

Université Paris 1 : les chantiers de la direction de la communication réorganisée et renforcée

Paris - Publié le mardi 27 février 2018 à 15 h 51 - Actualité n° 114060

« Le fait d'être devenue une direction de la communication rattachée à la directrice générale des services, au lieu d'un service de communication, n'est pas neutre. Ni le fait d'être passé de trois à dix personnes, car même si les postes existaient au tableau d'effectifs, ils n'étaient pas pourvus. Cela démontre la volonté de l'université de professionnaliser cette compétence, de lui donner de la place et des moyens pour exercer ses missions, à savoir mettre en valeur l'institution, ses projets, sa recherche et ses personnels tout en renforçant son positionnement d'excellence dans un contexte de concurrence mondiale », déclare Franck Paquet, directeur de la communication de l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, à News Tank, le 26/02/2018.

Il revient sur la réorganisation du service et la création de la direction de la communication à la suite de son recrutement, en juillet 2017. Aujourd'hui, elle se structure en quatre pôles, avec un ou une responsable à la tête de chacun :

- projets et événements ;
- identité, création graphique et fabrication ;
- information, presse et veille ;
- numérique.

« Elle a également été renforcée administrativement pour gérer des activités commerciales comme les tournages dans nos bâtiments ou le merchandising », indique Franck Paquet, précisant qu'une boutique en ligne des objets siglés Paris 1 Panthéon-Sorbonne doit ouvrir « très prochainement ».

Le renforcement de la communication interne, la refonte du site web et des supports d'information externes font partie des principaux chantiers en cours. De même que la rencontre de toutes les composantes de l'université, « afin de mieux comprendre leurs attentes et leurs besoins en matière de communication ».

« Ce que nous mettons en place relève de stratégies classiques de communication, mais il nous faut faire preuve de pédagogie afin d'expliquer notre rôle et les bénéfices que l'université et toute sa communauté peuvent en retirer. Désormais, les composantes de l'université savent qu'elles peuvent nous solliciter pour un appui stratégique et technique. Nous sommes une direction support, au service de l'ensemble de la communauté de Paris 1 Panthéon-Sorbonne », ajoute-t-il.

« Créer une stratégie de communication cohérente »

Le premier objectif de la direction selon Franck Paquet, directeur de la communication de l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, est d'aller à la rencontre de toutes les composantes de l'université pour connaître les attentes et se faire connaître : « Il s'agit de mettre en synergie le projet d'université avec ses missions institutionnelles et de créer une stratégie de communication cohérente visant à renforcer la lisibilité et l'attractivité de l'offre de Paris 1 Panthéon-Sorbonne », indique-t-il.

Autre dimension : l'accompagnement des composantes lorsqu'elles créent leurs événements, « afin de les relayer et de leur offrir plus de visibilité en interne comme en externe ». Il cite pour exemple, le site web en cours de refonte :

« Il fera l'objet d'ateliers de co-construction avec les différentes composantes tout au long de l'année à venir et intègre déjà un module agenda, qui n'existait pas auparavant. Cet outil nous permet de mettre en avant et de proposer au public la grande richesse des différentes actions organisées à Paris 1 Panthéon-Sorbonne ».

Cette dimension d'accompagnement s'adresse aussi aux 42 000 étudiants de l'université, « pour mettre en lumière et soutenir le dynamisme de la vie associative et valoriser les initiatives par le biais de nos différents supports d'information ».

Cela passe aussi par la programmation de temps forts, comme la journée internationale des droits des femmes le 08/03, la semaine du développement durable ou la semaine du handicap. « Et bien sûr, nous avons vocation à créer de nouveaux événements, comme la cérémonie en l'honneur des docteurs 2017 qui a eu lieu le 08/02/2018, ou encore les premières Assises de la recherche qui se tiendront fin 2018 », ajoute-t-il.

Renforcer la communication interne et externe

Un des actuels chantiers de la direction est de renforcer la communication interne. Il se décline en plusieurs axes :

- « Une réflexion, en lien notamment avec la direction des systèmes d'information et des usages numériques et la direction des ressources humaines, sur la création d'un véritable portail intranet qui doit aider au décloisonnement entre les différents personnels de l'université et permettre une meilleure circulation de l'information.
- La création d'une lettre d'information interne qui permet de faire dialoguer les services entre eux et de favoriser une meilleure connaissance des projets.
- Le renforcement d'un réseau d'écrans multisites pour une diffusion efficace de l'information au plus près des agents et des étudiants.
- La création d'événements internes spécifiques visant à fédérer les personnels. C'est essentiel dans une structure qui compte près de 3 500 personnels répartis sur 25 sites. »

Autre chantier en cours : la refonte des supports d'information externes comme le magazine :

« Avec l'idée d'en faire un outil de promotion de la recherche à Paris 1 dans les domaines des sciences juridiques et politiques, des sciences économiques et de gestion et des arts et sciences humaines. Si nous voulons continuer à être reconnus comme une université d'excellence, nous devons nous doter des outils adéquats. »

La direction travaille aussi sur le renforcement de la présence sur les réseaux sociaux, « avec un partage des missions entre le pôle presse et le pôle numérique pour plus d'efficacité ».

