

iscpa!

JOURNALISME
COMMUNICATION
PRODUCTION

GROUPE
IGENSIA
EDUCATION

L'école des MÉDIAS

FORMEZ-VOUS
DE BAC À BAC +5

PARIS - LYON - TOULOUSE

ISCPA-ECOLE.COM

ACCESSIBLE **HORS PARCOURS
HORS MON MASTER**

Acteur majeur de l'enseignement supérieur, **indépendant et à but non lucratif**, nous proposons un modèle **d'école ouverte**, académique et professionnalisante qui permet à chacun, quelles que soient ses singularités, ses aspirations et ses origines, de **trouver sa place dans un monde en métamorphose**.



50 ans d'innovation
pédagogique



10
écoles



10 000 entreprises
partenaires



+ de 200 programmes
de bac à bac +6



**Un réseau
de 3 000 professeurs**,
intervenants, tuteurs
et experts métiers



16 000 personnes formées
par an, dont 9 000 apprentis
et contrats
de professionnalisation

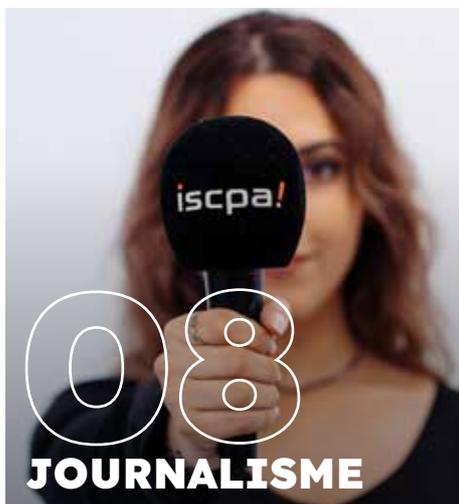


**+ de 120 universités
partenaires**
en France et à l'étranger



**Paris | Lyon
Toulouse**





L'ESSENTIEL

- 04**
ÉDITO
- 05**
LES 7 BONNES RAISONS
- 06**
SE FORMER DANS L'ACTION
- 07**
UN PARCOURS PERSONNALISÉ



FORMATIONS

- 08**
LA PLURALITÉ DU JOURNALISME
Nos formations en journalisme
Les métiers du journalisme
Les univers de la profession
- 16**
LA COMMUNICATION, C'EST PLUS QU'UN MÉTIER
Nos formations en communication
Les métiers de la communication
Les univers de la profession
- 24**
LA PRODUCTION ET SES MULTIPLES TALENTS
Nos formations en production
Les métiers de la production
Les univers de la profession



NOUS DÉCOUVRIR

- 32**
MASTERCLASS À L'ISCPA
- 34**
STAGE ET ALTERNANCE
- 36**
VOTRE TREMPLIN VERS LA VIE ACTIVE
- 37**
RELATIONS ENTREPRISES
- 38**
AU CŒUR DE L'UNIVERS PRO

NOUS REJOINDRE

- 40**
CANDIDATURE ET ÉPREUVES D'ADMISSION
- 41**
FINANCER SES ÉTUDES

NOTRE GROUPE

- 42**
NOS CAMPUS
- 44**
LA VIE DE L'ÉCOLE
- 46**
IGENSIA EDUCATION

L'ÉCOLE DE JOURNALISME, DE COMMUNICATION ET DE PRODUCTION

PLUS QU'UNE ÉCOLE, UNE CULTURE. L'ISCPA EST L'ÉCOLE DE JOURNALISME, DE COMMUNICATION ET DE PRODUCTION DU GROUPE IGENSIA EDUCATION.

Les métiers des médias évoluent constamment, challengés par l'apparition de l'IA, guidés par le développement d'outils de communication et de nouveaux modèles économiques. Accompagnés par les équipes et leurs formateurs, les étudiants de l'ISCPA se préparent aux nouveaux enjeux des métiers du journalisme, de la communication et de la production en intégrant l'ensemble des supports de création et de diffusion, tout en étant conscient de leur responsabilité citoyenne et sociétale.

En rejoignant l'ISCPA, vous profitez de plus de 30 ans d'expertise et figurez parmi les acteurs de la transformation du monde de demain.

Fondée en

1991



1 000

étudiants chaque année



près de

5 000

diplômés



450

professionnels/an

intervenants

Note



8,1/10

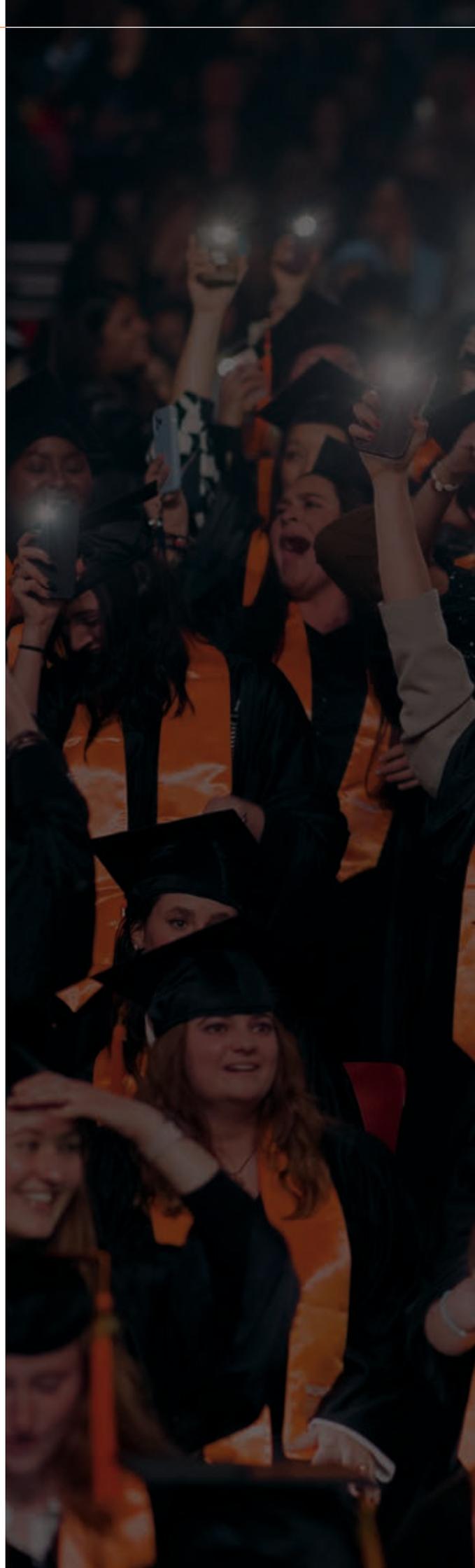
(Paris, Lyon, Toulouse)



85 %

Taux national
d'insertion professionnelle

(DIPLÔMÉS 2022, TOUTES FILIÈRES CONFONDUES)



LES 7 BONNES RAISONS DE SE FORMER À L'ISCPA

1

APPRENDRE PAR L'ACTION

Pédagogie immersive actualisée chaque année, cours pratiques, visites d'entreprises, travaux de groupe, cas concrets et réels, challenges étudiant, mises en situation sur le terrain et classes à dimension humaine pour un meilleur apprentissage.

3

S'INSÉRER DANS LA VIE ACTIVE

Accompagnement à la recherche de stages et d'alternance, service Relations entreprises, 3 à 5 mois de stage/an et alternance selon les cursus, semestres d'échange universitaire à l'international, séminaires Erasmus, projets en partenariat, etc.

5

S'ÉPANOUIR DANS DES CAMPUS QUI BOUGENT

Vie associative, journée d'intégration, cérémonie de remise des diplômes, événements inter-écoles (semaine des arts, business pitch, etc.), projets pédagogiques immersifs, incubateurs, etc. Des moments inoubliables à partager !

7

OBTENIR UN DIPLÔME RECONNU

L'ISCPA prépare à des titres certifiés par l'État et inscrits au RNCP de niveau 6 (bac +3) et niveau 7 (bac +5). Ses formations sont en prise directe avec les réalités de l'entreprise, permettant une forte employabilité.

2

SE FORMER AVEC DES ÉQUIPEMENTS DE POINTE

Du matériel à disposition pour la bonne réalisation des projets étudiants : caméras, OSMO, micros, lumières, appareils photo, etc. Des salles techniques pour travailler dans les meilleures conditions : studio radio, montage, PAO Mac & PC, newsroom, learning labs, etc

4

GRANDIR AUX CÔTÉS D'EXPERTS « MÉTIERS »

Tour E-Media (première immersion des étudiants dans leur future vie active, découverte d'entreprises référentes des médias et métiers), projets coachés par des professionnels, masterclass, conférences et rencontres sur le campus, etc.

6

APPARTENIR À UN GROUPE D'ÉCOLES DE RÉFÉRENCE

En choisissant l'ISCPA, vous rejoignez une école du Groupe IGENSIA Education, structure indépendante regroupant 10 écoles et 5 centres de formation, qui conjugue depuis 1975 les ambitions des apprenants et les besoins des entreprises à travers des formations académiques et professionnalisantes.

Se former DANS L'ACTION

AVEC PLUS DE 30 ANS D'EXPÉRIENCE, L'ISCPA RÉUNIT LES RESSOURCES HUMAINES LES PLUS QUALIFIÉES, UN HAUT NIVEAU D'ENSEIGNEMENT, DU MATÉRIEL DE POINTE, DES TITRES CERTIFIÉS PAR L'ÉTAT (EN JOURNALISME, EN COMMUNICATION ET EN PRODUCTION).

CONSTAMMENT AMÉLIORÉES EN FONCTION DES ÉVOLUTIONS DU MARCHÉ, NOS FORMATIONS SONT RYTHMÉES PAR DES CAS PRATIQUES RÉELS ET DES SITUATIONS PROFESSIONNELLES QUI RÉPONDENT AUX ATTENTES DES ENTREPRISES.

NOS FORMATIONS EXIGERONT DE VOUS BIEN PLUS QU'UNE SIMPLE ASSIMILATION DE SAVOIRS. ENCADRÉ PAR DES PROFESSIONNELS, VOUS ALLEZ DÉVELOPPER VOTRE POTENTIEL ET ACQUÉRIR DE RÉELLES COMPÉTENCES, INDIVIDUELLEMENT ET EN ÉQUIPE.

