

Note au CA sur la communication :

Politique, stratégie et actions

CA du 9 novembre 2007

Enjeux

L'USTL a absolument besoin d'améliorer sa communication externe et interne. Deux documents explicitent ce besoin. Ils sont disponibles sur le site intranet. Le premier présente un état des lieux et un diagnostic de la communication. Il a été réalisé en collaboration avec un cabinet de communication. Le second est une synthèse de l'enquête de l'OFIP sur la communication et les services de l'USTL en direction des étudiants

Notre politique de communication se déclinerait selon les axes et enjeux suivants :

- Accroître la visibilité de L'USTL dans la configuration universitaire nationale et internationale.
- Communiquer autour du projet et des valeurs de l'USTL et de l'ensemble de nos responsabilités vis-à-vis de la société.
- Communiquer sur notre mission première : la production, la transmission et l'acquisition des savoirs et des connaissances, ainsi que mettre en valeur les enseignements proposés et l'ensemble des outils pédagogiques utilisés.
- Montrer et valoriser les résultats de la recherche effectuée dans les laboratoires de l'université. Valoriser les publications issues de travaux de nos universitaires
- Œuvrer pour une adhésion collective à un projet commun de l'université et pour l'émergence d'une culture *d'appartenance à la maison universitaire* et particulièrement celle de L'USTL.
- Collaborer avec les autres missions centralisées de l'université comme la culture, la vie de l'étudiant, la vie sociale, le sport ainsi qu'avec celles qui sont réalisées dans les composantes et les laboratoires de l'université.
- Valoriser les activités culturelles et ses publications, les activités des relations internationales, celles des associations d'étudiants, de personnels et celles des syndicats.
- Faire de la communication un outil contribuant au bon développement de la politique de ressources humaines.

Pour y parvenir

- Etablir une stratégie de communication et de relations publiques structurée en différentes phases selon les objectifs à atteindre et les enjeux pour notre université.
- Se doter d'une communication professionnelle, efficace, instantanée s'appuyant sur les supports médiatiques et de multiples réseaux.
- Mettre en place les outils adéquats à la réalisation de ladite stratégie.
- Se donner les moyens humains et financiers pour la réalisation de cette politique.
- Rendre lisible et visible notre projet auprès de tous, à l'interne comme à l'externe.
- Constituer un réseau d'anciens – retraités, étudiants en fonction – qui pourrait devenir un des socles sur lequel reposerait la valorisation de Lille1.

- Entretenir une relation continue avec les politiques et les différents partenaires publics et privés pour les sensibiliser aux besoins de Lille 1.
- Concevoir une communication spécifique à l'égard des différents partenaires du monde économique, social, et institutionnel.

Principales actions 2007- 2008

- ⇒ Un diagnostic de notre communication et une évaluation de l'image perçue de l'université ont été réalisées. À la lumière de ce diagnostic, la réflexion sur notre stratégie de communication pour les cinq années à venir est engagée.
- ⇒ Une phase d'écoute et d'analyse est mise en oeuvre. Pour qu'une politique et une stratégie de communication soient efficaces, il est en effet nécessaire que l'adhésion de l'ensemble de la communauté universitaire soit acquise. Des réunions de concertation avec les différents services, UFR, laboratoires ont déjà eu lieu, d'autres sont en cours de programmation. Plusieurs réunions de concertation ont permis d'engager le dialogue entre les différents communicants à l'université. Ce dialogue devrait nous permettre de rendre plus cohérente l'image de notre université et optimiser l'efficacité des communicants et de leurs outils.
- ⇒ Nous travaillons pour mieux identifier les leviers (forces faiblesses, risques opportunités) et le « chemin à parcourir » au regard de notre futur positionnement.
 - Une nouvelle approche de relations publiques : rencontres avec la presse, points presses réguliers, ... est en cours de réalisation.
 - La refonte du site Web de l'université est engagée. Il s'agit de le rendre, conforme aux standards en vigueur mais aussi plus performant, plus convivial et accessible à tous y compris aux handicapés. C'est un grand chantier autour duquel la mobilisation de tous est nécessaire. C'est pourquoi le service communication et le CRI sont mobilisés. Des groupes de travail sont mis en place. Il s'agit de trouver la méthode optimale pour réussir cette construction. Nous pensons que le nouveau site Web sera totalement opérationnel en septembre 2008. Un Web Master est en cours de recrutement.
 - Une charte graphique de l'université sera proposée en février 2008.
 - L'analyse de ces outils de communication : mails, documents papiers, salons,...etc, incite à les revoir et surtout à les rendre cohérents en répondant à une stratégie bien identifiée.
 - Il faudra sans doute renforcer la collaboration entre la communication de l'université et radio Campus : une émission hebdomadaire sur l'université est programmée chaque mercredi à 17h, à partir de la deuxième moitié de novembre.
 - Il faudra aussi renforcer le rôle des anciens : trois commissions mixtes sont en cours de constitution : patrimoine scientifique, culture, et valorisation de Lille1.

L'objectif est qu'en février 2008, notre stratégie de communication soit opérationnelle, et que l'ensemble des outils et besoins soient identifiés. Il vous appartiendra de déterminer les moyens nécessaires à la mise en place de cette stratégie.