



DOSSIER FORMATION

UN AVENIR DÉSIRABLE EN ÉCOLE DE COM

Hybridation des programmes, nouveaux diplômes, ouverture de campus... Les écoles françaises de communication présentent des actualités réjouissantes pour leurs étudiants et futurs étudiants.

GARANCE BAILLY





L'ECS Paris ouvre à la rentrée prochaine, pour les élèves de 4^e année, un cursus brand content en alternance.

Les années covid ont obligé les écoles de communication à adapter en un éclair leurs cours en distanciel grâce au numérique. Depuis, elles ont retrouvé leurs élèves en présentiel et mettent le cap sur de nouveaux territoires, notamment géographiques. Parmi les grandes actualités de ce début d'année, le groupe EDH, propriétaire de l'Efap, regarde de l'autre côté de l'Atlantique et annonce faire l'acquisition de la Miami Ad School, école prestigieuse de création publicitaire implantée à Miami, New York, Atlanta et San Francisco, et présente dans le monde via un réseau de franchises, notamment en Amérique latine, en Europe (Berlin, Madrid), à Toronto, Mumbai, Sydney ou encore Colombo, au Sri Lanka. « Cette acquisition nous permet de continuer à internationaliser nos programmes, à proposer à nos étudiants des poursuites d'études innovantes et à multiplier les projets interdisciplinaires », énonce Agnès Ouhioun, directrice de la communication de l'Efap.

ANCRAGE RÉGIONAL. École de communication historique, fondée en 1961 par l'entrepreneur Denis Huisman, l'Efap poursuit en parallèle son expansion sur le territoire français. En septembre, elle partagera les locaux de sa cousine, l'école Brassart, du groupe EDH, dé-



diée à la création graphique et audiovisuelle, et proposera ainsi ses formations à Montpellier, Aix-en-Provence, Strasbourg et Toulouse. Fait notable ces deux dernières années, l'école a misé sur un ancrage régional : elle a ouvert deux MBA de communication spécialisés, l'un dans les vins et spiritueux à Bordeaux, l'autre dans la gastronomie à Lyon. Bien d'autres écoles suivent cette stratégie du maillage territorial, à l'instar de Sup de Pub et de l'ISCPA, qui poseront leurs valises à Rennes à la rentrée 2023, ou encore de Sup de Com, qui va ouvrir cinq nouveaux campus à Caen, Le Mans, Lille, Toulouse et Grasse. On peut noter que Sup de

Com s'est distinguée en septembre 2020 avec la création de l'un de ses premiers « *bachelor passion* » à Bordeaux, sur la communication autour de la culture du skateboard, et ce, alors que la ville réhabilite un skatepark sur ses quais en vue des JO 2024.

Car les directions des écoles développent en permanence de nouveaux programmes, en phase avec les attentes du marché, comme l'exigent les diplômés inscrits au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP). On peut citer l'ECS Paris, école de communication du groupe Mediaschool (propriétaire de *Stratégies*), qui ouvre, à la rentrée

prochaine pour les élèves de 4^e année, un cursus en brand content, en alternance. « *L'objectif est d'apprendre à nos étudiants comment concevoir et piloter une stratégie de contenu de marque en tant que brand content manager* », développe Anne-Sophie Bes-Ferron, directrice de l'école. L'ECS Paris proposera également, toujours à destination des 4^e année, une nouvelle formation au business des médias pour « *accompagner les étudiants à la découverte du marché des médias qui est en constante évolution* », poursuit la directrice, ceci dans un objectif d'employabilité en régie commerciale des futurs diplômés.

Dans l'offre pléthorique des écoles, il apparaît très nettement que la communication à l'heure des nouvelles technologies est le chantier sans fin de la formation. « *Depuis trois ans, l'ISCPA a revu sa formule avec un bachelor Image & Co, qui réunit communication et production, car, de plus en plus, les métiers de ces deux secteurs se rapportent à la création de contenu sur les plateformes sociales* », embraye Emmanuel Carré, directeur de cette école de communication et de journalisme du groupe IGS. « *D'autre part, le manager de Squeezie [youtuber aux 17 millions d'abonnés], qui est un ancien de l'ISCPA, nous a fait part d'un besoin de formation et de recrutement dans le marketing d'influence* », pour-

suit-il. Ainsi, l'école FFollozz [*un nom qui fait écho aux « followers » sur les réseaux sociaux*] du groupe IGS a accueilli sa première promotion en septembre 2020, soit 15 étudiants en 3^e année, dont deux issus de l'ISCPA, formés en alternance pour devenir de prochains responsables du marketing d'influence.

PARTENARIATS ENTRE ÉCOLES. Autre nouveauté, les formations s'hybrident avec la multiplication des partenariats entre écoles. L'exemple le plus frappant est le mariage des compétences en communication et informatique, en particulier avec l'apprentissage du codage. En octobre 2022, l'Iscom Nice et l'école 42 Nice Région Sud ont signé un partenariat sur le territoire azuréen : celui-ci se traduit par la mise en place d'activités pédagogiques conjointes, comme le partage d'expertises, des challenges inter-campus et des immersions professionnelles. On peut encore citer Audencia SciencesCom, qui proposera dès la rentrée 2023, avec l'école Le Wagon, un bachelor com & tech à Paris et à Nantes. Ce bachelor délivrera deux titres RNCP [Répertoire National des Certifications Professionnelles.] de niveau 6 : l'un de développeur d'applications web et l'autre de responsable de communication. Audencia SciencesCom est coutumière des partenariats : elle mène déjà, depuis 2020, un programme

conjoint avec l'École Centrale de Nantes sur le big data et, en septembre prochain, elle proposera un nouveau bachelor management de projet, design et communication avec l'École de design Nantes Atlantique.

L'Efap s'appuie quant à elle sur les synergies possibles avec les autres écoles de son groupe, comme l'Icart, école dédiée à la culture et au marché de l'art, ou encore l'école d'architecture d'intérieur Cread, et participe à ce que sa direction nomme des « *battles inter-écoles* ». Il s'agit pour les étudiants en communication de collaborer avec des étudiants issus d'autres formations, comme ils seront amenés à le vivre dans leur carrière professionnelle. Ainsi, l'Efap et trois autres écoles du groupe EDH sont mobilisées sur la 20^e Biennale de la danse à Lyon, qui se déroulera en septembre 2023 dans les Usines Fagor. Le brief : imaginer, en équipe, comment accompagner cet événement, de l'aménagement des espaces scéniques et d'accueil du public, en passant par la promotion de la programmation auprès de tous. Un beau challenge pour les futurs communicants. ■


**RETROUVEZ
CET ARTICLE EN
VERSION AUDIO**