BACHELOR JOURNALISME

DE BAC À BAC +3 - TITRE NIVEAU 6

INITIAL

INTERNATIONAL

PARIS | LYON | TOULOUSE

BACHELOR COMMUNICATION IMAGE&CO

DE BAC À BAC +3 - TITRE NIVEAU 6

INITIAL

ALTERNANCE

INTERNATIONAL

PARIS

ANIMATION RÉALISATION RADIO ET TV



DE BAC À BAC +2 - TITRE NIVEAU 5

INITIAL

ALTERNANCE

PARIS

CLASSE PRÉPA INFOCOM

ANNÉE PRÉPARATOIRE À L'ENTRÉE
EN BACHELOR (OPTIONNELLE)

INITIAL

INTERNATIONAL

PARIS | LYON | TOULOUSE

JOURNALISME

MASTÈRE JOURNALISME

DE BAC +3 À BAC +5 - TITRE NIVEAU 6

INITIAL

ALTERNANCE

PARIS | LYON

COMMUNICATION

BACHELOR COMMUNICATION IMPACT

DE BAC À BAC +3 - TITRE NIVEAU 6

INITIAL

ALTERNANCE

INTERNATIONAL

PARIS | LYON | TOULOUSE

MASTÈRE COMMUNICATION

DE BAC +3 À BAC +5 - TITRE NIVEAU 7

ALTERNANCE

PARIS | LYON | TOULOUSE

PRODUCTION

BACHELOR PRODUCTION IMAGE&CO

DE BAC À BAC +3 - TITRE NIVEAU 6

INITIAL

ALTERNANCE

INTERNATIONAL

PARIS

MASTÈRE MANAGEMENT DE PRODUCTION

DE BAC +3 À BAC +5 - TITRE NIVEAU 7

INITIAL

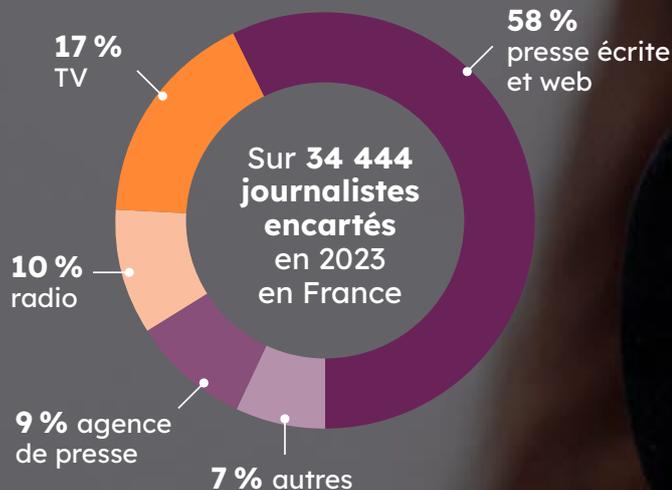
ALTERNANCE

PARIS | LYON

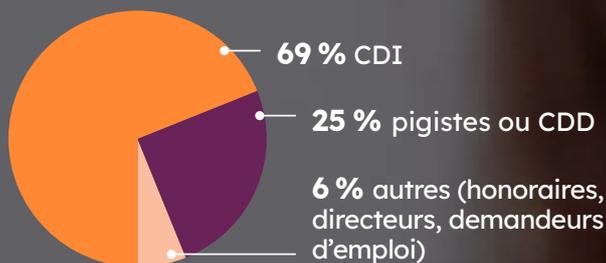
MULTISPÉCIALITÉ

CHIFFRES CLÉS DU JOURNALISME

LES SECTEURS D'ACTIVITÉ*



LES TYPES DE CONTRAT*



REPRÉSENTATION*



*Source : Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (données 2023)

« En 1995, j'ai effectué un stage au *Monde*, au sein du service des sports qui venait d'être créé. Après l'obtention de mon diplôme à l'ISCPA, je me suis progressivement rapproché de la rédaction et ai pu écrire mes premiers papiers. Quatorze ans après, je collabore toujours à ce journal où, les parois étant poreuses entre les services, j'ai également pu travailler pour les rubriques Voyages, Carnet de route, Horizons, etc.

Le continent africain, que j'ai découvert en 2002, m'a fasciné. *Carnets d'Afrique*, mon premier livre, raconte un voyage en solitaire à travers le Sénégal et la Mauritanie. Les droits de cet ouvrage sont intégralement reversés à l'association Frères de Foot, créée pour aider un orphelinat mauritanien et soutenir quelques clubs de football locaux. En 2003, j'ai également publié un premier roman. *Dilemme* retrace l'histoire d'un jeune journaliste qui, pour intégrer une grande rédaction parisienne, doit impérativement trouver un scoop. Il va y parvenir, mais son enquête va le conduire à dénoncer un proche de sa famille, d'où le dilemme qui va jaillir en lui...

Un autre ouvrage a été publié en 2005 sur la grande route transsaharienne qui traverse la Mauritanie. Plus récemment enfin, on m'a contacté pour écrire un livre sur ces hommes, épris de liberté, qui ont marqué les différentes révolutions corses au XVIII^e siècle (*Héros de la révolution de Corse*).

Parallèlement, j'ai collaboré avec plusieurs journaux comme le magazine d'Air France ou *Jogging international*, depuis 2001. Ce magazine dédié à la course m'a permis de couvrir (et courir !) des marathons sur tous les continents... Je reviens aussi régulièrement et avec plaisir à l'ISCPA, où je suis devenu intervenant. Ce métier, bien que difficile, m'a donné des émotions fortes et permis de vivre des moments inoubliables ! »

Pierre LEPIDI, Journaliste et écrivain - Diplômé ISCPA, promotion 1996

La pluralité DU JOURNALISME

Être journaliste, c'est être un témoin privilégié du monde qui nous entoure. Privilège qui s'accompagne de droits mais aussi de devoirs. Ce monde en plein bouleversement, au niveau local, régional, national et global a besoin d'être observé, analysé et expliqué.

Être journaliste, c'est transmettre une information vérifiée d'intérêt public. C'est développer sans relâche une curiosité bienveillante mais exigeante. Être journaliste, c'est s'intéresser aux autres, sans a priori, sans cliché, sans jugement. C'est se convaincre chaque matin qu'on a tort et se forcer à vérifier.

Être journaliste, c'est assumer représenter un pilier essentiel de la démocratie, d'appartenir à une profession garante de la liberté d'expression sans en tirer une gloire personnelle ou un profit. Être journaliste, « ce n'est pas de faire plaisir, non plus de faire du tort, c'est de porter la plume dans la plaie en mettant dans la balance son crédit, son honneur, sa vie », comme l'écrivait Albert Londres.

Être journaliste, c'est construire chaque papier autour de 5 questions, « Quoi, Qui, Où, Quand, Pourquoi », mais c'est désormais aussi « Comment », pour apporter la lumière sur des solutions, sur des initiatives ou des innovations mais sans se départir de son analyse critique.

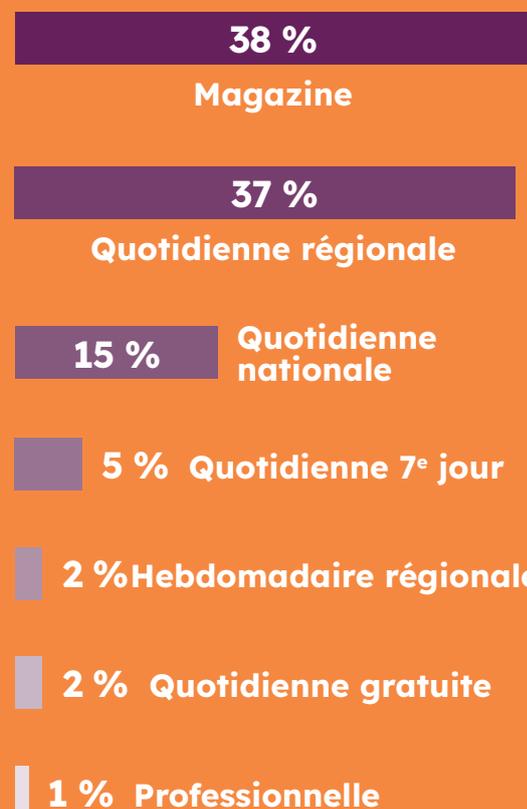
Être journaliste, c'est travailler parfois seul, parfois intégré dans une rédaction, c'est utiliser des techniques de reportage nomades : téléphones, caméras, enregistreurs, drones, sans oublier les essentiels papier et stylo. En presse, sur le web, en radio, en télévision, votre polyvalence, votre agilité, votre disponibilité, votre culture personnelle seront les compétences essentielles pour animer votre réseau.

On ne devient pas journaliste, vous serez journaliste.

Rejoignez l'ISCPA pour révéler vos talents au service de l'information.

Les métiers du journalisme sont passionnants et regorgent de spécificités. Les principaux métiers se répartissent au sein des quatre grands médias, à savoir la presse écrite et le web (57 %), la télévision (18 %), la radio (10 %) et les agences de presse (15 %).

RÉPARTITION DES FAMILLES DE PRESSE ÉCRITE EN VOLUME DE DIFFUSION



Source : ACPM/OJD - avril 2022, Copyright ACPM // www.acpm.fr

Parcours de FORMATIONS

 INITIAL	 ALTERNANCE	 INTERNATIONAL	CAMPUS
---	--	---	--------

JOURNALISME

Bachelor Journalisme
DE BAC À BAC +3 - TITRE NIVEAU 6



PARIS - LYON - TOULOUSE



Mastère Journalisme
DE BAC +3 À BAC +4 - TITRE NIVEAU 6



PARIS - LYON



MULTISPÉCIALITÉ

Classe Prépa Infocom
ANNÉE PRÉPARATOIRE
À L'ENTRÉE EN BACHELOR



PARIS - LYON - TOULOUSE



Les diplômes **OBTENUS**

- Titre certifié de « Journaliste » de l'ISCPA, enregistré au RNCP n° 38950, niveau 6 (EU), codes NSF 320, 321t, par décision France Compétences en date du 26 avril 2024. Titre également accessible par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).

TAUX DE RÉUSSITE*

BACHELOR JOURNALISME

83,7 %



MASTÈRE JOURNALISME

96,4 %

*Source : Jury d'attribution des titres 2023



LE TOUR E-MEDIA : EMBARQUEMENT E-MEDIA

Le Tour E-Media débute dès le jour de la rentrée et s'étend sur deux à trois semaines consécutives. Son principe est simple : permettre aux étudiants de découvrir le milieu professionnel qui les attend tout en établissant des contacts avec des professionnels. Pendant ces visites, les étudiants sont accueillis par des experts qui les guident et répondent à leurs questions. À chaque visite, des rendus sont attendus : article, interview, vidéo, etc.

