

L'Iscom adapte ses programmes aux nouvelles technologies et veut devenir "la grande école des communicants"

"Nous voulons faire en sorte que les communicants aient leur grande école au même titre que les ingénieurs et les étudiants d'école de commerce", déclare Caroline Grassaud, directrice de l'Iscom, lors d'une conférence de presse le 22 janvier 2025. Près de deux ans après son arrivée à la tête de l'Iscom, avec Philippe Gisclon, directeur de la marque, la responsable de l'établissement fait le point sur le développement de l'école et ses ambitions. En raison de l'évolution des métiers de la communication, l'école annonce également le remaniement de certains de ses programmes.



L'Iscom espère atteindre les 7500 étudiants d'ici 2029. Iscom

La rentrée 2024 a été "un tournant pour l'école", relate Caroline Grassaud lors d'une conférence de presse le 22 janvier 2025, "avec une croissance que l'on n'avait jamais vue par le passé". En effet, l'effectif global de l'établissement a augmenté de 15 % en un an, passant de 4 170 étudiants à 4 800. "Notre objectif est d'atteindre les 7 500 étudiants d'ici à la rentrée 2029", souligne la directrice, qui rappelle que l'Iscom possède 10 campus en France. Nommés tous deux en septembre 2023, Caroline Grassaud, directrice, et Philippe Gisclon, directeur de la marque, ont présenté les ambitions et les nouveautés de l'Iscom.

Ouverture ciblée à l'alternance en 4e année

Caroline Grassaud explique cette hausse des effectifs par plusieurs axes stratégiques développés au cours des dernières années, notamment avec l'ouverture de nouveaux parcours, comme la rentrée décalée en première année et la procédure d'admission en deuxième année, mais également l'ouverture ciblée à l'alternance en quatrième année.

Ce désir de croissance est issu d'une réflexion sur l'évolution des métiers de la communication et des futurs besoins. "Il y a 20 ans, il y avait 15 métiers de la communication. Aujourd'hui, il y en a plus de 350. Le gros moteur de cette évolution, c'est le digital", expose Caroline Grassaud, qui insiste sur les chiffres suivants : en 2023, près de 36 milliards d'euros ont

été investis dans le secteur de la communication en France, qui représente plus de 400 000 emplois. "On a besoin de marketing et de communication pour avoir des entreprises performantes et compétitives en Europe et dans le monde. Le directeur de la communication d'une entreprise est désormais devenu le bras droit du CEO", estime-t-elle.

LeS compétences du communicant évoluent

Si le monde évolue, les compétences du communicant aussi. "En 2030, il devra maîtriser la stratégie, la créativité et l'authenticité humaine. Nous devons donc beaucoup insister sur les soft skills. Il y a également des défis éthiques forts avec l'IA, les données et les deepfakes", prévient celle qui a travaillé plus de dix ans à Londres pour Nomura et Vision RT. "Notre métier change, donc nous devons former des stratèges créatifs pour créer de la croissance", explique à son tour Philippe Gisclon.

Il ajoute : "Nous devons également les amener vers la professionnalisation. C'est un secteur avec énormément de métiers d'avenir, tous n'auront pas les mêmes carrières et c'est à nous de les orienter vers ces métiers". L'école vise un objectif de "0 erreurs d'orientation et de 100 % d'insertion professionnelle". Ainsi, des transformations profondes visent les attendus des diplômés, ce qui a conduit l'Iscom à repenser sa pédagogie et ses programmes.

Une refonte des programmes

"Nous avons analysé les compétences attendues sur le marché afin de refondre le socle des compétences en conséquence", raconte Philippe Gisclon. Quatre compétences clés transversales ont alors été établies : la vision stratégique, la créativité, les technologies et l'international. Par la suite, une nouvelle offre de formation a vu le jour avec une meilleure lisibilité et accessibilité des métiers, une personnalisation du parcours et une spécialisation progressive. Si les deux premières années des six bachelors proposés par l'école sont d'abord plutôt généralistes et permettent de "s'orienter progressivement", la troisième bascule vers une maîtrise "beaucoup plus opérationnelle des choses", avance Philippe Gisclon. Par la suite, les étudiants peuvent choisir entre 13 programmes bac+5. Parmi eux, plusieurs nouveautés en adéquation avec les évolutions du métier :

- planning stratégique, publicité et médias
- marque corporate, RSE et communication interne
- marketing digital, e-business et retail media
- créations digitales, UX design et brand experience

Technologies et soft skills au programme de tous les étudiants

Par ailleurs, les étudiants de l'Iscom sont tous formés à diverses technologies pour "cultiver leur culture tech et digitale". Depuis janvier 2024, ils sont aussi formés aux advertising technologies, ce qui leur permet de maîtriser la programmation et d'avoir des cours en "digital ads", dispensés par The Trade Desk. En décembre 2024, l'Iscom est devenu le premier Adobe Creative Campus en France.

"Nos étudiants sont formés à l'ensemble des outils Adobe, cela nous permet de faire une veille technologique", se réjouit Caroline Grassaud. Enfin dès septembre 2025, des cours sur les technologies du marketing seront déployés pour que les étudiants "puissent les intégrer dans leurs stratégies de communication et de création", complète la directrice.

Quant aux soft skills, l'Iscom lance un module dédié à leur apprentissage, une première en France selon l'école. Ce module, conçu par des chercheurs en collaboration avec l'ENS, est construit sur les référentiels de compétences de l'établissement. "L'empathie, la prise de parole en public, la créativité, l'influence et l'esprit de synthèse. "Les soft skills sont le premier critère de différenciation pour les recruteurs à diplôme égal mais sont pourtant sous-enseignées et peu évaluées par l'ESR en France", déplore Caroline Grassaud. "L'ambition de l'Iscom c'est de transformer l'enseignement, l'évaluation et la valorisation des compétences comportementales ainsi que de mesurer l'impact sur la pédagogie et sur l'employabilité", déclare-t-elle. Ce module sera enseigné dès septembre 2025.

