

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<sup>e</sup> 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<sup>e</sup> promotion avec leur marraine, Valérie Doussinault, directrice générale de l'agence Nikita, et la directrice de l'ISTC, Anne-France Malvache.

**L**es 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<sup>e</sup> 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<sup>e</sup> 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<sup>e</sup> 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 OPCA<sup>1</sup>. 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.