

CONSTRUIRE L'ISCOM DE 2030

DEVENIR L'ÉCOLE DE COMMUNICATION RÉFÉRENTE EN EUROPE

À l'occasion de sa conférence de presse du mercredi 22 janvier 2025, l'ISCOM, école leader dans le domaine de la communication a réaffirmé son ambition de former des stratèges créatifs capables de transformer les entreprises et la société, grâce à un parcours personnalisé et professionnalisant. Forte de ses 38 ans d'expertise, l'école a dévoilé ses actualités, ses projets et sa vision d'un secteur en pleine expansion qui doit faire face à l'évolution radicale et accélérée des compétences et des métiers. Par son positionnement, ISCOM s'engage à ce que les communicants et les marketeurs aient leur grande école, au même titre que les ingénieurs et étudiants d'écoles de commerce.

Réaffirmer son leadership : l'ISCOM, l'école de référence pour un secteur stratégique

L'ISCOM s'impose comme un acteur clé de la formation en communication, proposant un éventail de parcours du post-bac au bac+5 sur 10 campus en France. Avec plus de **4 800 étudiants** et un réseau de **24 000 alumni**, l'école accompagne chaque année ses talents pour intégrer les **350 métiers** de la communication, devenus essentiels à la transformation économique, sociale et écologique des entreprises.

Caroline Grassaud, Directrice ISCOM Paris, souligne : « La communication ne se limite plus à une fonction support supervisant la marque, la création ou la publicité. Ces dix dernières années, le Directeur de la communication et du marketing (« CMO ») est devenu un leader indispensable à la stratégie de l'entreprise. Cette évolution s'explique en grande partie par le fait que de nombreux CMO gèrent aujourd'hui l'ensemble du parcours client et supervisent toutes les fonctions en lien avec celui-ci, notamment l'expérience client, la stratégie, les ventes, les produits, les données, les technologies marketing et les analyses. Nos diplômés sont formés pour être des alliés stratégiques des CEOs, capables d'élaborer des stratégies performantes, de soutenir les objectifs globaux de l'entreprise et de piloter les grandes mutations sociétales, technologiques et environnementales. »

La filière communication est l'un des **premiers secteurs tertiaires en France**. Son évolution suit la nouvelle ère du commerce et de l'industrie 5.0, instituée par les nouveaux modes de consommation et les innovations technologiques. Reconnue filière stratégique depuis 2017(1), essentielle à la croissance, elle génère **plus de 400 000 emplois directs et indirects en France**. Face à ce constat, l'ISCOM dispose d'un rôle majeur dans le développement des futurs talents du secteur. Notes: (1) Contrat de la filière communication, février 2017.

Actualités et nouveautés : challenger l'avenir en anticipant les transformations de la filière communication

L'ISCOM poursuit son objectif d'offrir une formation toujours plus en phase avec les évolutions du marché :

L'architecture des programmes repensée, adaptée aux évolutions du secteur de la communication

L'ISCOM a effectué une réforme de sa pédagogie via une analyse des compétences attendues sur le marché fondé sur le "Find Your Match". L'objectif ? **0 erreur d'orientation et 100 % d'insertion professionnelle**. La nouvelle offre de formation connecte la génération Z aux réalités du monde professionnel en incluant les compétences clés générales et transversales. Structuré en trois blocs distincts - développement personnel, développement professionnel et insertion professionnelle, le schéma des études est actualisé en permanence et permet à l'étudiant de se spécialiser progressivement jusqu'à la 5e année. L'ISCOM propose désormais **6 Bachelors et 13 Programmes Bac+5** correspondants à des expertises métiers précises, préparant aux 350 métiers de la communication. **20 % des cours correspondent à des workshops d'application** : des mises en situation professionnelle, avec un accent sur les compétences stratégiques, technologiques et les core skills.

De nouveaux programmes

L'ISCOM enrichit son offre avec des formations repensées pour répondre aux mutations du secteur. Face à l'explosion de la création de contenus, deux nouveaux M2 sont ouverts : « Créations Digitales, UX Design » et « Brand Expérience et Management des RP et de l'Influence ». La transformation des modes de consommation et la digitalisation du commerce ont conduit au développement d'un M2 « Marketing Digital, E-business et Retail Media », véritable moteur de croissance pour les entreprises. L'essor de la data et l'automatisation de son traitement sont abordés dans un M2 « Planning Stratégique, Publicité et Médias ». Enfin, un nouveau M2 « Marque Corporate, RSE et Communication Interne » met en lumière les engagements des marques et entreprises, avec une vision globale intégrant durabilité, transparence et toutes les parties prenantes.