Ils ont accueilli nos étudiants :



ÉMISSIONS RADIO ET TV : SILENCE, ON TOURNE !

Les formations en journalisme de l'ISCPA permettent aux étudiants de réaliser des projets en presse écrite mais également audiovisuel. Les étudiants sont amenés à créer des émissions radio et TV grâce aux installations professionnelles mises à leur disposition. Lors de ces projets, les étudiants prennent tour à tour les rôles de présentateur, chroniqueur, journaliste, etc.

**DÉCOUVREZ LES PROJETS
DE NOS ÉTUDIANTS
EN JOURNALISME**



L'ENQUÊTE : L'ULTIME EXERCICE

À chaque fin de cycle Bachelor et Mastère, les étudiants doivent réaliser l'enquête qui leur permet de valider l'obtention de leur diplôme. Ce projet est un fil rouge tout au long de l'année où les étudiants choisissent un sujet d'enquête et doivent le rendre dans le format qu'ils souhaitent : magazine, podcast, émission TV, reportage, etc.

Exemples d'enquêtes :

- Propagande et démocratie : une analogie aux multiples facettes
- Handicap : « l'urgence des solutions »
- Pourquoi les Français se lassent-ils de l'information ?
- La seconde main en France, un nouveau gros sujet !



CRÉATION D'UN MAGAZINE : LA VIE D'UNE RÉDACTION

Lors de leur formation, les étudiants sont confrontés à cet exercice grandeur nature et se mettent dans la peau d'une vraie rédaction de presse écrite. Entre conférence de rédaction, interviews, enquêtes et maquettage, les étudiants ont l'opportunité d'appréhender toutes les étapes de la création d'un magazine jusqu'à l'impression finale.

Les métiers du JOURNALISME PRÉPARÉS À L'ISCPA

SI DES POSTES COMME RÉDACTEUR EN CHEF OU PHOTOGRAPHE SONT BIEN CONNUS DU PUBLIC, LE BON FONCTIONNEMENT DE LA PRESSE ET DES AUTRES MÉDIAS REPOSE EN RÉALITÉ SUR UNE MYRIADE DE POSTES DIFFÉRENTS ! VOICI QUELQUES FACETTES DU MÉTIER DE JOURNALISTE.

DÉCOUVREZ
LES DÉBOUCHÉS
DE NOS FORMATIONS



CONSULTEZ
LE GUIDE
DES MÉTIERS



JOURNALISTE RADIO

C'est la voix de l'info. Pour présenter son flash matinal, il sélectionne les sujets, recherche et collecte des renseignements, assure les interviews, les prises de son et le montage des sujets d'information.

SECRÉTAIRE DE RÉDACTION (SR)

Le SR travaille à la lisibilité et à la compréhension d'un article de presse écrite. Il opère des corrections et assure le lien entre la rédaction et la fabrication du journal. Il est souvent amené à vérifier l'exactitude d'un fait.



JOURNALISTE SPORTIF

Il assure la couverture médiatique de l'actualité sportive et des événements liés aux différentes compétitions. Cette spécialité peut s'exercer dans les différents types de média : presse écrite, web, radio et télévision.



RÉDACTEUR EN CHEF

À la tête de l'équipe rédactionnelle, le rédacteur en chef veille au respect de la ligne éditoriale d'une publication ou d'un journal audiovisuel. Il détermine les sujets à traiter puis définit les « angles » à aborder.



CHEF D'ÉDITION

En télévision, le chef d'édition est le journaliste chargé de coordonner les équipes techniques et rédactionnelles. Il détermine l'ordre de passage des sujets du journal en fonction des instructions du rédacteur en chef.



DATA JOURNALISTE

Le data journalisme est une forme de journalisme qui repose sur l'analyse, la visualisation et la narration de données complexes pour informer le public de manière claire et accessible.



JOURNALISTE STREAMER

Les médias utilisent de plus en plus le streaming en direct pour diffuser des événements en temps réel, des interviews et des reportages sur les plateformes telles que YouTube, Facebook Live et Twitch.



JOURNALISTE ENVIRONNEMENTAL

En réponse à l'urgence climatique, les journalistes spécialisés dans les données environnementales enquêtent sur les questions liées aux changements climatiques, à la durabilité et aux problèmes environnementaux.



JOURNALISTE REPORTER D'IMAGES (JRI)

Le JRI réalise des reportages pour les journaux et les magazines télévisés. Caméra à l'épaule, il couvre tous les sujets d'actualité et les événements du monde. C'est un électron libre qui doit disposer de grandes capacités d'autonomie.



JOURNALISTE WEB

Il doit savoir restituer l'information dans son contexte, avec rigueur et rapidité. Il écrit des paragraphes courts et les articles sont agrémentés de liens vers d'autres documents : images vidéo, sons, textes, autres sites complémentaires, etc.



REPORTER-PHOTOGRAPHE

Professionnel de la photographie, il fournit des clichés qui témoigneront ou illustreront un article. Il est souvent le premier journaliste présent sur le terrain.



ENVOYÉ SPÉCIAL

Journaliste envoyé en mission pour une durée déterminée, il est le témoin privilégié des événements qu'il « couvre » pour sa rédaction.



JOURNALISTE DE SOLUTIONS

Plutôt que de se concentrer uniquement sur les problèmes, les journalistes de solutions se concentrent sur la recherche et la présentation de solutions aux défis sociétaux. Ils mettent en lumière des initiatives positives et des idées innovantes.



REPORTER DE GUERRE

Le reporter de guerre s'appuie sur les normes éthiques du journalisme pour couvrir une guerre. Son rôle est de permettre à chaque citoyen, politique et organisation humanitaire d'obtenir tout le contexte des conditions de guerre pour réagir et prendre position.

iscpa!

JOURNALISME
COMMUNICATION
PRODUCTION



Les univers DE LA PROFESSION

Comme c'est un secteur varié, les métiers du journalisme peuvent s'exercer dans des structures diverses. La profession se divise en quatre grands secteurs d'activité mais la polyvalence est de mise :

- La presse écrite ou on-line
- La radio
- Les agences de presse
- La télévision

Même si les journalistes ont tendance à se spécialiser dans un média, il existe de multiples passerelles entre les différents supports. L'agilité et l'employabilité d'un journaliste passent désormais par la convergence ou le « crossmedia ». Même si la télévision reste la première source d'info, les usages en matière d'information se déplacent vers Internet, notamment sur les réseaux sociaux.

Il existe deux tendances de poids sur la filière journalisme :

- L'IA, avec déjà près d'un éditeur de presse sur 7 qui l'utilise pour les recommandations, et dont l'usage va logiquement s'étendre.
- Les nouveaux contenus et formats qui génèrent de meilleures opportunités d'engagement.

Les secteurs d'activité sont encore plus nombreux : politique, économie, société, culture, sport et e-sport, loisirs, mode, etc.

Travailler dans le journalisme, c'est pouvoir évoluer dans différents domaines.



LA PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE (PQN)

Le Monde, Le Figaro, Libération, etc. : ces quotidiens font appel à des journalistes expérimentés qui mettent en exergue leurs capacités de synthèse et d'analyse, leur culture générale et leurs qualités rédactionnelles au service d'une information généraliste.



LA PRESSE MAGAZINE

Entre les titres de presse magazine grand public et ceux de la presse de magazines spécialisés, la France est le pays par excellence de la « presse mag ». Cette grande diversité de titres couvre une gamme inépuisable de passions et de centres d'intérêts. Difficile de ne pas y trouver un rapport avec l'un de ses domaines de compétences.



LA RADIO

C'est le média de l'immédiat : un événement se produit au bout du monde et un flash urgent interrompt le programme en cours. Un correspondant ou un témoin sur place, contacté par téléphone, bascule immédiatement vers l'antenne. Ce formidable outil d'information procure de l'adrénaline à ses journalistes travaillant constamment en direct et sans filet.



UN MÉDIA INCONTOURNABLE : LE WEB

Les journalistes y exercent désormais un rôle essentiel. On leur demande d'exploiter la logique de la toile pour créer une nouvelle offre médiatique : le journal en ligne et, de plus en plus, la télévision et la radio en ligne. On y retrouve des acteurs de la presse écrite mais aussi des pure players, uniquement présents sur la toile.

LA PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE (PQR)

Le journaliste de la PQR exerce un métier en prise directe avec son lecteur. Au siège du quotidien, dans une agence départementale ou isolée, il est un élément moteur de la vie locale.



LA TÉLÉVISION

Avec l'émergence de la TNT et du numérique dans les années 2000, de nouvelles chaînes ont fait leur apparition. C'est le secteur dans lequel le nombre de postes de journalistes à pourvoir est le plus conséquent.



LES AGENCES DE PRESSE

Reuters, AFP, Associated Press, etc. : sans ces agences, les rédactions manqueraient de matière première pour alimenter leurs lecteurs et auditeurs en informations et en images. Grâce à leurs réseaux de correspondants, les agences « couvrent » tout ce qui intéresse les médias.



LE JOURNALISME À LA PIGE

Dans la profession, il est fréquent de débiter ou poursuivre sa carrière en se faisant rémunérer « à la pige », c'est-à-dire à chaque enquête et article. La pige n'est pas un statut mais un mode de rémunération. Le pigiste est un salarié et a un statut de journaliste professionnel validé par l'obtention de la carte de presse au bout de 3 mois sous certaines conditions. Le mode de rémunération à la pige, s'il est précaire, peut aussi être un choix, notamment pour l'autonomie qu'il apporte.



CHIFFRES CLÉS DE LA COMMUNICATION :

LES MARQUES LES PLUS SUIVIES sur les réseaux sociaux en 2024

 **SAMSUNG**
162M d'abonnés

 **NETFLIX**
39,4M d'abonnés

 **NIKE**
305M d'abonnés

LE MARCHÉ DE LA COMMUNICATION

24,6 %

TV, PRESSE, RADIO
(5 médias : TV, presse, radio, affichage, cinéma)

26,6 %

DIGITAL
(Display, search, social, autres)

48,8 %

AUTRES MÉDIAS

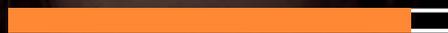
Source : radiopub.fr/wp-content/uploads/2022/05/BUMP_T1_2022_VERSION_PUBLIQUE.pdf

TOP 5 DES ANNONCEURS EN FRANCE*

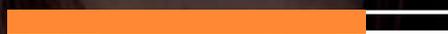
LIDL



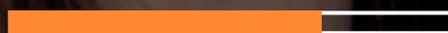
E.LECLERC



INTERMARCHÉ



RENAULT



P&G



*Pression publicitaire plurimédia 2022 - Source : Kantar

« J'ai rencontré Agathe Delaigue, une ancienne élève de l'ISCPA Lyon, grâce à la mission locale. À l'époque, je sortais d'un échec universitaire et j'ai choisi de suivre son conseil en tentant le concours d'entrée en Bachelor Communication. Après avoir réussi ce concours, j'ai eu la chance de suivre les cours dispensés par des professeurs et des professionnels passionnés par leur métier et animés d'une réelle volonté de transmettre leurs connaissances. Je retiens notamment les nombreux cas pratiques dans toutes les matières, qui ont pu nous confronter à de réelles situations clients que je peux rencontrer aujourd'hui. J'ai également eu l'occasion de réaliser de nombreux stages qui m'ont permis de découvrir d'autres facettes des métiers de la communication et de l'événementiel. Ces expériences ont guidé mon questionnement sur les métiers que j'exercerai dans ma vie professionnelle.

