

Epreuve : ...101..... Matière : ...0529..... Session : ...2020.....

**CONSIGNES**

- Remplir soigneusement, sur CHAQUE feuille officielle, la zone d'identification en MAJUSCULES.
- Ne pas signer la composition et ne pas y apporter de signe distinctif pouvant indiquer sa provenance.
- Numéroté chaque PAGE (cadre en bas à droite de la page) et placer les feuilles dans le bon sens et dans l'ordre.
- Rédiger avec un stylo à encre foncée (bleue ou noire) et ne pas utiliser de stylo plume à encre claire.
- N'effectuer aucun collage ou découpage de sujets ou de feuille officielle. Ne joindre aucun brouillon.

Le 6 février 2020

à l'attention de Monsieur le Directeur,

Objet : La communication du Service Commun de Documentation dans le cadre des 30 ans de l'Université.

L'année prochaine, l'Université fêtera ses trente ans d'existence. Ce temps fort dans la vie de cette institution est une occasion unique pour communiquer sur son projet d'établissement, pour établir un bilan tout en présentant ses perspectives d'avenir. Cette communication peut se réaliser à travers un calendrier d'événements festifs, réflexifs.

En tant que bibliothécaire, membre de l'équipe du SCD, vous m'avez sollicité pour travailler en étroite collaboration avec le service communication pour définir les actions de communication à mettre en place pour cet événement. En effet, cet anniversaire n'est-il pas l'occasion rêvée pour instaurer un dialogue et des méthodes de travail efficaces entre les deux services ?

Tout d'abord, je rappellerai comment, au terme de stratégie, cet anniversaire peut conforter la place du SCD comme composant essentiel de l'Université. Puis, je présenterai les actions de communication envisagées dans le cadre des actions portées par le SCD. Enfin, je détaillerai les étapes du dialogue prévues avec le service communication pour faire de cet anniversaire une réussite.

1 des 30 ans de l'université : un temps fait pour l'ensemble de l'institution

L'histoire de l'université s'inscrit dans différents contextes qu'il faut garder à l'esprit pour communiquer efficacement, de même cet anniversaire est, pour le SCD, un moyen de se rappeler les enjeux à intégrer pour poursuivre son développement et affirmer sa place comme service indispensable.

### 1.1 Des contextes en constante évolution

La loi de 2007 sur l'autonomie des universités les a en quelque sorte "obligé" à réfléchir sur l'image qu'elles renvoient auprès de leur tutelle, des chercheurs, des étudiants. La notion de visibilité est devenue essentielle. Pour cela, elles ont dû travailler leur image tant au niveau local qu'national. Les budgets devant être présentés et défendus, il est nécessaire de présenter des rapports d'activité attractifs, de communiquer vis à vis de pétitionnaires pour attirer de nouveaux étudiants. Les universités ont donc dû apprendre à communiquer et depuis quelques années, des services de communication ont trouvé leur place dans les organisations.

L'université, dans laquelle j'étudie, est de taille moyenne son rayonnement est donc essentiellement local, régional. Les prochains 30 ans de cet établissement sont donc un événement important. Le Président de l'université a bien saisi l'importance puisqu'il a d'ores et déjà avec le service communication mis en place un calendrier d'événements à destination des étudiants mais également du grand public.

### 1.2 Des enjeux faits pour le SCD

Le SCD a été sollicité pour participer à la réalisation d'événements

ments dans le cadre de cet anniversaire. Cette contribution du SCID est importante car elle assure bien ce service dans la réalisation des missions et des actions de l'université. Trois autres enjeux forts sont à relever : cet événement va permettre un renforcement du travail entre les différentes directions (informatique, immobilier) et services (communication, culturel...). puis une inscription du SCID comme partenaire des grands événements et enfin permettre une ouverture sur le reste du territoire. Dans le cadre de cette manifestation, les objectifs en terme de communication que peut se fixer le SCID sont les suivants : inscrire les événements portés par le SCID dans le calendrier général de l'anniversaire, renforcer le travail collaboratif avec les différents services de l'université mais surtout avec le service communication et enfin toucher différents publics dans et hors le musé.

