



DOSSIER / Formation

Les écoles de com s'ouvrent aux plus modestes

DIVERSITÉ La filière communication et les écoles privées, aux frais de scolarité élevés, prennent des initiatives en faveur de la diversité économique. Revue des dernières annonces sur le sujet.

GARANCE BAILLY

Tous les parents ne peuvent pas payer 5 000 à 7 000 euros de frais de scolarité pour une année. Ainsi, souvent, les écoles de communication privées nouent des partenariats avec des banques pour que leurs élèves aient accès à des prêts à des taux négociés ou disposent, a minima, d'un service de conseil financier. Certaines possèdent des fonds de solidarité pour les étudiants qui feraient face à des difficultés financières au cours de leur formation, d'autres sont associées à l'Institut de l'engagement afin d'intégrer des jeunes ayant effectué un service civique. Dans ce cas, la reprise d'études est financée par un partenaire de l'association présidée par Martin Hirsch. Si ces mesures existent depuis plusieurs années, quelques initiatives récentes en faveur de la diversité économique méritent d'être relevées.

CRITÈRES SOCIAUX ET GÉOGRAPHIQUES.

C'est le cas du programme « Iscom Diversité », créé en septembre 2022. Pour mener à bien cette initiative, l'école du groupe Eduservices s'est associée à l'agence de branding et de design Lonsdale, au cabinet de relations publics BCW, ainsi qu'à la société Tinder. Ces trois entreprises partenaires s'engagent sur le financement des années de formation (hors alternance) d'un étudiant boursier, et l'accompagnent tout au long de son cursus via des stages et des contrats d'apprentissage. Les entreprises peuvent aussi participer à l'équipement informatique des admis au programme. Également à la rentrée 2022, Audencia SciencesCom a ouvert le « parcours Sirius » à destination des bacheliers. Les frais de scolarité de ce programme de renforcement sur une année sont pris en charge par la fondation d'Audencia. Les bacheliers peuvent aussi solliciter une bourse de vie interne, attribuée sur critères sociaux et géographiques. Pour les étudiants du programme reçus en-



suite en bachelor, la formation peut être réalisée sous contrat d'apprentissage à partir de la deuxième année. Cela leur ouvre la prise en charge de leur scolarité par l'entreprise, tout en étant rémunérés.

Du côté des organisations professionnelles, le « programme IIN » a vu le jour en novembre 2021 sous l'impulsion de l'Association des agences conseil en communication (AACC), qui a noué un partenariat avec Les Déterminés, association d'accompagnement gratuit à l'entrepreneuriat, et Oreegami, centre de formation au marketing digital pour l'égalité des chances. Financé par l'opérateur de compétences Afdas, ce programme permet à des jeunes âgés de 18 à 25 ans, inscrits à Pôle

emploi et issus des quartiers prioritaires de Paris et sa banlieue, de se former aux métiers de la création (conception-rédaction, direction artistique, motion design...). Les 17 jeunes qui composent la première promotion ont suivi une Préparation opérationnelle à l'emploi collective (Poec), un dispositif de Pôle emploi, avant d'intégrer en février 2022 les agences membres de l'AACC avec des contrats d'apprentissage de douze mois. ■

RETROUVEZ
CET ARTICLE EN
VERSION AUDIO