Le seul conseil que j'ai à vous donner tient en deux mots : soyez curieux ! Osez poser des questions à vos professeurs comme aux professionnels que vous côtoyez lors de vos stages. Ils ont tous quelque chose à vous apprendre et vous permettront de découvrir des métiers et activités que vous ne soupçonnez même pas ! »

Denis COSTA, Directeur conseil, Agence NAGA - Diplômé ISCPA, promotion 2014

LA COMMUNICATION, c'est plus qu'un métier

- Choisir de devenir un professionnel de la communication, ce n'est pas choisir un métier.
- C'est choisir d'être au croisement des tendances émergentes et des enjeux sociétaux.
- C'est choisir de traduire des idées complexes en messages clairs et captivants.
- C'est choisir de faire de la créativité son principal outil pour captiver et engager le public.
- C'est choisir de transformer des concepts abstraits en visuels percutants, des événements en expériences inoubliables.
- C'est choisir d'embrasser le pouvoir des mots et la magie de la narration.
- C'est choisir d'inspirer des actions positives et ainsi de contribuer à l'évolution des mentalités et des comportements.
- C'est choisir de naviguer dans l'univers numérique, des réseaux sociaux aux plateformes émergentes.
- C'est choisir de construire des récits sincères et transparents.

La communication est un art subtil où se mêlent créativité, professionnalisme et déontologie. Du community manager qui construit l'image d'une entreprise sur les réseaux sociaux au responsable de la communication institutionnelle qui défend les valeurs d'une organisation, tous jonglent avec des défis complexes et passionnants.

Véritables catalyseurs d'idées et témoins privilégiés des évolutions rapides de notre société, ils tissent la trame des récits qui façonnent l'identité d'une marque ou mobilisent une communauté autour d'une cause. Des récits à mettre au service d'une société plus éthique et plus équilibrée.

UN SECTEUR DYNAMIQUE :



Le chiffre d'affaires des agences de communication représente

3,045 MDS € 

244 000 
personnes en France en 2023

et concerne
65 400 
entreprises (+8 % vs 2022)

Source : Onisep

Le secteur de la communication représente



700 000

emplois en France en comptant les emplois indirects en 2023

Source : MDB, Insee

46,2 MDS € 

d'investissements en 2023 (+8 % vs 2022) Source : BDM

Parcours de **FORMATIONS**

 INITIAL	 ALTERNANCE	 INTERNATIONAL	CAMPUS
---	--	---	--------

COMMUNICATION**Bachelor Communication Impact**
DE BAC À BAC +3 - TITRE NIVEAU 6

PARIS - LYON - TOULOUSE

**Bachelor Communication Image&Co**
DE BAC À BAC +3 - TITRE NIVEAU 6

PARIS

**Mastère Communication**

DE BAC +3 À BAC +5 - TITRE NIVEAU 7

- Management de la communication (P-L-T)
- Stratégies digitales & innovation (P-L)
- Stratégie des marques & brand content (P-T)
- Communication institutionnelle & influence responsable (L)
- Marketing d'influence et communication publique (P)



PARIS - LYON - TOULOUSE

**MULTISPÉCIALITÉ****Classe Prépa Infocom**
ANNÉE PRÉPARATOIRE
À L'ENTRÉE EN BACHELOR

PARIS - LYON - TOULOUSE

Les diplômes **OBTENUS**

- Titre certifié de « Responsable projet communication », enregistré au RNCP n° 38125, niveau 6 (EU), bac +3, code NSF 320m, par décision France Compétences en date du 18 octobre 2023. Titre également accessible par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).
- Titre certifié de « Directeur de projets image et communication », enregistré au RNCP n° 35593, niveau 7 (EU), bac +5, code NSF 320, 320n, par décision France Compétences en date du 19 mai 2021. Titre également accessible par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).

TAUX DE RÉUSSITE*

BACHELOR COMMUNICATION

96,7 %

MASTÈRE COMMUNICATION

96,1 %

*Source : Jury d'attribution des titres 2023



CREATIVE CONTEST : TOP CHRONO !

Chaque année, les étudiants en Bachelor Communication sont soumis à un concours de créativité inter-campus (Paris, Lyon et Toulouse) intitulé le « Creative Contest ». Pendant 24 heures et en binôme, les étudiants doivent répondre à une problématique d'un annonceur.

En 1^{re} année : Les 24 heures de l'affiche

En 2^e année : Les 24 heures du logo

En 3^e année : Les 24 heures de la créa



BUSINESS PITCH : UN TRAVAIL D'ÉQUIPE

C'est le projet phare des étudiants en 2^e année de Mastère Communication. Durant 3 jours, chacun de nos étudiants intègre une équipe composée d'étudiants d'écoles du Groupe IGENSIA Education (commerce, ressources humaines, finance, marketing, etc.) et est confronté à une problématique stratégique d'un groupe. Les projets retenus présenteront leur recommandation devant le comité exécutif de l'annonceur.

Exemples des éditions précédentes :



COMPÉTITION D'AGENCES : UN ENTRAÎNEMENT GRANDEUR NATURE

Les compétitions d'agence à l'ISCPA jouent un rôle crucial dans la formation des étudiants. Ils sont répartis en micro-agences fictives, sont confrontés à des problématiques de communication très concrètes et ont la chance de pouvoir présenter leur projet aux responsables et directeurs de communication des marques présentes.



LA RECO 360 : UNE RÉALISATION COMPLÈTE

La « Reco 360 » est le projet de fin de cycle Bachelor pour les étudiants en communication de l'ISCPA. L'objectif ? Choisir une entreprise, une marque, et réaliser une recommandation stratégique sur un plan de communication 360. Cet exercice concret permet aux étudiants d'utiliser toutes les techniques et moyens de communication appris tout au long des trois années de formation.

**DÉCOUVREZ
LES PROJETS
DE NOS ÉTUDIANTS
EN COMMUNICATION**



Les métiers de la COMMUNICATION PRÉPARÉS À L'ISCPA

LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION SONT TRÈS RICHES. SI TOUTES LES ENTREPRISES ONT DES BESOINS, EN FONCTION DE LEUR STRATÉGIE, DE LEUR CIBLE, DE LEUR IDENTITÉ, ELLES NE S'APPUIENT PAS SUR LES MÊMES MÉTHODES. C'EST POUR CETTE RAISON QUE LES PROFESSIONS DU SECTEUR DE LA COMMUNICATION SE DISTINGUENT PAR LEUR GRANDE VARIÉTÉ. SI VOUS ÊTES INTÉRESSÉ PAR LA COMMUNICATION, L'ISCPA VOUS PROPOSE DE DÉCOUVRIR UNE LISTE NON EXHAUSTIVE DES MÉTIERS QUE VOUS POURREZ CHOISIR D'EXERCER, SELON VOTRE PROFIL ET VOS QUALITÉS.

**DÉCOUVREZ
LES DÉBOUCHÉS
DE NOS FORMATIONS**



**CONSULTEZ
LE GUIDE
DES MÉTIERS**

DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION

Sa mission est essentielle : permettre à l'entreprise de cultiver une image qui lui garantit cohérence en interne et dynamisme en externe. Il définit la stratégie de communication. Polyvalent, diplomate, déterminé, il est surtout un fin stratège et a une fonction essentielle dans l'entreprise.

CHARGÉ DE RELATIONS PUBLIQUES

Le sponsoring, le mécénat et l'événementiel sont autant de moyens pour renforcer le sentiment d'appartenance et asseoir une notoriété. Le chargé de relations publiques vit à cent à l'heure entre la négociation avec les prestataires et le suivi de l'opération.

RESPONSABLE ÉVÉNEMENTIEL

L'événementiel a le vent en poupe et les professionnels qui s'en occupent savent créer et convaincre, organiser et gérer, contacter des fournisseurs de qualité et réaliser des événements qui auront du sens pour l'interne et l'externe.

PLANNEUR STRATÉGIQUE

Il est chargé d'élaborer des stratégies de communication pour une marque et d'en orienter l'exécution créative. Il travaille essentiellement en agence de com' et représente la cellule « réflexion et tendances ».

CONCEPTEUR-RÉDACTEUR

Spécialiste des concepts et des mots, son style et son talent viennent enrichir les documents écrits des entreprises : plaquettes et affiches, accroches et baseline, publipostage et site web. Ce passionné du texte a l'art de la formule.

TRAFFIC MANAGER

Exerçant pour le compte d'un annonceur, une web agency ou une régie publicitaire, le traffic manager intervient après le web planneur. Il travaille étroitement avec l'annonceur pour définir les modalités de la mise en ligne de la campagne publicitaire.

CONTENT MANAGER

Le content manager est responsable de la création de contenu pour le site, le blog et les réseaux sociaux de son entreprise. Il conçoit et met en œuvre une stratégie éditoriale et veille à la visibilité des contenus publiés.

CHARGÉ DE COMMUNICATION

Il met en place et coordonne le plan de communication de son entreprise ou de sa marque. Sa polyvalence et son adaptabilité sont ses principaux atouts !

CHEF DE PUBLICITÉ

Le chef de publicité est l'interface entre l'annonceur et l'agence. Maîtrisant les techniques marketing, bon commercial, réactif, créatif, aimant la compétition et les défis, il est en première ligne pour convaincre les clients de l'agence.

ATTACHÉ DE PRESSE

Comme son nom l'indique, l'attaché de presse est en contact permanent avec les journalistes. Disponible, réactif, les entreprises comptent sur lui pour mettre en place des relations presse efficaces en activant un réseau de journalistes.