## 2 Le programme du SCID et les actions de communication envisagées.

Le SCID a été sollicité pour prendre en charge la valorisation de l'histoire de l'université et celle de la production pédagogique et scientifique des enseignants-chercheurs et des chercheurs. C'est sur ces deux axes de travail qu'il faut réfléchir à des actions de communication.

### 2.1 Les différents types d'actions envisagées

Bien entendu, les types d'actions présentées ici seront à faire valider par les groupes de travail en charge de la réflexion sur les contenus. Tout d'abord, sur la question de la valorisation de l'histoire de l'université, il semble pertinent de mettre sur pied une exposition "sur le modèle d'histoires d'une université d'aujourd'hui" réalisée pour les 50 ans de l'université Sophia-Antipolis. Ce support se prête bien à l'itinérance, il peut facilement être installé dans différents lieux. Deux jeux pourraient être réalisés. Le premier serait installé au sein des bibliothèques universitaires selon un planning pré-défini et les positions pourraient être enrichies grâce à une sélection de documents des fonds documen-

varies. Le second jeu pourrait être porté en dehors de l'université, dans les collectivités partenaires, dans les lycées, les services d'archives ou les bibliothèques. Cette double mise en place permettrait de toucher un large public: au sein de l'université, l'ensemble du personnel, les étudiants, les enseignants et les chercheurs et en dehors le grand public, les lycées (futurs étudiants).

Une déclinaison de l'exposition pour le web pourrait être réalisée pour pérenniser cette histoire.

Sur la question de la valorisation de la production pédagogique et scientifique des enseignants chercheurs et chercheurs la première action peut être une table thématique dans les bibliothèques universitaires présentant les travaux de recherche de ces dernières années.

Cette table de présentation peut être complétée par une présentation d'actualité sur le portail du SCD. Comme temps forts, deux projets peuvent être proposés alliant la recherche et l'expérimentation.

Le premier temps peut prendre la forme d'une journée conférence, table ronde pour présenter la production scientifique des chercheurs issus de l'université. Le second temps fort, serait à destination d'un plus large public. Il serait intéressant de faire appel à un artiste ou groupe d'artistes pour présenter de manière ludique le cheminement d'une publication scientifique.

Grâce à ces différentes actions, un large public peut être touché, reste à envisager les moyens de communication.

## 2.2 Les moyens de communication envisagés.

Tout d'abord, il est nécessaire de rappeler que toute la communication des actions portées par le SCD dans le cadre de l'universitaire sera une déclinaison de celle portée par la Présidence et le service communication. Chaque projet comprendra dans son budget prévisionnel une part pour réaliser et financer ces actions de communication spécifiques. Les actions envisagées prévoient différents types de communication: des imprimés (affiches), des panneaux d'exposition, des réalisations web, des captations audios ou vidéos pour les conférences. Bref différents supports <sup>qui</sup> peuvent être réalisés grâce au soutien du service communication.

C'est pour quoi, les phases de travail avec ce service doivent être clairement définies.

Epreuve : 101 Matière : 0529 Session : 2020

**CONSIGNES**

- Remplir soigneusement, sur CHAQUE feuille officielle, la zone d'identification en MAJUSCULES.
- Ne pas signer la composition et ne pas y apporter de signe distinctif pouvant indiquer sa provenance.
- Numéroté chaque PAGE (cadre en bas à droite de la page) et placer les feuilles dans le bon sens et dans l'ordre.
- Rédiger avec un stylo à encre foncée (bleue ou noire) et ne pas utiliser de stylo plume à encre claire.
- N'effectuer aucun collage ou découpage de sujets ou de feuille officielle. Ne joindre aucun brouillon.

### 3 Pour un dialogue réussi entre les deux services

Il est indispensable d'associer le service communication sur la valorisation de nos actions. En effet même si vous m'avez nommé "coordonnateur" des actions de communication pour le SCD, je ne suis pas un communicant. Par contre, il me revient de proposer une méthodologie de travail, un calendrier et de lister les moyens nécessaires à la réussite de ces projets.

