

48 NOUVEAUX DIPLÔMÉS À L'ISTC

Une école de plus en plus tournée vers l'entreprise

► Jean-Luc DECAESTECKER

L'Institut des stratégies et techniques de communication, qui fêtera son 20^e anniversaire en 2016, poursuit son développement. Preuve de son engagement pour l'entreprise, il vient d'ouvrir son master à l'alternance.



Les diplômés de la 21^e promotion avec leur marraine, Valérie Doussinault, directrice générale de l'agence Nikita, et la directrice de l'ISTC, Anne-France Malvache.

Les clignotants sont au vert à l'Institut des stratégies et techniques de communication de Lille. "L'école, qui a 24 ans, a su trouver sa place dans le monde de la communication et est reconnue comme une référence très appréciée par les recruteurs", a expliqué sa directrice depuis avril 2011, Anne-France Malvache, en ouvrant la récente cérémonie de remise des diplômes aux 48 étudiants de la 21^e promotion. Qu'on en juge par les événements marquants depuis l'arrivée des 38 d'entre eux en licence, les 10 autres ont intégré l'école en master : progression de 73% du

nombre d'étudiants à 508 aujourd'hui, notoriété accrue avec une hausse annuelle de 16% des candidatures depuis 2011, augmentation des offres de stages de 30% (dont un tiers émanant d'Ile-de-France), renforcement des relations avec les entrepreneurs et les entreprises avec la création en 2011 d'une direction des relations avec les entreprises, 50% de la 21^e promotion embauchée ou en cours de recrutement à la remise de diplômes, 40 conventions de partenariats à l'international, création en 2012 d'une chaire de recherche sur le thème de la communication institutionnelle et citoyenne, 3^e position au classement SMBG des meilleures

formations post bac et post-prépa pour la spécialité communication et média, meilleur master au nord de Paris dans la spécialité communication, lancement de l'alternance en master 2 (lire notre encadré). Autant de "succès" prometteurs à la veille des 25 ans de l'ISTC en 2016, comme le soulignait Eric Lefebvre, responsable communication EDF Nord-Pas-de-Calais et administrateur de l'école.

Qui dit remise de diplômes, dit parrainage et pour cette fois "marrainage". Après Philippe Lamblin, c'est cette fois Valérie Doussinault, cocréatrice et directrice générale de l'agence de com- ►►►



L'ISTC a élu domicile boulevard Vauban à Lille.

►►► munication lilloise Nikita, qui a accepté la sollicitation de l'ISTC. En la présentant, Anne-France Malvache a mis en exergue l'entrepreneuriat au féminin

qu'elle incarne, mais aussi sa vision de la communication *"qui doit avoir du sens, qui émeut avant de raisonner, qui engage plus qu'elle ne convainc, qui engage les*

consommateurs et les collaborateurs autour d'un projet sociétal".

Pour être *"tombée dans la communication à 24 ans"* et avoir rêvé d'être indépendante, Valérie Doussinault a partagé avec ses filleuls ses valeurs d'engagement, d'enthousiasme, d'optimisme, de curiosité.

"Domaine d'expertise pointue, parfois complexe et recherché (...), la communication est devenue éminemment stratégique dans les entreprises, les collectivités territoriales, les institutions, en politique", leur a-t-elle expliqué en évoquant ce métier et secteur d'activité *"porteur car tout est communication"*. *"Fabuleux levier pour conduire le changement"*, elle est *"créatrice de valeurs, elle donne du sens, c'est une belle mission..."*.

Convaincue que *"nous vivons une époque formidable"*, elle les a invités à ne pas écouter le pessimisme des médias et à vivre ce qui rend cette époque unique, à exprimer leurs talents, à relever les défis et à s'inspirer de Camus : *"La vraie générosité envers l'avenir consiste à tout donner au présent."* ■

L'alternance, une réalité à l'ISTC

Diagast, NFID, Isen, Humanis, Agence Up, Aventure 28, mais aussi Société générale, Publicis, Dior Paris, Eurotunnel..., elles sont quelque 15 PME, grandes entreprises, institutions à avoir accepté la proposition d'autant d'étudiants de l'ISTC de participer à leur formation par le biais d'un master 2 par alternance *via* leur OPCA¹. Leur rentrée est effective depuis ce mois de janvier pour une année passée à raison de trois semaines en entreprise et une semaine à l'ISTC.

Engagée il y a deux ans en réponse à une forte demande des étudiants quant au besoin de financement – ils perçoivent une rémunération mensuelle à hauteur de 80% du SMIC en sus de la prise en charge des frais de scolarité – et quant à une chance supplémentaire d'accès à un emploi avec salaire et embauche, mais aussi de l'école, désireuse de renforcer ses liens avec le monde de l'entreprise, la réflexion a débouché sur ce master 2 en contrat de professionnalisation, en attendant de le voir évoluer vers le contrat d'apprentissage, avec un succès... un peu inattendu. *"C'est un programme qui s'adapte aux attentes du marché. Les entreprises en apprécient le rythme, trois semaines/une semaine, mais aussi le profil généraliste de la formation pour des missions de marketing, de communication digitale... Elles aiment aussi à la fois son contenu très professionnel et son contenu académique pointu illustré par la reconnaissance de l'Etat"*, avancent Amaury de Baudus, directeur des relations avec les entreprises, et Anne-France Malvache.

1. Organisme paritaire collecteur agréé.