COMMUNITY MANAGER

Le community manager (CM) a pour mission d'animer et de fédérer la communauté de sa marque via les réseaux sociaux, autour d'un intérêt commun lié à une identité, à ses produits ou à ses valeurs.

DIRECTEUR ARTISTIQUE

Le DA est en charge de la partie visuelle d'une campagne de communication. Son rôle est de traduire visuellement un concept qu'il va décliner en fonction des supports choisis.

UX DESIGNER

L'UX designer veille à garantir une bonne expérience utilisateur pour les visiteurs d'un site. Il optimise les interfaces pour que les utilisateurs puissent naviguer facilement et exécuter les actions qu'ils souhaitent de manière intuitive.

MÉDIA PLANNEUR

L'affichage, la presse, la télévision, la radio, Internet, sont pour le média planneur, autant d'espaces à gérer, il les connaît à la perfection. Avec ce négociateur et gestionnaire d'espaces, une campagne publicitaire est assurée de la performance de sa couverture médiatique.

DIRECTEUR DE CLIENTÈLE

Plus qu'un simple commercial, le directeur de clientèle joue un rôle stratégique. Porte-parole et conseiller de l'annonceur, il s'impose en véritable manager auprès des différentes équipes de son agence.



Les univers DE LA PROFESSION

Compte tenu de la richesse des métiers en communication existants, les débouchés dans ce domaine sont vastes. Mais ça n'est pas tout : les structures dans lesquelles vous pouvez exercer vos missions sont, elles aussi, variées.

Les communicants ont l'habitude d'évoluer dans quatre types d'entreprises :

- Les prestataires de services ou agences
- Les régies publicitaires
- Les annonceurs
- Les collectivités locales ou les milieux associatifs

Une carrière n'est jamais linéaire, surtout dans les métiers de la communication : des passerelles existent entre les professions qui touchent ce secteur.

LE CHOIX D'UNE COMMUNICATION RESPONSABLE

Face à l'urgence climatique et sociétale, la communication doit relever de nouveaux défis. Réduire l'empreinte environnementale de ses actions et promouvoir, à travers ses messages, des comportements et des modes de vie ayant un impact positif sur la société. Voilà les nouveaux enjeux pour tout community manager, chef de projet événementiel, chargé de com' ou tout autre professionnel de la communication.

C'est la raison pour laquelle, l'ISCPA a créé Impact, le premier bachelor 100 % communication responsable.

La communication d'aujourd'hui ne peut être que responsable. Elle permettra demain d'accompagner les entreprises, institutions, associations, fondations, toujours plus nombreuses à engager leur propre transformation pour répondre à cette urgence.



COMMUNICATION EN ENTREPRISE

Dans une société fortement médiatisée et des marchés très concurrentiels, la réussite de l'entreprise passe par un service communication performant. Sa mission essentielle : permettre à l'entreprise de cultiver une image qui lui garantit cohérence en interne et dynamisme en externe.



COMMUNICATION PUBLIQUE

Les collectivités locales, les mairies ou encore les conseils régionaux mènent aujourd'hui des missions de communication diversifiées. De la communication interne aux montages d'événements culturels, le quotidien d'un chargé de communication publique se situe au carrefour de l'information et de la communication.



COMMUNICATION D'INFLUENCE ET DE CRISE

La communication d'influence opère sur le terrain de la rumeur et des réseaux auprès des décideurs et des institutions quand la communication de crise – souvent liée aux actions de lobbying – cherche à maîtriser et coordonner un discours auprès des médias en situation de crise.



COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

L'événementiel est une technique de communication basée sur la création d'événements destinés aux clients ou consommateurs, à la presse ou parfois aux salariés de l'entreprise (conventions). La communication événementielle doit permettre d'attirer l'attention et de marquer les esprits en faisant vivre des moments inoubliables.



RELATIONS PUBLIQUES & RELATIONS PRESSE

Les relations publiques et presse travaillent l'image de l'entreprise auprès des leaders d'opinion, des prescripteurs et des journalistes, et utilisent parfois l'événementiel pour y parvenir.

COMMUNICATION EN AGENCE ET EN RÉGIE

La relation client, le travail en équipe, la stratégie et la créativité sont les aspects fondamentaux des professionnels en agence ou en régie. Ils peuvent travailler pour de nombreux annonceurs dans des secteurs très variés.



COMMUNICATION DES ASSOCIATIONS

Les associations humanitaires, sportives ou culturelles ont besoin de développer une image afin de recueillir l'adhésion du grand public, une communication pour se faire connaître, recruter des bénévoles ou encore collecter des fonds. Autant d'actions qui font appel à l'événementiel, le digital, la publicité média ou encore les relations presse.



COMMUNICATION PUBLICITAIRE

La communication publicitaire concerne la conception de campagnes de publicité, l'achat d'espaces publicitaires ou le média planning. Elle est très souvent rattachée à des métiers en agence de communication et s'articule autour des professionnels de la création, de la relation client et de la stratégie.



COMMUNICATION EXTERNE OU INTERNE

La communication « externe » est au service du secteur public (institutions) ou privé (entreprises) et propose une palette d'actions touchant les médias, le sponsoring, l'édition de supports diversifiés, etc. Elle se destine à un public bien ciblé qui est « extérieur » à l'entreprise. Elle se différencie de la communication dite « interne » qui cherche à informer ou à fédérer les salariés par un journal, l'intranet ou la création d'événements dans un souci d'amélioration des relations et de la vie sociale de l'entreprise.



CHIFFRES CLÉS DE LA PRODUCTION :

Les métiers de la production sont des métiers dans lesquels la passion de l'univers culturel est prépondérante. La production se répartit en différents secteurs : le cinéma, la télévision, la musique et le spectacle vivant.



180,4 M

d'entrées en 2023
(+18,6 % par rapport à 2022)

TF1



en part
d'audience à

1^{re} chaîne 18,6 %

NETFLIX
1^{re} plateforme



utilisée par les consommateurs
de vidéo à la demande (77,7 %)

EA SPORTS FC 24



MEILLEURE VENTE

au classement consoles

Source : CNC

« J'ai passé cinq années enrichissantes à l'ISCPA, où j'ai pu découvrir de nouveaux horizons, apprendre énormément et tisser des liens aussi bien professionnels qu'amicaux. À la fin de mes études, je n'aurais jamais imaginé devenir booker. Mais grâce aux compétences acquises tout au long de mon parcours à l'ISCPA, j'ai eu l'opportunité d'explorer divers secteurs, comme la production cinématographique, phonographique et événementielle. C'est ainsi que j'ai découvert ma véritable vocation et passion. »

Hugo BARALE, Bookeur/tourneur, X-Ray Production

LA PRODUCTION

et ses multiples talents

« Une œuvre, un artiste, un public : le producteur a pour rôle de créer une alchimie pour que ces trois éléments s'épanouissent ensemble. Il doit pouvoir protéger les intérêts de l'artiste, l'aider à organiser son travail, valoriser son œuvre, la faire connaître, la diffuser, provoquer la rencontre avec son public, sous la forme d'un festival, d'une tournée, de la diffusion d'une œuvre dans les salles ou sur le petit écran.

Que ce soit dans le secteur cinématographique, audiovisuel, musical ou du spectacle vivant, les métiers de la production demandent des qualités personnelles et des compétences ciblées.

Le producteur est le chef d'orchestre dans la conduite du projet. La sensibilité artistique, la créativité, l'ouverture d'esprit sont des qualités requises. Mais celles-ci ne suffisent pas : elles doivent être complétées par un sens concret de l'initiative, de l'organisation et de la gestion. Les projets « des industries créatives » s'inscrivent souvent dans des temps longs : que ce soit pour produire un film, diffuser ou distribuer des œuvres, négocier des droits d'auteurs, participer à un événement médiatique, enregistrer un album, préparer une tournée, monter un festival, le producteur est par définition organisé et patient. En parallèle, il est réactif, sait mobiliser rapidement et efficacement son réseau pour pouvoir profiter des opportunités qui se dessinent dans l'environnement. Le milieu musical connaît des mutations rapides et profondes comme le montre l'apparition de nouvelles parties prenantes et de nouveaux modes de diffusion.

C'est pourquoi les métiers de la production sont exaltants : le contexte change et évolue en permanence, les projets demandent toujours plus de savoir-faire et d'audace, les relations se tissent avec une communauté d'acteurs engagés, créatifs et innovants.

Bienvenue à ceux qui nous feront vibrer demain.

Votre avenir est décidément e-media. »

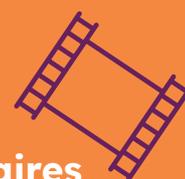
LE MARCHÉ DE LA PRODUCTION :



La vidéo représente

2,5 MDS €
de chiffre d'affaires

(+6,1% par rapport à 2022)



La musique enregistrée voit son chiffre d'affaires atteindre

968 M €

(+5,1% par rapport à 2022)



Le CNC a alloué

715,8 M €

à destination du cinéma, de l'audiovisuel et divers dispositifs transversaux en 2023

(Source : CNC & SNEP)



Parcours de **FORMATIONS**

 INITIAL	 ALTERNANCE	 INTERNATIONAL	CAMPUS
---	--	---	--------

PRODUCTION

Animation et réalisation radio/TV DE BAC À BAC +2 - TITRE NIVEAU 5	✓	✓		PARIS 
Bachelor Production Image&Co DE BAC À BAC +3 - TITRE NIVEAU 6	✓	✓	✓	PARIS 
Mastère Management de Production DE BAC +3 À BAC +5 - TITRE NIVEAU 7	✓	✓		PARIS - LYON 

MULTISPÉCIALITÉ

Classe Prépa Infocom ANNÉE PRÉPARATOIRE À L'ENTRÉE EN BACHELOR	✓		✓	PARIS - LYON - TOULOUSE 
---	---	--	---	--



Les diplômes **OBTENUS**

- Titre certifié de « Chargé de production dans les industries créatives et culturelles » de l'ISCPA, enregistré au RNCP n° 38832, niveau 6 (EU), codes NSF 133, 323n, 323p, par décision France Compétences en date du 27 mars 2024. Titre également accessible par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).
- Titre certifié de « Manager des organisations », enregistré au RNCP n° 38825, niveau 7 (EU), code NSF 310 par décision France Compétences en date du 27 mars 2024, éligible CPF. Titre également accessible par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).

