

Exclusif **La CPU se dote d'un comité consacré à la communication et à l'attractivité des universités**

Paris - Publié le vendredi 13 octobre 2017 à 8 h 55 - Actualité n° 103900

Le premier comité « communication et attractivité des universités » de la [CPU](#) se tiendra le 18/10/2017 à Paris. Présidé par [Fabienne Blaise](#), vice-présidente de la CPU et présidente de l'Université Lille 3 SHS, il réunira une dizaine de chefs d'établissements qui recevront Didier Pourquery, directeur de la rédaction de The Conversation.

« L'université a de plus en plus de place dans les médias, mais trop souvent sous l'angle des problèmes. Il nous semble important de voir comment rectifier l'image de l'université pour en parler, pas seulement à propos d'[APB](#) et du manque de places pour les étudiants, mais aussi quand elle fait des choses positives. Pour cela, nous voulons nous confronter au point de vue d'acteurs de la société civile », expose Fabienne Blaise à News Tank, le 13/10/2017.

« L'idée de créer cette instance avait été plusieurs fois abordée, mais c'est sous le mandat du bureau actuel qu'elle a pu voir le jour. Didier Pourquery va inaugurer ce comité, puis nous ferons successivement intervenir un proviseur de lycée, un parent d'élève, un élu politique et un chef d'entreprise », déclare Johanne Ferry-Dély, directrice de la communication de la CPU.

« Ce comité sera ouvert uniquement aux présidents d'université et aux directeurs d'établissements, la CPU travaillant déjà sur de nombreux sujets avec le réseau des communicants des universités », précise Johanne Ferry-Dély.

Les objectifs du nouveau comité communication et attractivité

« Il s'agit de travailler à donner une image plus positive, via de l'information qui aille au-delà des médias spécialisés, afin d'étendre l'information à un public plus large. Pour cela, nous voulons nous confronter au point de vue d'acteurs de la société civile », résume Fabienne Blaise.

« Le but n'est pas de se substituer à ce qui se fait dans les établissements, mais d'avoir une stratégie de communication et d'information au niveau national. Nous ne voulons pas marcher sur les pieds des services de communication des universités qui font très bien leur travail », précise la vice-présidente de la CPU.

« Avec ce comité, nous allons prendre du recul grâce à un regard extérieur. La finalité du comité est de donner la place qu'elle mérite à l'université dans l'opinion publique » complète Johanne Ferry-Dély.

Les enjeux de communication pour les universités

Pour Fabienne Blaise, « l'université ne doit pas être réduite à l'activité de formation, même si c'est pour nous une mission fondamentale ».

« C'est un lieu d'émancipation, un lieu où l'on apprend à apprendre, et l'essentiel de la recherche y est conduit dans des laboratoires qui sont souvent évoqués comme s'ils étaient "hors sol" alors qu'ils sont implantés pour la plupart dans les universités. »

Diffuser le savoir

L'approche de la communication évolue dans les universités, selon la vice-présidente de la CPU.

« Nous sommes tous de plus en plus conscients que nous devons promouvoir nos universités, ne serait-ce que parce qu'on y a aussi un intérêt économique. J'observe également que nous prenons collectivement conscience de notre mission de diffusion du savoir au-delà de nos cercles restreints, davantage encore depuis ces dernières années, où la société exprime le besoin de réaffirmer ses valeurs humanistes. »

Si la question des moyens budgétaires consacrés par les universités à leur communication doit être posée, Fabienne Blaise souligne d'abord le changement d'état d'esprit nécessaire.

« C'est une question de moyens et d'état d'esprit. Une entreprise va naturellement se donner les moyens d'avoir un service dédié à la communication, or c'est une idée parfois difficile à faire passer dans les universités. Consciemment ou inconsciemment, on pense encore parfois dans les universités que la communication pourrait dénaturer l'université et la réduire à un "produit" ».

Développer le sentiment d'appartenance

Le sentiment d'appartenance des étudiants et des enseignants-chercheurs à l'établissement en tant qu'institution fait également partie des enjeux, selon elle.

« L'université française a encore du mal à imposer sa marque au sein de sa communauté. Un étudiant a un sentiment d'appartenance à son UFR ou sa faculté. Son réflexe, qui vaut aussi pour beaucoup de collègues, n'est pas de citer son établissement. Or nous avons besoin de porter une image collective de l'établissement. Nos collègues n'ont pas toujours conscience que porter l'image de leur université est quelque chose d'important, notamment au moment de développer les réseaux d'anciens étudiants. Un établissement qui réussit sa communication développe le sentiment d'appartenance. C'est ce que la CPU souhaite accompagner au niveau national. »

L'exemple de Ma thèse en 180 secondes

« Il est toujours bon d'être un peu bousculé, et de remettre en question ses acquis et ses automatismes. Le concours Ma thèse en 180 constitue en cela un bon exemple », note Johanne Fery-Dély.

« Nous avons été surpris par le succès de l'opération et sa rapidité. Le monde de la recherche, qui n'était pas forcément réceptif au concours à ses débuts, en a rapidement compris l'intérêt en terme de visibilité pour le doctorat, pour les jeunes chercheurs et pour la recherche en général. »

« Maintenant les directeurs de laboratoire ou de thèse sont de plus en plus nombreux à accompagner les doctorants qui participent à MT 180, à répondre aux journalistes, et à valoriser ainsi leurs travaux. »

Conférence des Présidents d'Université



Statut : association Loi de 1901

Composition : une centaine de membres votant (présidents d'université, directeurs d'écoles normales supérieures, d'INP, d'INSA, administrateurs généraux) et des membres associés.

Bureau

Gilles Roussel président

Fabienne Blaise, vice-présidente

Khaled Bouabdallah, vice-président

Missions :

- Force de proposition et de négociation auprès des pouvoirs publics, des différents réseaux de l'enseignement supérieur et de la recherche, des partenaires économiques et sociaux et des institutions nationales et internationales.
- Soutien aux présidents dans leurs nouvelles missions et de promotion de l'Université française et de ses valeurs en France et à l'étranger.

Moyens :

- une équipe permanente (27 personnes)
- des conseillers et consultants (7 personnes)
- s'appuie sur l'Amue, (Agence de mutualisation des universités et établissements) qui contribue à l'élaboration d'une offre logicielle performante et à la formation des personnels de l'enseignement supérieur.

Conférence des Présidents d'Université

103 boulevard Saint-Michel

75005 Paris - FRANCE



Fiche n° 1765, créée le 05/05/14 à 12:19 - MàJ le 13/10/14 à 13:00

© News Tank 2017 - Code de la propriété intellectuelle : « La contrefaçon (...) est punie de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende. Est (...) un délit de contrefaçon toute reproduction, représentation ou diffusion, par quelque moyen que ce soit, d'une oeuvre de l'esprit en violation des droits de l'auteur. »