

Iscom (Eduservices) : « Faire en sorte que nos communicants aient leur grande école » (C. Grassaud)



© Camille Bigot

« Notre ambition d'ici 2035 est de devenir l'école de communication référente en Europe et de s'installer comme leader sur l'industrie 5.0 et l'information. Nous souhaitons faire en sorte que nos communicants aient leur grande école au même titre que les ingénieurs ou les managers », déclare Caroline Grassaud , DG de l'Iscom, le 22/01.

L'école possède la certification Qualiopi et compte trois certifications RNCP de niveau 6 et 7. L'une d'elles, « Manager de la création et du design de marque », de niveau 7, est en cours de renouvellement avec trois nouvelles options : créations digitales, création publicitaire et design de marque. Une dernière certification de niveau 7, « Manager de la communication et du marketing digital », est elle en cours de dépôt.

Interrogée sur l'acquisition de visas et des grades, reconnus par le MESR , Caroline Grassaud répond : « C'est une démarche à laquelle nous réfléchissons et qui est importante. Aucune école de communication n'est aujourd'hui visée, sauf l'école rachetée par Audencia à Nantes. Cela fait partie de l'émergence de la filière communication et de ces métiers. »

Créée en 1986, l'Iscom compte 10 campus en France et des programmes joints à New York, Barcelone et en Caroline du Sud. Elle compte 100 universités partenaires - dont 25 sont accréditées par des organismes internationaux, dans 37 pays. Avec 4 800 étudiants actuellement, l'Iscom vise les 7500 étudiants en 2030.

« La rentrée 2024 a été un tournant pour l'école. Nous avons eu une croissance de 70 % sur le recrutement de nos étudiants

externes et de 15 % sur notre effectif global. C'est une croissance que nous n'avions jamais eue par le passé. » Pour ce faire, l'école a mis en place une ouverture ciblée de l'alternance en M1 , et multiplié ses voies d'admission.

Réforme de la pédagogie : « Aller du plus généraliste au plus spécialisé » (P. Gisclon)

L'Iscom réforme sa pédagogie. « Nous avons structuré nos programmes en trois grandes branches : le développement personnel, professionnel et l'insertion professionnelle », déclare Philippe Gisclon , directeur de la marque. « Notre parcours de formation va aller du plus généraliste au plus spécialisé pour accompagner les étudiants dans une montée en compétences progressive. »

« La pédagogie repose sur différents éléments, le face-à-face pédagogique, qui est la transmission de connaissances et compétences, et tous les workshops d'application. À cela s'ajoute une dimension de e-learning. Les étudiants auront besoin tout au long de leur carrière de continuer à se former. Nous essayons donc de les habituer à l'auto-formation », dit-il.

Cette réforme s'appuie sur quatre grands piliers : management et stratégie, créativité, international, technologies et digital.

Un accompagnement renforcé dès le lycée

« L'Iscom fait le choix de travailler avec des jeunes avant même qu'ils intègrent l'école, puisque nous les accompagnons dès la Première. Nous avons un enjeu de présentation et d'acculturation aux métiers de la communication, qui sont souvent méconnus ou mal connus », ajoute Philippe Gisclon.

Ainsi, l'école propose un soutien de recherche de stage et des ateliers CV à destination de Première et de Terminale. Elle organise également une journée de l'orientation et des 350 métiers de la communication. Une fois à l'école, les élèves bénéficient de semaines d'immersion professionnelles et peuvent choisir neuf cours électifs sectoriels dédiés aux industries d'avenir depuis la rentrée 2024.

« Ces électifs portent sur des secteurs au sein desquels il ya des perspectives d'emploi et où il est important de comprendre le rôle particulier du communicant dans l'écosystème », indique-t-il.

Les nouvelles voies d'admission depuis la rentrée 2024

L'Iscom propose depuis septembre 2024 :

- une rentrée décalée en janvier pour les B1 et une entrée possible en B2 ;
- une poursuite d'étude en alternance en B3 pour des profils issus de BTS ;

- un M1 et M2 hybride destinés aux profils issus d'écoles de droit, de commerce ...
- un M1 et M2 en programme joint avec l'INSA Barcelone.

Développement de nouveaux programmes

L'école propose six programmes de bac+3 et 13 programmes bac+5. « Nous avons développé de nouveaux programmes bac+5 et parfois innové au sein de nos programmes existants afin qu'ils répondent aux nouveaux attendus professionnels », précise le directeur de marque.

Ces nouveaux programmes sont au nombre de cinq :

- le M2 créations digitales, UX design et brand experience ;
- le M2 management des RP et de l'influence ;
- le M2 marketing digital, e-business, et retail media ;
- le M2 planning stratégique, publicité, et médias ;
- et le M2 marque corporate, RSE et communication interne.

Les innovations pédagogiques de l'école

« Faire comme si l'étudiant était déjà en agence de création » (C. Grassaud)

L'Iscom rappelle également l'existence de plusieurs dispositifs pédagogiques, dont l'objectif est de développer la créativité des étudiants. Parmi eux, « Le Quatre », créé par Olivier Desmettre en 2019. « Il s'agit d'une formation dédiée aux métiers de la formation de la création publicitaire conçue par un professionnel. L'idée est de faire comme si l'étudiant était déjà en agence de création », détaille Caroline Grassaud.

La formation est dispensée par des professionnels. Les étudiants travaillent sur des briefs réels en milieu professionnel, sur tous types de formats. Ils partagent des projets avec des associations et des start-up.