TAUX DE RÉUSSITE*

BACHELOR PRODUCTION

87 %



MASTÈRE PRODUCTION

95 %

*Source : Jury d'attribution des titres 2023



LA SCÈNE : UN LIVE MUSICAL

Chaque année, les étudiants en 2^e année du Mastère Production spécialisation musicale ont l'opportunité de créer une scène musicale. Ils abordent toutes les étapes de la production d'un événement : du concept au booking en passant par la communication et la commercialisation jusqu'à la production de l'événement. Un événement qui leur permet de se confronter aux réalités opérationnelles et aux aléas qui peuvent se manifester sur un projet live.



FESTIVAL DE LA PROD' : L'ÉVÉNEMENT DE L'ANNÉE

Le Festival de la Prod' est un événement annuel organisé par l'ISCPA pour les étudiants de la filière production. Pendant cette journée, tous les étudiants se rassemblent dans un cinéma parisien pour présenter leurs projets de l'année devant un jury d'experts. Les travaux soumis incluent des courts-métrages, des clips, des documentaires et d'autres productions réalisées par les étudiants. Ces projets, développés depuis le début de l'année, permettent aux étudiants de se confronter à la réalité du monde de la production. Ils sont le fruit d'un travail acharné de chaque équipe et constituent une opportunité de montrer leur créativité et leur passion sur grand écran.

**DÉCOUVREZ LES PROJETS
DE NOS ÉTUDIANTS
EN PRODUCTION**



LE COURT-MÉTRAGE : À VOS SCÉNARIOS !

Dans le cadre de leur Bachelor Production Image&Co, les étudiants ont pour mission de créer un teaser de court-métrage. Pour ce faire, ils s'inspirent de l'ambiance cinématographique d'un réalisateur choisi par l'intervenant en début de module. Ce court-métrage constitue un projet immersif qui permet aux étudiants de mettre en pratique les cours dispensés : les moyens de production, la budgétisation, l'écriture, la préparation de tournage, le tournage et la post-production.



LE FESTIVAL SÉRIES MANIA : LE RENDEZ-VOUS DES PASSIONNÉS

Les étudiants en 2^e année du Mastère Production spécialisation audiovisuelle sont invités au festival Séries Mania. Ce festival qui se tient à Lille est le plus grand événement européen dédié aux séries TV. Pendant huit jours, les 72 000 visiteurs ont l'opportunité de découvrir des séries internationales en avant-première et d'interagir avec des acteurs, réalisateurs et décideurs clés de l'industrie. Cet événement professionnel rassemble également près de 3 000 experts de l'industrie pour des tables rondes, des masterclass et des forums.

Les métiers de la **PRODUCTION** PRÉPARÉS À L'ISCPA

SI ON PENSE EN PREMIER LIEU AU MÉTIER DE PRODUCTEUR, LA PRODUCTION NE SE RÉSUME PAS À CE SEUL MÉTIER ET SON BON FONCTIONNEMENT S'APPUIE EN RÉALITÉ SUR DE NOMBREUX POSTES ! VOICI QUELQUES MÉTIERS DE LA PRODUCTION.

**DÉCOUVREZ
LES DÉBOUCHÉS
DE NOS FORMATIONS**



**CONSULTEZ
LE GUIDE
DES MÉTIERS**

PRODUCTEUR

Le producteur est la personne qui recherche et crée des projets, se met en quête des moyens financiers pour les produire et les diffuser. Son rôle est celui d'un chef d'orchestre aux multiples compétences et talents. L'une de ces nombreuses missions est de fédérer des talents autour de lui avec un seul objectif : produire le meilleur contenu possible.

CHARGÉ D'ACQUISITION

Le chargé d'acquisition est un négociateur de droits audiovisuels ou cinématographiques. Il est passionné par son secteur (le cinéma, les séries, les documentaires, etc.) et il a pour mission de négocier aux meilleures conditions ces œuvres pour le compte des chaînes de télévision linéaires ou des plateformes.

CHARGÉ DE PRODUCTION

Ce professionnel est chargé de coordonner la collaboration entre les différentes équipes liées à un même projet (artistes, techniciens, prestataires, etc.). Son champ de compétences est très vaste et dépend du contexte (petite production, chaîne de télévision, spectacle vivant, etc.). Il est amené à suivre des dossiers de recherche de financements et/ou assurer des tâches de direction de production.

CHARGÉ DE VENTE DES DROITS

Au sein d'une maison de disques ou chez un distributeur de contenu, le chargé de vente de droits est l'interlocuteur du chargé d'acquisition. Il représente les ayants droits du contenu et doit ainsi obtenir les meilleures conditions financières et contractuelles.

DIRECTEUR DE PRODUCTION

Le directeur de production est un salarié, employé par le producteur afin de prendre en charge la partie logistique et organisationnelle de la fabrication du programme ou de l'événement. Il assure un rôle essentiel avant la phase de production exécutive. Un programme considéré comme bien produit le doit généralement à un travail en amont méthodique, précis et exhaustif.

RESPONSABLE DE FESTIVAL OU DE MARCHÉ PROFESSIONNEL

Il a pour mission d'organiser un événement spécialisé et identifié où se rencontrent auteurs, producteurs, chargés d'acquisition et vendeurs internationaux. Seuls quelques festivals importants peuvent se prévaloir d'être associés à un marché (Cannes, MIPCOM, MIDEM, Singapour, MIPTV, Los Angeles, etc.).



Les univers DE LA PROFESSION

Le secteur de la production est en pleine mutation et ce depuis plusieurs années. Le digital, la numérisation des contenus ont tour à tour entraîné la création des chaînes TNT, des plateformes nationales (myCANAL, M6+, TF1+, etc.) internationales (Netflix, Amazon Prime vidéo, Disney+, HBO Max, etc.) et les plateformes musicales (Deezer, Spotify, etc.)

Aujourd'hui et demain, l'IA va bouleverser la manière de produire des contenus.

PRODUCTION
BAC À BAC+5

MON

TITRE
CENTRE

AL
TER
NANCE



LES MÉTIERS DE LA PRODUCTION PERMETTENT DE TRAVAILLER SUR DE NOMBREUX TYPES D'ŒUVRES

Selon votre passion, vous pourrez vous lancer dans la production de :

- Longs-métrages
- Fictions (séries, téléfilms, web séries, etc.)
- Documentaires
- Programmes d'animation
- Émissions de flux (talk shows, divertissements, magazines, jeux, etc.)
- Émissions radiophoniques ou podcasts
- Œuvres musicales
- Spectacles vivants (concert, théâtre, récital, etc.)
- Clips musicaux



DANS QUELS SECTEURS PROFESSIONNELS TROUVER UN EMPLOI ?

Les milieux sont ceux des secteurs culturels reposant sur la création d'œuvres fixées sur un support et donc pérennes.

Vous pourrez exercer votre métier pour les :

- Sociétés de production audiovisuelles ou cinématographiques
- Chaînes de télévision linéaires et plateformes
- Sociétés de distribution de contenu
- Majors musicales
- Sociétés de production de spectacles vivants
- Sociétés de production de jeux vidéo

NOUS DÉCOUVRIR

GROUPE



ffollozz
L'école du marketing d'influence

f
L'é

GR

isc
JOURN
COMMUN
PRODI

Masterclass À L'ISCPA

L'ISCPA ORGANISE RÉGULIÈREMENT DES MASTERCLASS, DES RENCONTRES OU DES ÉMISSIONS, AVEC DES INTERVENANTS RECONNUS ET DES ALUMNI QUI VIENNENT TÉMOIGNER DE LEUR EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE.

DES RENDEZ-VOUS IMPORTANTS POUR LES ÉTUDIANTS QUI LEUR PERMETTENT D'ÉCHANGER AVEC DE FUTURS CONFRÈRES.



ILS SONT VENUS À L'ISCPA :

- David ABIKER - Animateur sur Radio Classique
- Christophe BARBIER - Journaliste & éditorialiste
- Lénaïg BREDOUX - Journaliste chez Mediapart
- Hervé BRUSINI - Journaliste, prix Albert-Londres
- Ruth ELKRIEF - Présentatrice sur LCI
- David FOENKINOS - Écrivain
- Jean-Wilfrid FORQUÈS - Journaliste, grand reporter BFMTV et RMC
- Hervé LE TELLIER - Écrivain, prix Goncourt 2020
- Pierre LESCURE - Co-fondateur de Canal+
- Fabrice LHOMME et Gérard DAVET - Journalistes d'investigation au journal *Le Monde*
- Léna MAHFOUF - Créatrice de contenu & entrepreneuse
- Philippe MANŒUVRE, journaliste et critique musical
- Mathieu MOLARD - Rédacteur en chef chez StreetPress
- Edwy PLENEL, Laurent MAUDUIT et Fabrice ARFI - Journalistes chez Mediapart
- Emmanuel RAZAVI - Grand reporter
- Valentin RICHARDOT - Fondateur de J'ai un pote dans la com
- Denis ROBERT - Journaliste et écrivain
- Didier ROUSTAN - Journaliste sur la chaîne L'Équipe
- Grégory ROZIÈRES - Journaliste au Huffington Post
- Antoine SFEIR - Directeur des *Cahiers de l'Orient*
- Jules STIMPFLING - Fondateur du média Le Crayon
- Hugo TRAVERS - Fondateur de la chaîne YouTube HugoDécrypte
- Éric VALMIR - Secrétaire général de l'information chez Radio France
- Gilles VANDERPOOTEN - Directeur général de Reporters d'espoirs
- Gilles VAN KOTE - Directeur délégué aux relations avec les lecteurs - *Le Monde*
- Élise VINCENT - Journaliste au journal *Le Monde*

Stage ET ALTERNANCE

ACQUÉRIR DE L'EXPÉRIENCE SUR LE TERRAIN



À L'ISCPA, NOUS SOMMES CONVAINCUS QUE FAIRE SES ÉTUDES TOUT EN CUMULANT UNE EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE IMPORTANTE EST INDISPENSABLE. EN EFFET, LA CONNAISSANCE ASSOCIÉE À LA PRATIQUE VOUS PERMETTRA DE TROUVER RAPIDEMENT UN EMPLOI À L'ISSUE DE VOS ÉTUDES DANS NOTRE ÉCOLE.

Les modalités DE STAGE

À l'ISCPA, les étudiants en formation initiale sont immergés dans des conditions professionnelles, tant sur le campus que pendant leurs périodes de stage. Ces stages leur offrent l'opportunité de découvrir les réalités du terrain avec des durées de plus en plus importantes pour monter en compétences.

Ces périodes de stage peuvent s'effectuer en France ou à l'étranger. L'ISCPA est charté Erasmus + afin de permettre aux étudiants de bénéficier de bourses de mobilité.

