontanille, Professeur à l'Université de Limoges, titre "Les instances de l'énonciation en communication humanitaire" (illustré par 20 ans de publicités Médecins du Monde).
- 1992 équivalent M1 en Information et Communication, IEDEP (Institut d'Études et de Développement pour l'Éducation Permanente), Montlhéry.
- 1991 Bachelor en Sciences Humaines (linguistique, sociologie, ethnologie, psychologie, philosophie) orientation sociologie de la culture, Université de Paris X Nanterre.
- 1983 Design graphique, Académie Charpentier, Paris.
- Bonne connaissance et pratique de l'environnement informatique : Adobe Indesign, photoshop & Illustrator, Acrobat, Microsoft Word, Powerpoint, Excel, Keynote, Xmind

Publications :

- 2022 en anglais : Design and semiotics <hal-03611579>, Semiotics applied to advertisements <hal-03602699>, Semiotics : about logo, identity and brand image <hal-03587299>, The corporate values for design, branding and strategy <hal-03517864>, Branding and strategy : about corporate values <hal-03518177>
- 2020 Design phase 1, améliorer sa conception, Academia-L'Harmattan, Paris.
- 2018 "E-commerce et le processus de fabrication de la signification" in *E-commerce, comment concevoir, réaliser et piloter votre site*, ouvrage collectif sous la direction de Jean-éric Pelet, Dunod, Malakoff.
L'humour en publicité, analyse sémiologique, Académia, Louvain-la-Neuve.
- 2017 "Humour" in *Abécédaire de la contemporanéité*, ouvrage collectif sous la direction de Christiane Legris-Desportes et Ferenc Fodor, Académia, Louvain-la-Neuve.
"Comment le design intuitif communique-t-il ?" in Journal MEI n°40, *Design et communication*, L'Harmattan, Paris (CNL, CNU, AERES).
- 2015 "L'entreprise entre valeurs techniques et sociales" in *La valeur en sémiotique*, ouvrage collectif sous la direction d'Amir Biglari, L'Harmattan, Paris.
- En anglais : How semiotics can help designer to conceive innovation strategies ? <sic_01135984>
- 2012 "How workers and androids can build a collective actant ?", RIN n°4 (Digital Interfaces journal), *Being with humanoid robots. Relationship. Reciprocity. Receptivity ?* Co-directed by Didier & Stephanie Walsh Tsala Effa Matthews, scientific journal published by Hermes-Lavoisier led by Benedict and Nicole Drouillat Pignier. (submitted).
- 2011 "Humour and strategy : a case study, the Volkswagen ads", collective work under the leadership of Jean-Jacques Boutaud, collection Mondes marchands, éd. Au bord de l'eau. (paper accepted, non-published work).
- 2010 "Objet, culture, valeur et marque" in Journal MEI n°31, *Objets et communication*, L'Harmattan, Paris (CNL, CNU, AERES).

- 2009 “Humour, semiotics and rhetoric in advertising for health”, *NAS (New Acts Semiotics)*, University of Limoges, digital online publication (<http://revues.unilim.fr/nas>)
“Humour & ethics in Advertising”, “Humour and taboo in advertising for health”, *Digital Archive of the CNRS, National Center for Scientific Research (@rchiveSIC)*

Conférences :

- 2013 “Perspective sémiotique sur la restauration nomade en zone urbaine, nouvelles tendances”, EESAB, Audience : designers.
- 2012 “Le dilemme de l’humour en publicité”, 10th Congress de l’AISV 2012 (International Association of Visual Semiotics), Buenos Aires, Argentina, 4-8 September 2012. Thème : le dilemme. Audience : sémioticiens.es.
- 2011 “Agir : la valorisation, de la signification à l’action”, *Les Rencontres de Sophie*, Université populaire, Le Lieu Unique, Nantes. Forum Philosophique sur le thème “Agir” avec Marc Pavlopoulos, Sylvie Courtine-Denamy, Emmanuel Barot, Bertrand Saint-Sernin, Gilles Geneviève, Gilbert Hottos, Jean Blaise, Bernard Stiegler, Yves Michaud, Fabienne Brugère... Audience : tout public.
- 2010 “L’Autre, entre tabou, éthique et humour”, *Les Rencontres de Sophie*, Université populaire, Le Lieu Unique, Nantes. Forum philosophique sur le thème “L’Autre” avec Régis Debray, Jean-Marc Ferry, Françoise Héritier, Patrick Lang, Michela Marzano, Robert Misrahi, Joëlle Proust, Myriam Revault d’Allonnes, Jean Schneider... Audience : tout public.

Expériences professionnelles :

- 2018-2021 Coaching professionnels de dirigeants et pour l’association 60000 Rebonds
- 2005-2020 Brand content doctor, expertise sémiotique et prospective pour : Afipeb, Axa, Bébé Confort, Célio meubles, CRBN (Conseil Régional de Basse-Normandie), Dexia, Eurial, GDF, La Croix Rouge, La Ligue Contre le Cancer, Macif, Macsf, Maxi Cosi, Médecins du Monde, MGEN, Ouest-France, PromoPSE, Rennes, Rennes Métropole, SCET, SFR, Stereolux...
- 1999-2007, Cryptoésie, fondateur, associé et directeur, SARL, agence de communication 360° : conception, création et réalisation (logos, éditions commerciales et corporates, événements), expertise sémiotique, recommandations stratégiques.
- 1999-2005, MVD, fondateur, associé et directeur, SARL, éditions de catalogues et de salons.
- 1994-1999, consultant (Bachelor 1991-1994), analyse sémiotique : Airwick, Alternatives économiques, Amora, Apple, Auga, Bull, Cégétel, Euromaster, GDF (x2), EDF, Gruau, Heudebert, INPES, le 7, Legallais-Bouchard, Molypharm, Peugeot International, Peugeot France, PromoPSE, SFR, Suroy, TamTam, Wizard... Various missions in graphic design : design and creation of brochures, flyers, logos and packaging
- 1989-1991, Stone Age, Directeur de la communication, SSII (ordinateurs et progiciels pour médecins). Mission : création de noms, animation des équipes, communication externe (brochures, flyers, packaging, newsletter...), partenariat médecins et R&D, positionnement des produits et stratégie corporate.
- 1988-1989, Design strategy, DA (directeur artistique), agence de communication corporate & packaging.
- 1986-1988, Concept groupe, DA, agence de communications 360°
- 1983-1986, Desgrippes & associés, assistant DA, agence de design, image de marque, packaging et design produit.