« Nous avons décidé de diffuser cette pédagogie innovante et performante dans toute l'école avec le parcours Talents créatifs depuis septembre 2024. Tous les étudiants de la 1ère à la 5e année en bénéficient », ajoute la directrice.

« Distiller une culture créative tech et digitale à tous nos étudiants » (C. Grassaud)

« Nous voulons distiller une culture créative tech et digitale à tous nos étudiants », indique Caroline Grassaud.

« Il faut qu'ils maîtrisent les outils de plus en plus nombreux, complexes, et essentiels pour que leur stratégie de communication soit performante. »

Pour ce faire l'école a signé un partenariat avec Adobe en décembre 2024. « Nous sommes le premier Adobe creative campus en France. La communauté des campus est vaste, et s'étend en Amérique et en Asie. Nos étudiants sont formés aux outils Adobe et cela nous permet également de faire une veille technologique puisque nous travaillons à des modules pédagogiques avec Adobe directement », dit-elle.

Elle compte également un partenariat en lien avec la Adtech (les métiers de l'achat de publicités en ligne), avec The Trade Desk en janvier 2024. Les étudiants reçoivent des cours en « digital ads » dispensés par des formateurs de The Trade Desk, et sont certifiés.

Enfin, pour la rentrée de septembre 2025, l'Iscom développe un module sur les technologies du marketing, « qui sont extrêmement nombreuses. »

Lancement d'un module dédié aux soft skills du communicant

L'Iscom lance un module dédié aux soft skills en communication, conçu par des chercheurs et lab ENS en neurosciences et sciences cognitives.

« L'école, soutenue par le groupe Eduservices, a investi dans ce module, construit sur notre référentiel de compétences et sur nos trois titres RNCP », ajoute Caroline Grassaud.

Les cinq soft skills développés via le module sont l'empathie, la prise de parole en public, la créativité, l'influence et l'esprit de synthèse.

700 000 € par an dans la recherche appliquée

« Nous investissons beaucoup dans notre propriété intellectuelle, à la fois dans nos titres RNCP, mais aussi dans la recherche appliquée, avec 700 000€ par an », déclare Caroline Grassaud. L'Iscom dispose de six directeurs scientifiques, qui dirigent chacun de ses six programmes, représentant les grands domaines de la communication :

- marketing, stratégies de marque et publicité ;
- événementiel, influence et réputation ;
- création digitale et design de marque ;
- création publicitaire ;
- communication internationale ;
- communication et marketing digital.

« Nous avons aussi un conseil scientifique par campus. Ils nous permettent de bien comprendre les dynamiques de l'emploi sur chaque territoire », ajoute-t-elle.

L'Iscom a publié un Green Design Manifesto en octobre 2024, qui traite de la durabilité des marques.

« Notre ambition est de nous ouvrir encore davantage au monde » (C. Grassaud)

« Notre ambition est de nous ouvrir encore davantage au monde », estime la directrice. Pour cela, l'école :

- a créé une plateforme de recrutement à l'international, nommée My French degree ;
- développe des projets de doubles diplômes à l'international afin de passer de 3 000 à 10 000 alumni à l'étranger ;
- souhaite collaborer davantage avec des écoles de production créative et digitale.

55 % d'alternants : « Nous ne souhaitons pas que cet équilibre aille plus loin » (C. Grassaud)

L'Iscom accueille aujourd'hui 55 % d'alternants. « Nous ne souhaitons pas que cet équilibre aille plus loin », indique la directrice.

« L'Iscom est une école professionnalisante : nous avons développé l'apprentissage car il y avait une demande des étudiants. Nous connaissons tous le succès de l'apprentissage, l'accessibilité pour des étudiants qui n'auraient pas pu faire des études supérieures et l'impact sur le taux d'emploi. »

« Nous n'avons pas de boule de cristal, donc nous nous adapterons. Nous attendons que le PLF soit voté et que le décret soit publié », ajoute-t-elle.

Selon Philippe Gisclo, l'école a pris soin de conserver dans le schéma des études des options qui permettent aux étudiants de choisir s'ils veulent travailler dans une formation initiale ou une alternance.

« Nous n'avons jamais fermé de porte aux différents modèles de financement. À l'inverse, si les financements doivent évoluer, certaines voies prendront plus d'importance. C'est équilibré », dit-il.

3,5M€ investis dans la rénovation des campus

« Le campus de Paris est le navire amiral, créé en 1986. Ces quatre dernières années nous avons ouvert trois campus à Bordeaux, Rennes et Nice. 3,5M€ ont été investis depuis 2021 pour rénover nos campus », indique Caroline Grassaud.

« Notre dernier campus, celui de Bordeaux, s'étend sur 2 400m². Il est éco-conçu avec des panneaux solaires, un toit végétalisé avec des coquilles d'huitres d'Arcachon. »

40 salles de classe co-modales et 10 labs créatifs se répartissent sur l'ensemble de ses campus.



Caroline Grassaud

- Directrice d'Iscom Paris @ Institut Supérieur de Communication (ISCOM)

Consulter la fiche dans l'annuaire

Parcours

Depuis décembre 2023

Institut Supérieur de Communication (ISCOM)

Directrice d'Iscom Paris

Depuis décembre 2016

Eduservices

Membre du conseil d'administration

Novembre 2018 - août 2023

Vision RT

Vice-présidente Finance et business développement

Septembre 2013 - octobre 2018

Nomura International

Banque d'investissement - « Healthcare »

Août 2012 - décembre 2012

BNP Paribas

Banque d'investissement - « Utilities »

Établissement & diplôme

2008 - 2013

EMLyon Business School

Master, Corporate Finance, Management, Law