Les modalités DE L'ALTERNANCE

À l'ISCPA, vous avez la possibilité de faire vos études en alternance dès la 3^e année en communication et production et en 2^e année de Mastère sur la filière journalisme, sous contrat de professionnalisation ou contrat d'apprentissage. Le choix et la mise en œuvre administrative d'un contrat en alternance appartiennent à l'entreprise. Le coût lié à la formation n'est pas à votre charge : la formation est donc gratuite. Avec un statut de salarié, vous suivez un enseignement général en centre de formation et travaillez en alternance chez un employeur pour mettre en pratique les savoir-être et savoir-faire acquis tout au long de votre cursus.

Au sein de l'entreprise, vous êtes accompagné par un tuteur. Votre temps de travail en alternance, incluant le temps de présence en formation, est identique à celui des autres salariés de l'entreprise. Enfin, vous percevez une rémunération mensuelle qui équivaut à un pourcentage du SMIC en fonction de votre âge et du niveau d'études actuel.

Rapprochez-vous du campus de votre choix pour découvrir les rythmes d'alternance.

	JOURNALISME	COMMUNICATION	PRODUCTION
Bachelor 1	2 à 3 mois minimum		
Bachelor 2	3 à 4 mois minimum		
Bachelor 3	5 mois minimum	Alternance	
Mastère 1	3 à 4 mois minimum	Alternance	
Mastère 2	Alternance		

« Mes premiers stages m'ont apporté une conscience professionnelle et une posture qui ne s'apprennent pas autrement qu'en étant plongée dans le monde professionnel. Toutefois, le rythme de l'alternance est quelque chose à part qui demande beaucoup d'organisation et surtout de continuité dans les projets. C'est d'ailleurs l'un de ses grands avantages. J'ai pu acquérir une première expérience longue chez Orange, où nous nous imprégnions à 100 % dans le monde du travail et dans la culture de l'entreprise. Cela permet de mener des projets jusqu'à leur terme et d'être traité comme un professionnel à part entière. »

Enora CALDIN, diplômée ISCPA, promotion 2023

RETROUVEZ LES TÉMOIGNAGES
#MONSTAGEISCPA ET #MONALTERNANCEISCPA



Votre tremplin VERS LA VIE ACTIVE



JOB FACTORY/SERVICE RELATIONS ENTREPRISES

Vous bénéficierez d'un programme d'accompagnement professionnel. Nous mettrons tout en œuvre pour que vous ayez les bons outils lorsque vous vous lancerez dans la recherche de votre stage ou d'une alternance.

- Des coachings CV, lettre de motivation et mises en situation d'entretien
- Des ateliers LinkedIn
- Des job datings sur le campus ou en ligne

PLATEFORME ISCPA ALUMNI

L'ISCPA et le Groupe IGENSIA Education proposent une offre de prestations entièrement dédiée au recrutement et à l'accompagnement vers l'emploi pour les jeunes diplômés et anciens de l'ISCPA et des autres écoles du groupe.

ISCPA Alumni, c'est :

- Un moteur de recherche permettant la rencontre entre diplômés et entreprises partenaires du Groupe IGENSIA Education
- Des offres d'accompagnement individualisé à la recherche d'emploi, de coaching, de bilan de compétences, etc.



L'INCUBATEUR WHY NOT FACTORY

Une âme d'entrepreneur ? La Why Not Factory est un espace unique, expérimental, créatif et pédagogique, où étudiants, entrepreneurs et experts combinent leurs efforts pour créer et développer leurs projets.

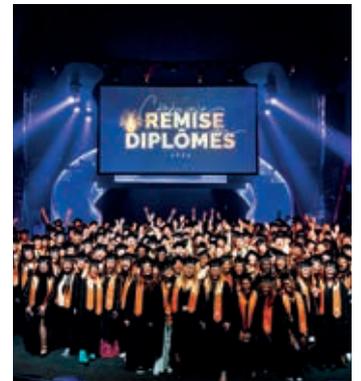
- + 350 porteurs de projets accompagnés
- 100 projets accompagnés
- 50 événements par an
- 30 experts

thewhynotfactory.fr



Rejoignez une communauté de

+ de 5 000
alumni



Relations ENTREPRISES



UN SERVICE DÉDIÉ

Le service Relations entreprises vous accompagne chaque année dans l'étude de votre projet, la recherche d'offres, la préparation de vos candidatures et le suivi de vos expériences.



UN CALENDRIER DE RENCONTRES AVEC LES PROFESSIONNELS ET LES EMPLOYEURS



L'école vous permettra de participer à plusieurs rendez-vous importants tout au long de votre scolarité pour vous permettre de développer votre réseau et vos opportunités de stage et d'alternance. De nombreuses entreprises partenaires participent aux événements de recrutement comme le job dating. Le service organise également des visites d'entreprises pour découvrir les lieux de votre future vie active.



EMPLOYABILITÉ FORTE ET RAPIDE

Forts de notre lien avec le Groupe IGENSIA Education comptant 80 000 diplômés et formant 1 recruteur sur 4 en France, nous bénéficions d'un réseau de recruteurs important en France et à l'international. Nos étudiants trouvent en moyenne leur premier emploi en seulement 6 mois, en majorité en statut cadre sur des missions à responsabilités et managériales.



ILS FONT CONFIANCE À NOS ÉTUDIANTS



Au cœur DE L'UNIVERS PRO

L'ISCPA, INSTITUT SUPÉRIEUR DES MÉDIAS, DISPOSE DE PLATEAUX TECHNIQUES RÉNOVÉS DE NIVEAU PROFESSIONNEL.

Les plateaux techniques sont mis à la disposition de nos étudiants quelle que soit leur filière, dans le cadre de cours ou de projets pédagogiques particuliers.

UN STUDIO DE TÉLÉVISION :

- Le desk : table pour accueillir un JT ou une émission spéciale
- Le wall : pour présenter des infographies via une télé connectée
- Le coin cosy : pour réaliser des interviews ou des formats courts pour les réseaux sociaux

Équipé de caméras tourelles, d'éclairages professionnels (grille de projecteurs, LED, etc.) et d'un prompteur

UNE RÉGIE TV :

Un tricasteur pour réaliser l'émission, table de mixage son, moniteurs retours caméras, webpresenter 4K pour réaliser des émissions en streaming via OBS

UN STUDIO DE RADIO :

Équipé d'une cabine pour la prise de son (micros, casques et ordinateurs Mac) et d'une régie pourvue d'une console son RØDECaster avec liaison Bluetooth, téléphone et USB, liaison d'ordres entre la régie et le studio

Une régie radio : une console et un ordinateur avec Pro Tools

UN STUDIO MUSIQUE :

Équipé d'une cabine insonorisée, de micros pour les prises de voix et d'instruments : guitare, basse, batterie, clavier, etc.

UN MAGASIN :

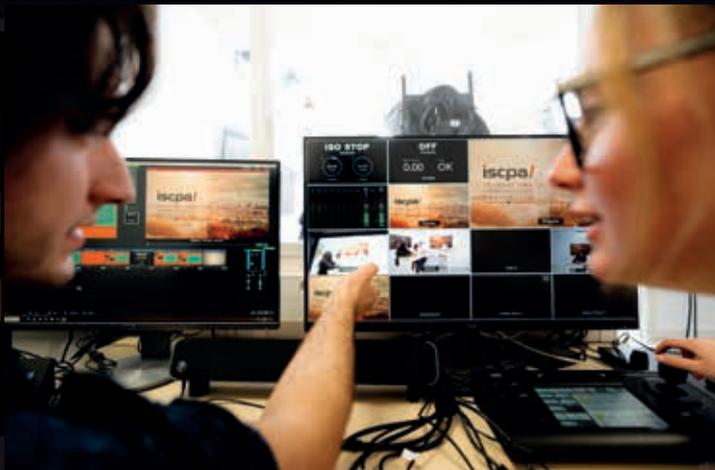
Du matériel à disposition des étudiants pour mener à bien leurs projets (tournage, reportage, etc.)*

- Caméra 4K Panasonic
- Appareils photo Canon
- Hybrides Sony Alpha
- Toute une gamme de micros
- Enregistreurs Zoom
- GoPro
- Panneaux LED
- Des salles de montage son et vidéo équipées de bancs de montage
- Des salles de PAO (Publication assistée par ordinateur) PC et Mac dédiées à la presse écrite, aux cours de maquette, à la création graphique et au multimédia
- Mise à disposition de logiciels professionnels : Suite Adobe (InDesign, Photoshop, Illustrator, After Effects, Premiere Pro, etc.)

La liste des équipements est susceptible de varier selon les campus.

DÉCOUVREZ
LES INSTALLATIONS
DE NOS CAMPUS





Préparez votre **CANDIDATURE**

L'ISCPA admet des étudiants directement après le bac ou en admission parallèle. L'admission à l'ISCPA est basée sur l'examen du dossier de candidature et les résultats obtenus aux épreuves d'admission.

Débutez votre candidature directement sur le site web de l'ISCPA et munissez-vous des documents suivants pour valider votre candidature : CV, lettre de motivation, pièce d'identité.

LES ÉPREUVES D'ADMISSION :

- **CAFE80** : un QCM de 80 questions sur la culture, l'actualité, le français et l'anglais (45 min, 100 % en ligne)
- **L'ESSAI** : une épreuve rédactionnelle qui permet d'apprécier votre curiosité pour le sujet, vos qualités d'analyse, de synthèse, d'orthographe et de syntaxe (1 h 30, 100 % en ligne).
- **L'ENTRETIEN DE MOTIVATION** : un oral sur le campus ou en distanciel qui permet d'échanger sur l'adéquation entre votre projet professionnel et la formation à laquelle vous candidatez (30 min).



JE ME PRÉPARE



JE CANDIDATE

Financer SES ÉTUDES

LES ÉTUDES SUPÉRIEURES SONT UN RÉEL INVESTISSEMENT ET NOUS COMPRENONS LES ENJEUX QU'ILS REPRÉSENTENT POUR VOUS ET VOTRE ENTOURAGE. VOICI LES DIFFÉRENTES SOLUTIONS DE FINANCEMENT MISES À VOTRE DISPOSITION :



BOURSE SOLIDAIRE

Au moment de votre admission, vous avez la possibilité de solliciter une bourse sur critères sociaux pouvant atteindre jusqu'à 1 000 € après examen par le comité d'attribution. Cette bourse peut être reconduite en année supérieure après examen du dossier. Cette remise viendra s'appliquer sur les frais de scolarité.