Des originalités pédagogiques qui reflètent l'excellence ISCOM

L'école, par son ADN, cultive la culture créative des étudiants avec, « **Le Quatre** » et le parcours « **Talent Créatif** » première formation dédiée aux métiers de la création publicitaire et au processus créatif « la big idea » conçue par un professionnel de la création où l'étudiant apprend de façon immersive et par des mises en situation réelles comme s'il était déjà en agence.

L'ISCOM accélère l'évolution de ses programmes pour anticiper les grandes mutations des compétences tech et digitales

L'objectif est de former des stratèges capables de maîtriser ces outils complexes et de répondre aux exigences des métiers de demain. En matière de création, l'école se positionne comme le premier campus créatif ADOBE en France, intégrant pleinement les enjeux des IA génératives dans ses enseignements. Sur le plan de la publicité en ligne, elle s'adapte aux bouleversements des AdTech en nouant un partenariat stratégique avec The Trade Desk, leader français du secteur et dirigé par un alumni ISCOM. Enfin, l'ISCOM met l'accent sur l'acculturation et l'intégration des technologies marketing (« MarTech »), devenues essentielles pour optimiser les stratégies de communication. Avec une explosion du nombre de logiciels, passant de 150 en 2011 à plus 14 000 en 2024.

L'ISCOM innove en lançant dès septembre 2025 le premier module dédié aux soft skills du communicant

Empathie, prise de parole, créativité, influence et esprit de synthèse. Conçu avec des chercheurs en neurosciences et sciences cognitives et «THE L.A.B.», reconnue technologie de rupture par le conseil de l'innovation de l'UE, ce programme répond aux attentes du marché de l'emploi, où les soft skills, encore sous-enseignées en France, sont un critère clé pour les recruteurs.

Une école connectée au monde

L'ISCOM renforce son rayonnement international grâce à plus de 100 partenariats académiques dans 37 pays, Erasmus+, ainsi que ses trois programmes joints avec le FIT à New York, Winthrop University en Caroline du Sud et INSA à Barcelone. L'école développe également son programme 100% en anglais, porté par un corps professoral international, pour offrir à ses étudiants une expérience véritablement globale.

Philippe Gisclon, Directeur de la marque et du campus de Lyon, ajoute : « Notre pédagogie repose sur l'adaptation constante : anticiper les besoins des entreprises, tout en cultivant les soft skills et les humanités indispensables à tout stratège en communication. »

Un engagement pour un avenir durable et responsable

L'ISCOM inscrit son développement dans une démarche éthique et responsable avec l'initiative « Positive Shift », visant à outiller les communicants pour des transformations positives. Cette approche se traduit notamment par des projets comme le Green Design Manifesto, qui réunit des étudiants et des professionnels autour de la réflexion sur le rôle des marques dans une société durable.

Les perspectives de l'ISCOM : renforcer l'influence de la communication

D'ici 2030, ISCOM a pour ambition de devenir l'école de communication de référence en Europe. Dans ce cadre, elle a pour objectif de :

- **S'ouvrir encore plus au monde**, en attirant les talents internationaux et en enrichissant les talents de la filière communication en Europe via MyFrenchDegree ; et en passant de 3 000 à 10 000 alumni à l'étranger par l'intermédiaire de doubles diplômes internationaux.
- **Valoriser la communication comme pilier stratégique** de la croissance des entreprises, en s'associant avec des écoles de production créative et digitale, permettant de former des communicants capables de piloter des projets complexes.
- **Poursuivre l'anticipation des mutations sectorielles**, grâce à des initiatives de recherche appliquée portée par 6 directeurs scientifiques et des collaborations renforcées avec des entreprises leaders.

À PROPOS DE L'ISCOM

ISCOM, l'Institut Supérieur de Communication et Publicité, est la 2ème école de communication en France, récemment classée comme le choix numéro un des employeurs par Le Figaro Étudiant en 2024.

ISCOM a construit son expertise depuis presque 40 ans sur le secteur de la communication, une filière d'intérêt stratégique avec 36 mds€ investis en France en 2023, 400 000 emplois et des profils métiers très recherchés. ISCOM prépare ses étudiants à plus de 350 métiers dans divers domaines – communication, marketing digital, publicité, événementiel, influence, création & IA et direction artistique grâce à un Programme Grande École en 5 ans, comprenant 6 parcours Bachelor et 13 MBA spécialisés.

Avec 10 campus en France et 3 campus partenaires à New-York, Barcelone et en Caroline du Sud, ISCOM compte 4 800 étudiants, 24 000 alumni, 4 000 entreprises, agences et médias partenaires et 95% d'insertion dans l'emploi à 12 mois.

ISCOM est membre de l'alliance Eduservices, leader français de l'éducation supérieure privée, qui vise à devenir la référence des écoles pluridisciplinaires en France avec plus de 45 000 étudiants insérés chaque année dans le monde professionnel.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.iscom.fr.