

Lancement du Label Digital Marketing School : bâtir un pont entre les écoles et les professionnels

4 associations professionnelles du Marketing Digital, le CPA, la DMA France, l'IAB France, et La Mobile Marketing Association, s'associent pour proposer un label de qualité aux établissements dispensant une formation en marketing digital.

Une démarche visant à valider l'adéquation entre les enseignements proposés par les formations dans l'univers digital et les attentes des entreprises, afin de faciliter l'intégration des étudiants et jeunes diplômés.

Paris – Le 18 janvier 2022 - Les quatre principales associations professionnelles (le CPA, la DMA France, IAB France, La Mobile Marketing Association), couvrant tous les métiers du marketing digital et représentant plus de 500 entreprises et 200 000 salariés, ont élaboré un label de qualité, dont l'objectif est de favoriser l'employabilité des étudiants et des jeunes diplômés en leur assurant une formation au plus près des évolutions des métiers du marketing digital.

Le Label DMS s'adresse, dans un premier temps, à toutes les formations diplômantes à BAC+5 dans les domaines suivants : Digital, Communication, Marketing, Publicité, E-business, Data Marketing.

Plusieurs établissements de formation ont d'ores et déjà manifesté leur intérêt pour le label et ont entamé le processus de certification. Le premier jury se réunira en commission de labellisation le 31 mars 2022 pour sélectionner les premières formations labellisées.

François Deltour, président de l'association pilotant le Label Digital Marketing School, indique : « *nous sommes ravis de la collaboration étroite et amicale entre le CPA, la DMA France, l'IAB France et La Mobile Marketing Association qui apporte une forte légitimité au Label Digital Marketing School. Il est le fruit d'un travail commun des principales associations professionnelles visant à fluidifier les relations étudiants, établissements de formation et entreprises. C'est un pas essentiel pour accompagner la croissance de notre marché* ».

Pourquoi un Label Digital Marketing School ?

Les entreprises du secteur de la publicité en ligne prévoient d'ouvrir 3500 postes en 2022* quand un tiers des employeurs s'accordent à dire que le manque de compétences est plus prononcé qu'il y a un an**.

Dans l'univers de la communication et du marketing digital, les outils, les compétences et métiers sont en perpétuel mouvement : nouveaux jobs créés, nouveaux besoins des entreprises. Avec d'un côté, le monde académique qui ne peut pas, à lui seul, suivre toutes les tendances, et de l'autre, des entreprises en forte croissance qui ont des besoins de compétences spécifiques, en stage, alternance et CDI.

Le Label Digital Marketing School concrétise la réunion des quatre grandes associations des professionnels du secteur qui souhaitent établir des « ponts » opérationnels entre les futurs jeunes diplômés et les entreprises du marché. Au-delà de la validation des enseignements

en fonction des standards et recommandations de l'industrie, l'objectif du label est aussi de nourrir l'écosystème étudiant et professoral en facilitant la mise en place de conférences, de séminaires opérationnels et autres événements en lien avec les acteurs métiers et les besoins des entreprises. Par ailleurs, un accès privilégié est réservé aux étudiants des établissements labellisés pour obtenir des stages, des alternances ou des CDI.

Une grande diversité de métiers concernés

Au regard de la multitude de métiers qui composent le Marketing Digital, les entreprises du secteur ont un besoin permanent de profils diversifiés, qualifiés et opérationnels. Avec une difficulté singulière : ces métiers évoluent vite, sous la double impulsion des avancées technologiques et des changements de modes de consommation, impliquant une adaptation régulière des formations en marketing digital.

Pour mettre en place les conditions d'une croissance sereine, les entreprises s'impliquent, à travers le Label DMS, dans la formation de leurs futurs collaborateurs aux métiers tels que : SEO strategist, growth hacker, social media manager, content strategist, UX designer, responsable email marketing, chef de projet web mobile, CRM manager, responsable éditorial web, data scientist, responsable paid media, responsable e-commerce, responsable affiliation, media trader, customer success manager, responsable acquisition, etc.

Les membres du jury de la commission de labellisation

- Judith Fichet, Directrice Marketing & Expérience Client BNP Paribas
- Pierre Gauthier, Commercial Director Channel Factory
- Goulven Aubrée, Directeur Général Edgewhere
- Bruno Florence, Fondateur et Directeur Florence Consultant
- Catherine Sedillière, Advertising Industry Relations Manager France Google
- Mykim Chikli, Chief Executive Officer EM Weborama
- Matthieu Raiffé, Founder Hoot Com
- Federica Postorino, Country Manager France Tradedoubler

Les associations professionnelles à l'initiative du label

- Le Collectif pour les Acteurs du Marketing Digital est le syndicat professionnel des acteurs du marketing digital, secteur d'activité constituant le socle de toute stratégie d'acquisition digitale. www.cpa-france.org
- La DMA France (Data & Marketing Association France) est l'organisme référent sur les problématiques de la data marketing multicanal au service des professionnels et des institutionnels. www.dma-france.org
- L'Interactive Advertising Bureau France (IAB France) regroupe les acteurs de la communication digitale. www.iabfrance.com
- La Mobile Marketing Association a pour mission première d'accélérer la transformation et l'innovation du Marketing grâce au Mobile. www.mobilemarketing.fr

Contact presse : Sindy Rivière - contact@labeldms.fr

* Étude Asterès de l'IAB et de La Mobile Marketing Association

** Étude Monster "Futur of Work 2021"