BOURSE EXCELLENCE

Lors de votre inscription définitive, vous pouvez solliciter une bourse récompensant votre performance au baccalauréat de l'année en cours, sur présentation d'un justificatif.

Mention Très bien : 1 000 €

Mention Bien : 500 €

Cette remise viendra s'appliquer sur les frais de scolarité.



AVANTAGE FAMILY

Votre frère ou votre sœur ont déjà effectué leur scolarité dans l'une des écoles du Groupe IGENSIA Education ? Bénéficiez de 10 % de réduction sur vos frais de scolarité.



AVANTAGE ALUMNI

L'un de vos parents est alumni du Groupe IGENSIA Education ? Bénéficiez de 10 % de réduction sur vos frais de scolarité.



UN FINANCEMENT SUR MESURE

Vous pouvez échelonner le paiement de la scolarité sur 3 ou 6 échéances et, ainsi, obtenir des mensualités réduites. Un règlement au comptant de la totalité de l'année de scolarité vous permet de bénéficier de 5 % d'escompte.



POLITIQUE DE BOURSES

Nos équipes admission se tiennent à votre disposition pour toute question relative à la politique de bourses, marqueur essentiel des valeurs d'Ouverture et d'Humanisme que le Groupe IGENSIA Education défend et met en application depuis 1975.

Cumul de deux bourses/avantages possible.



Erasmus+

BOURSE ERASMUS +

La bourse Erasmus+ est attribuée par la Commission européenne afin de financer une partie de vos voyages ou séjours dans des universités chartées Erasmus+.



**EN SAVOIR +
SUR LES
FINANCEMENTS**

Rejoignez une école du **GROUPE IGENSIA EDUCATION**

Prenez part à une vie de campus dynamique et **riche des singularités** qui composent notre **communauté étudiante internationale**. Nous vous accueillons sur nos campus pensés pour **votre confort et votre accessibilité**.

CAMPUS IGENSIA PARIS

Notre campus parisien est situé en plein cœur du 10^e arrondissement à quelques pas du canal Saint-Martin. C'est un quartier vivant où il fait bon vivre et étudier.

Campus IGENSIA Parodi
12, rue Alexandre Parodi
75010 Paris



Découvrez le campus de Paris en vidéo !



10 ÉCOLES GROUPE IGENSIA EDUCATION
1 PÔLE APPRENTISSAGE
3 000 ÉTUDIANTS PAR AN
+ DE 80 NATIONALITÉS REPRÉSENTÉES



16 000 m²
Des salles de classe
et des auditoriums équipés

- Des salles informatiques
- **600** postes de travail avec ordinateur

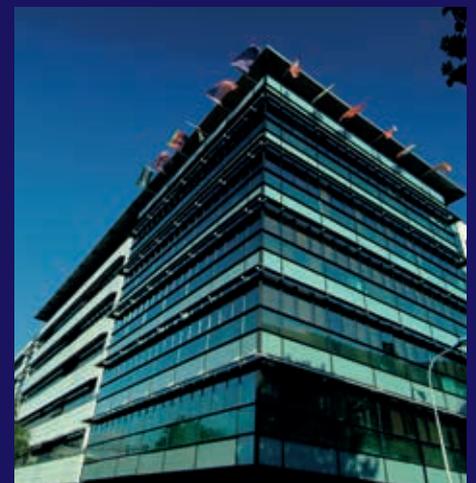


1 cafétéria
1 bibliothèque
1 centre de ressources documentaires



- Un incubateur de projets, « **Why Not Factory** »
- Learning labs

Accès à un **centre sportif de haut niveau** à Eaubonne



CAMPUS IGENSIA LYON

Notre campus de Lyon, situé dans le 9^e arrondissement, regroupe des écoles du Groupe IGENSIA Education et d'autres écoles dans des bâtiments modernes et agréables.

Campus René Cassin
47, rue du Sergent Michel Berthet
69009 Lyon

 Découvrez le campus de Lyon en vidéo !



7 ÉCOLES GROUPE IGENSIA EDUCATION
1 PÔLE APPRENTISSAGE
8 000 ÉTUDIANTS PAR AN
+ DE 25 NATIONALITÉS REPRÉSENTÉES



22 000 m²
Des aires de pause conviviales et des salles de travail
170 salles de classe

- **18** salles informatiques
- **800** postes de travail avec ordinateur



- 2** cafétérias
- 2** amphithéâtres
- 1** centre de ressources documentaires



- Un incubateur de projets, « **Why Not Factory** »
- Learning labs



- 1** salle de gym

NOS CAMPUS

CAMPUS IGENSIA TOULOUSE

Notre campus de Toulouse-Blagnac est situé à 20 minutes du centre-ville. Il est doté d'infrastructures modernes et d'équipements à la pointe de la technologie.

Campus IGENSIA Toulouse-Blagnac
186, route de Grenade
31700 Blagnac

 Découvrez le campus de Toulouse en vidéo !



5 ÉCOLES GROUPE IGENSIA EDUCATION
1 PÔLE APPRENTISSAGE
1 800 ÉTUDIANTS PAR AN
+ DE 25 NATIONALITÉS REPRÉSENTÉES



6 000 m²
45 salles de classe
6 espaces de travail collaboratif

- **11** salles informatiques avec PC
- **1** salle de PAO avec Mac



- 2** cafétérias
- 9** amphithéâtres
- 1** centre de ressources documentaires



- Un incubateur de projets, « **Why Not Factory** »
- **3** learning labs



- 1** terrain multisport



Vivez l'expérience

GROUPE IGENSIA EDUCATION

LES RITUELS DE LA VIE ÉTUDIANTE



SOIRÉE DES ADMIS



JOURNÉE D'INTÉGRATION



TOUR E-MEDIA



**CÉRÉMONIE DE REMISE
DES DIPLOMES**

DES ASSOCIATIONS ET UN BDE POUR ANIMER VOTRE ANNÉE

I Le BDA Events

Dédié aux événements qui vous feront passer une année inoubliable : soirées étudiantes, journée d'intégration, animations sur les campus, soirée de Noël, etc.

I Le BDA Voyages

Dédié à l'organisation de vacances dans de superbes destinations : week-ends culturels dans des capitales européennes, séjour au ski, voyages humanitaires, etc.

I Le BDA Sports

Dédié à la pratique de plusieurs sports sur le campus : cours de danse, basket, etc. Équipe INGENSAIL : la course croisière.

TEMPS FORTS ET PROJETS POUR UNE ÉCOLE OUVERTE ET PROFESSIONNALISANTE

- Semaine internationale
- Semaine de la solidarité
- Semaine du handicap
- Semaine des Arts
- Semaine du goût
- Semaine Entreprises
- Etc.

DÉVELOPPEZ VOTRE PROJET ENTREPRENEURIAL



Au sein la Why Not Factory,
l'incubateur du Groupe IGENSIA Education.

INTÉGREZ LA JUNIOR CONSEIL

Réalisez des missions de consulting auprès de nos entreprises clientes et bénéficiez d'expériences professionnelles enrichissantes tout en étant rémunéré !

BDA : Bureau des Associations | BDE : Bureau des Étudiants



ET APRÈS ?

Intégrez notre **communauté Alumni** Groupe IGENSIA Education et développez votre réseau lors d'événements dédiés.

En rejoignant une école du **GROUPE IGENSIA EDUCATION**

Vous portez une **vision engagée**
de notre **responsabilité sociétale**
et de nos valeurs : **Humanisme,
Engagement, Ouverture.**



REJOINDRE UN GROUPE AU STATUT UNIQUE DE « TROISIÈME VOIE »

Nous sommes la seule fédération d'associations à but non lucratif indépendante dans le monde de l'enseignement supérieur, partagé entre le public et le privé. Par conséquent, **nos bénéficiaires sont réinvestis dans la pédagogie et les enseignements.**



AIDER NOS ÉTUDIANTS DANS LEUR VIE QUOTIDIENNE

Logement, loisirs, équipements, etc.

Le Groupe IGENSIA Education vous propose des services dédiés aux apprenants et des réductions.

Bénéficiez gratuitement du service « IGENSIA for me » : soutien psychologique, accompagnement famille et vie sociale, assistance administrative et juridique, téléconsultation, etc.

Voir
les offres



S'ENGAGER POUR L'HUMAIN ET LA PLANÈTE

- En 2026, **100 %** de nos offres de formation **certifiantes et diplômantes** intégreront des **enjeux de développement durable/RSE**
- Agir en faveur de la **diversité**, de l'**inclusion** et **contre les discriminations**
- Promouvoir des mesures **éco-responsables** sur nos campus
- Mesurer nos émissions et nous engager à **diminuer notre impact carbone**
- objectif certification « LUCIE 26000 » en 2025





COMBATTRE LES INÉGALITÉS



Notre programme Hand'IGS œuvre au quotidien pour **accompagner tous nos publics**, quel que soit leur handicap, pour leur permettre de suivre nos formations : campus accessible, équipe de psychologues, etc.

+ de 400 personnes
en situation de handicap
accompagnées chaque année

En savoir +



CONSTRUIRE UN PROJET D'AVENIR

Reprise d'études, reconversion professionnelle ou recherche d'emploi, depuis 40 ans le pôle Insertion Inclusion organise des **parcours de formation** et applique des dispositifs nationaux, régionaux et départementaux à destination des **demandeurs d'emploi jeunes et adultes, cadres et employés**.

91 % de diplômés
en poste dans les 6 mois*



ACCUEILLIR NOS ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX

+ de 113 nationalités
sont représentées sur nos campus.
Notre service dédié est là pour faciliter leur installation et leur poursuite d'études au sein de nos écoles.

En savoir +



*Enquête sur l'ensemble des promotions des écoles du Groupe IGENSIA Education (promotions 2023)

iscpa!

JOURNALISME
COMMUNICATION
PRODUCTION

GROUPE
IGENSIA
EDUCATION

NOUS CONTACTER

CAMPUS IGENSIA PARIS

01 80 97 65 80
12, rue Alexandre Parodi
75010 Paris
iscpaparis@igensia.com

CAMPUS IGENSIA LYON

04 51 42 03 74
47, rue Sergent Michel Berthet
69009 Lyon
iscpalyon@igensia.com

CAMPUS IGENSIA TOULOUSE

05 37 04 10 34
186, route de Grenade
31700 Blagnac
iscpatoulouse@igensia.com

NOS LABELS



Hand'IGS, la mission handicap du Groupe IGENSIA Education, favorise l'accès à ses formations aux personnes en situation de handicap.

Pour en savoir plus :
handigs@igensia.com