Les missions du pôle « projets et événements »

- Assurer l'interface entre la direction de la communication et les directions/composantes.
- Identifier et comprendre les besoins des directions/composantes (prise de brief).
- Élaborer les plans de communication en cohérence avec le plan stratégique de communication.
- Proposer des dispositifs de communication innovants et ambitieux.
- Assurer le pilotage, la coordination, le suivi et l'exécution des projets : brief création, suivi de fabrication, événements et logistique, plans médias et campagnes, web, information, marketing, dans le respect des délais et du budget.
- Contribuer à la recherche de nouveaux partenariats événementiels (fundraising).
- Sécuriser le budget des opérations.

Les missions du pôle « information, presse et veille » (1/2)

- Coordination, suivi technique et validation de la procédure éditoriale (de l'élaboration du sommaire à la diffusion des supports).
- Développement de la stratégie des médias.
- Proposition et rédaction des articles pour différents supports (print, numérique).
- Définition et application de la charte éditoriale en cohérence avec le positionnement de l'université.
- Management de l'information sur tous les canaux de diffusion (print, numérique).
- Sécurisation des informations transmises, validation des contenus et analyse des audiences.
- Suivi de l'actualité et constitution de veilles spécifiques (université, actualité).

Les missions du pôle « information, presse et veille » (2/2)

- Animer et entretenir des relations de proximité avec un réseau de journalistes.
- Réalisation des supports d'information pour les journalistes (communiqués et dossiers de presse).
- Accompagnement des prises de parole publiques de l'exécutif.
- Accompagnement de la gestion de crise.
- Gestion des demandes d'informations, de reportages et d'interviews.
- Organisation des conférences de presse.
- Fluidification de l'information interne au sein de l'université entre les différentes composantes.
- Mettre en oeuvre des outils permettant une meilleure communication interne pour fédérer les personnels (intranet, newsletter, journal).

Les missions du pôle « identité, création graphique et fabrication »

- Veiller à la cohérence de la charte graphique de l'université et à sa bonne déclinaison sur tous supports (off-line/on-line).
- Analyser les briefs créatifs et proposer les outils de communication adéquats.
- Proposer et réaliser tous visuels nécessaires (toutes techniques).
- Proposer, concevoir et mettre en page tous supports de communication off-line (annonces presse, leaflet, affiches, brochures, catalogues, signalétiques, etc).
- Assurer le lien avec les différents prestataires (imprimeurs, agences, etc).
- Suivi des différentes étapes de la chaîne graphique (conception/fabrication/diffusion).

Les missions du pôle numérique (1/2)

- Favoriser la transformation digitale au sein de la direction de la communication et de l'université.
- Optimiser la relation entre l'université et ses différents publics-cibles en développant les pratiques et outils numériques et placer l'expérience utilisateur au cœur des projets web.
- Rechercher de nouveaux partenariats.
- Contribuer au développement de la communication numérique dans toutes ses dimensions (service, contenus riches, internet, crowdsourcing, webmarketing).
- Contribuer à la réputation électronique de l'université en développant la reconnaissance et la connaissance de nos canaux de diffusion numériques et donc leur fréquentation.
- Apporter un appui aux composantes de l'université pour valoriser leurs actions par le canal numérique.

Les missions du pôle numérique (2/2)

- Développer la communication autour de l'open data en favorisant l'ouverture des données et leur appropriation par les étudiants dans une optique contributive.
- Renforcer la présence de l'université sur le web, en assurant la création de sites internet et d'applications mobiles, la gestion et l'optimisation des sites et applications existantes.
- Développer les réseaux sociaux et une approche diversifiée et plus conversationnelle.
- Contribuer à la création de contenus numériques riches : webdocs, longs formats web, Epub, serious game...

Franck Paquet



Parcours	Depuis	Jusqu'à
Université Paris 1 - Panthéon-Sorbonne Directeur de la communication	Juillet 2017	Aujourd'hui
Département du Loiret Directeur de la communication	Mars 2015	Juin 2017
Conseil général du Loiret Directeur adjoint - Responsable du pôle création.	2012	Février 2015
Établissement & diplôme	Année(s)	
Université Paris-Est Créteil Master 2 Communication politique et publique		
IAV Orleans Diplôme national d'arts et techniques - Arts graphiques		

Fiche n° 26438, créée le 15/10/17 à 12:28 - MàJ le 02/03/18 à 00:40

Université Paris 1 - Panthéon-Sorbonne



Classements : 1^{er} établissement français en terme de notoriété selon le

World Reputation Ranking établi par le Times Higher Education (THE)

1^{ère} université française en Histoire, Philosophie, Droit, Géographie, Économie et Économétrie selon QS Rankings by subject

Général | Gouvernance | Effectifs | Budget

Date de création	1971
Statut	EPCSCP
Tutelles	Ministère en charge de l'enseignement supérieur
Siège	Paris
Implantations	<ul style="list-style-type: none"> • Centre Saint-Charles pour les Arts Plastiques • Centre Tolbiac (aujourd'hui Pierre Mendès France) • Centre de recherches historiques et juridiques de la rue Malher • Centre René Cassin pour le premier cycle de Droit • Maison des Sciences Économiques pour la Recherche dans ces disciplines • Centre Broca acheté en 2009, occupé par le FCPS • Campus Condorcet (à partir de 2018)
Composantes	<ul style="list-style-type: none"> • 14 Unités de Formation et de Recherche • 4 Instituts

Université Paris 1 - Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon

75231 Paris Cedex 05 - FRANCE

Téléphone : 01 44 07 81 73



Fiche n° 1508, créée le 19/02/14 à 11:42 - MàJ le 28/04/14 à 16:17

© News Tank 2018 - 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. »