"La grande école" des communicants

Si l'Iscom prévoit d'avoir 7 500 étudiants d'ici cinq ans, elle espère également devenir "l'école de communication référente en Europe", d'après les deux dirigeants. Elle entend s'ouvrir "encore plus" au monde, avec la création d'une plateforme de recrutement d'étudiants à l'étranger, *My French Degree*. L'objectif : passer de 3 000 à 10 000 alumni à l'étranger. Surtout, l'Iscom souhaite "faire en sorte que les communicants et marketeurs aient leur grande école, au même titre que les ingénieurs et les étudiants en école de commerce. La communication ne s'apprend pas en six mois, c'est un métier complexe et précis. Le marché de la formation de la communication est fragmenté, mais il faut une formation en cinq ans", martèle Caroline Grassaud.

Pour autant la directrice n'explique pas clairement si l'école tentera d'être admise dans la CGE. Ni si elle compte obtenir des visas : "il n'y a aucune école de communication visée sauf celle rachetée par Audencia. Cela fait partie des réflexions que nous avons mais c'est sans doute important si l'on veut que la France maintienne son investissement dans les métiers de la communication en Europe", conclut-elle.

Formations - Diplômes (<https://www.aefinfo.fr/rubrique/21154>) Gouvernance - Stratégie - Politique de site

(<https://www.aefinfo.fr/rubrique/21161>) Grandes écoles - CPGE (<https://www.aefinfo.fr/rubrique/21155>) Pédagogie -

Numérique (<https://www.aefinfo.fr/rubrique/21159>)

CONTACTER LE JOURNALISTE



SUIVRE CE SUJET

 @AEFSUPRECHERCHE ([HTTPS://X.COM/@AEFSUPRECHERCHE](https://x.com/@AEFSUPRECHERCHE))

Dépêche n° 725074  5 min de lecture

Par Mossane Faye Publiée le 28/01/2025 à 16h27

À LIRE AUSSI

FORMATION PROFESSIONNELLE



Le groupe d'enseignement privé Éduservices devient actionnaire majoritaire de L'École française

 LIRE LA SUITE

(<https://www.aefinfo.fr/depeche/672521-le-groupe-d-enseignement-privé-eduservices-devient-actionnaire-majoritaire-de-l-ecole-française>) (<https://www.aefinfo.fr/depeche/670012-l-iscom-veut-se-rendre-plus-visible-ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR>)



L'Iscom veut se rendre "plus visible", toucher de nouveaux publics, et "ne pas se laisser distancer sur le métavers"

+ LIRE LA SUITE

toucher-de-nouveaux-publics-et-ne-pas-se-laisser-distancer-sur-le-metavers)
FORMATION PROFESSIONNELLE



Création d'une association "Entreprises éducatives pour l'emploi", présidée par Philippe Grassaud (Eduservices)

[+ LIRE LA SUITE](#)

(<https://www.aefinfo.fr/depeche/640527-creation-d-une-association-entreprises-educatives-pour-l-emploi-presidee-par-philippe-grassaud-eduservices>) (<https://www.aefinfo.fr/depeche/725347-l-edition-2025-du-cahier-de-coursus-et-insertion>)



L'édition 2025 du "Cahier de tendances de l'ESR" d'AEF info est en ligne !

[+ LIRE LA SUITE](#)

(<https://www.aefinfo.fr/depeche/725198-un-quart-des-neo-bacheliers-tendances-de-l-esr-d-aef-info-est-en-ligne>) (<https://www.aefinfo.fr/depeche/725198-un-quart-des-neo-bacheliers-coursus-et-insertion>)



Un quart des néo-bacheliers inscrits dans le supérieur en 2019 sont sortis du système sans diplôme en 2022 (Sies)

[**+** LIRE LA SUITE](#)

inscrits-dans-le-supérieur-en-2019-sont-sortis-du-système-sans-diplome-en-2022-sies)
CURSUS ET INSERTION



L'Iscom adapte ses programmes aux nouvelles technologies et veut devenir "la grande école des communicants"

+ LIRE LA SUITE

(<https://www.aefinfo.fr/depeche/725074-l-iscom-adapte-ses-programmes-aux-nouvelles-technologies-et-veut-devenir-la-grande-ecole-des-communicants>)

À DÉCOUVRIR

ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR



L'université de Caen Normandie crée sa fondation "1432" et annonce avoir levé 1 M€

+ LIRE LA SUITE

(<https://www.aefinfo.fr/depeche/725394-l-universite-de-caen-normandie-cree-sa-fondation-1432-et-annonce-avoir-leve-1-m>) (<https://www.aefinfo.fr/depeche/725382-pour-la-cour-des-comptes-le-plan-d-investissement-dans-les-POLITIQUES-DE-L'EMPLOI>)



Pour la Cour des comptes, le Plan d'investissement dans les compétences n'a pas atteint ses objectifs

+ LIRE LA SUITE

competences-n-a-pas-atteint-ses-objectifs) (<https://www.aefinfo.fr/depeche/724961-pres-de-la-moitie-des-competences-n-a-pas-atteint-ses-objectifs>)
AEF DATA SUP-RECHERCHE



Près de la moitié des recours administratifs porte sur des décisions relatives à la scolarité ou aux admissions (2019-2023)

[+ LIRE LA SUITE](#)

recours-administratifs-porte-sur-des-decisions-relatives-a-la-scolarite-ou-aux-admissions-2019-2023)