3.1 Mettre en place des instances de dialogue et des outils

Tout d'abord, il est nécessaire de demander au service communication de désigner un interlocuteur pour travailler en lien avec le SCD. Ainsi il est possible de constituer un groupe de travail constitué d'une personne de la communication, d'une personne du service informatique et des membres en charge des contenus. L'objectif de ce groupe de travail est de se réunir régulièrement et de faire des propositions sur les outils de communication les plus appropriés par rapport aux types de projets. La régularité des réunions ou échanges mail permettra de mieux se connaître, de partager les contenus inhérents à chaque service, de mettre en place un dialogue constructif. Le temps de la communication n'est pas celui de la réalisation. Les délais de validation en communication sont souvent très courts, l'équipe de la bibliothèque en charge des projets de valorisation doit intégrer ce fait, il faut savoir être réactif. Les axes définis par le groupe de travail doivent être validés par les deux services avant toute mise en œuvre ; le groupe de travail sera en charge de la réalisation des différents cahiers des charges en vue de l'annonce de marchés ou appels

d'offres, de les analyser et ensuite de suivre le travail avec le prestataire. Pour chaque réunion avec ce dernier, la présence du chargé de communication et du bibliothécaire est indispensable.

### 3.2 de calendrier de travail

année 2020 :

debut d'année : lancement des groupes de travail, présentation des pistes d'actions - premières échanges

1<sup>er</sup> semestre 2020 : écriture des différents cahiers des charges, définition précise des besoins, choix du prestataire ou des prestataires. Mise en place d'outils de suivi

2<sup>nd</sup> semestre 2020 : suivi de la réalisation des différents supports de communication + début de la communication <sup>externe</sup>

2021 : lancement de l'année anniversaire, mise en place de suivi de la <sup>communication</sup> tout au long de l'année : conférences de presse

communication en interne et en externe : inauguration / invitation ouverture du site web, mise à jour des informations de manière régulière articles de promotion des événements

fin d'année : bilan d'une année de "festivités" rapport pour la Présidence pour les Partenaires pour le grand public.

### 3.3 des moyens nécessaires.

Les moyens nécessaires sont de trois ordres : humains, financiers et matériels.

D'un point de vue des moyens humains, la mise en place d'un binôme entre le SCD et le service communication va permettre un dialogue riche et continu. Mais il ne faut pas oublier le reste des

équipes. Il faut mettre en place des points réguliers pour faire un point sur l'avance des projets, les événements à venir, les meilleurs ambassadeurs des événements à promouvoir restant les collègues et le bouche à oreille. Les échanges par mail doivent être ciblés par rapport aux besoins. Ensuite au niveau des budgets, si chaque projet porté par le SCD comporte une ligne pour la communication, celui-ci risque d'être insuffisant. Il sera peut-être nécessaire de réaliser certains documents en interne. Dans ce cas là, le service communication peut fournir des feuilles de style comprenant la charte graphique de l'événement. Il peut être intéressant aussi d'interroger les collectivités sur des subventions possible, l'événement touchant l'ensemble de l'université.

D'un point de vue matériel, en premier lieu, nous faisons appel aux ressources internes de l'université et ensuite à des partenaires externes (pour les captations vidéos par exemple). Les collectivités pourront également être sollicitées pour le prêt de salles ou pour diffuser sur le réseau d'affichage les communications liées à l'université.

En conclusion, les 30 ans de l'université, l'année prochaine est une formidable occasion de mettre en place des relations constructives avec le service communication. Un bilan dans deux ans devra être réalisé pour évaluer les points forts et les points faibles de cette collaboration. Cette expérience doit nous permettre de mettre en place un certain nombre d'outils pour mieux faire circuler l'information entre nos divers services. Enfin des temps de formation en commun peuvent être programmés pour une meilleure connaissance de nos métiers respectifs.

