

« La stratégie internationale, pas toujours identifiable par les services communication » (Comosup)

Paris - Publié le mercredi 6 juin 2018 à 15 h 25 - Interview n° 121844

« Pour que les plans de communication de nos établissements intègrent de façon transversale et efficace l'international, il faut lui redonner du sens », déclare [Joanna Robic](#), vice-présidente formation de l'association Comosup, à News Tank, le 05/06/2018. « Nous avons pu constater que la stratégie internationale n'est pas toujours facilement identifiable pour les services communication », estime-t-elle à l'issue du colloque annuel de l'association de responsables communication d'universités qui se tenait à Toulouse sur le thème « communication et stratégie internationale », les 31/05 et 01/06/2018.

« Un autre frein, que nous espérons réduire à travers des rencontres comme celles-ci, réside dans la méconnaissance du rôle des communicants comme conseillers et non comme simples exécuteurs de commande », affirme aussi Joanna Robic.

Pour [Eric Chauzu](#), président de l'association et responsable communication de l'Université de Toulon, « la structure de l'enseignement du supérieur français peut-être complexe vue de l'étranger » et « la mise en place de véritables stratégies universitaires au sein de chaque établissement n'est pas toujours évidente ».

Ces rencontres Comosup « font suite à des premiers échanges organisés en janvier sur la thématique internationale, sujet travaillé avec la direction de la communication de la [CPU](#) et Campus France », rappelle le président de l'association. « Même si les relations internationales ne sont pas gérées directement par les directions de communication des universités, la question de l'attractivité et de la visibilité des établissements à l'international recouvre le champ de la communication. »

Eric Chauzu et Joanna Robic répondent à News Tank dans un entretien croisé.

Eric Chauzu et Joanna Robic répondent à News Tank

Pourquoi avoir pris l'international comme thème de ces deux jours ?

Eric Chauzu : Ces rencontres Comosup font suite à des premiers échanges organisés en janvier sur la thématique internationale, sujet travaillé avec la direction de la communication de la CPU et Campus France. Même si les relations internationales ne sont pas gérées directement par les directions de communication des universités, la question de l'attractivité et de la visibilité des établissements à l'international recouvre le champ de la communication.

Joanna Robic : En janvier nous avons axé nos rencontres sur la promotion internationale des universités françaises et l'écosystème des acteurs qui y contribuent. Nous avons pu recueillir les points de vue d'un vice-président, d'une directrice de service et de Campus France, ce qui nous a permis d'amorcer une réflexion collective. Il nous a semblé pertinent de la prolonger en explorant les multiples facettes de la communication « internationale » des universités qui visent des publics et des objectifs pluriels.

Quelles tendances et enjeux identifiez-vous ?

Eric Chauzu : Le premier enjeu me semble de répondre à la stratégie internationale des établissements : comment la communication peut-elle l'accompagner ?

Les autres enjeux déclinés sont la visibilité des universités à l'international auprès des médias, des établissements, des futurs étudiants et comment attirer ou faciliter l'accueil des étudiants étrangers. Enfin, comment faire pour que leur expérience dans notre pays réponde à leurs attentes pour que les étudiants accueillis soient de futurs ambassadeurs ?

Joanna Robic : Pierre Van de Weghe, VP de l'Université Rennes 1 et coordonnateur du réseau des VP relations internationales, nous a affirmé : « Nous sommes passés de la coopération à l'attractivité », nous devons donc accompagner ce mouvement.

En parallèle, l'internationalisation des établissements, de la recherche, des cursus et même des métiers au sein de l'ESR se développe fortement.

« *L'internationalisation des établissements, de la recherche, des cursus et même des métiers au sein de l'ESR se développe fortement* »

Enfin, il faut dépasser certains cloisonnements locaux pour que l' « ouverture internationale » annoncée dans la plupart de nos supports s'appuie sur une vision partagée avec les partenaires de son territoire, établissements du supérieur, mais aussi monde socio-économique et culturel.

Sur quels sujets internationaux les directeurs de la communication interviennent-ils ou devraient-ils intervenir en priorité ?

« *Développer la marque de nos universités* »

Éric Chauzu : Développer la visibilité des établissements : les activités de recherche ou la promotion des formations sont un bon levier pour faire, par exemple, des relations presse à l'international. Pour l'attractivité et l'expérience des étudiants, il

s'agit de travailler avec les directions des relations internationales pour organiser des événements, développer la marque de nos universités, garder le contact avec une démarche Alumni.

Joanna Robic : Comme pour toutes les dimensions de notre activité, nous devons rester en veille permanente sur les questions internationales pour anticiper certaines actions, valoriser des contenus pertinents et ainsi nous différencier. Cela permet notamment d'être plus à l'aise avec l'agenda médiatique.

Par ailleurs, nous évoluons dans un contexte européen qui offre des opportunités que nous devrions mieux appréhender.

Quelles limites à leur action ?

Eric Chauzu : La structure de l'enseignement du supérieur français peut-être complexe vue de l'étranger. La mise en place de véritable stratégie universitaire au sein de chaque établissement n'est pas toujours évidente. Garder le contact avec les alumni n'est pas non plus facile avec des étudiants qui ne viennent que pour une partie de leur parcours notamment dans le cadre des échanges Erasmus.

La visibilité à l'international peut être en revanche facilitée par la présence au sein des universités de personnalités reconnues comme des prix Nobel, nous avons eu un bon exemple avec le témoignage de Toulouse School of Economics.

Joanna Robic : Un autre frein, que nous espérons réduire à travers des rencontres comme celles-ci, réside dans la méconnaissance du rôle des communicants comme conseillers et non comme simples exécuteurs de commande.



*La méconnaissance
du rôle des
communicants comme
conseillers*

En effet, nous avons pu constater que la stratégie internationale n'est pas toujours facilement identifiable pour les services communication, sollicités pour produire des plaquettes en anglais ou rendre multilingue un site, souvent sans travail en commun sur la définition des objectifs et des cibles, clé de voûte de la réussite des actions menées.

Pour que les plans de communication de nos établissements intègrent de façon transversale et efficace l'international, il faut lui redonner du sens.

Quelles suites à ce colloque ?

Eric Chauzu : Les participants repartent avec de bonnes pratiques à partir des retours d'expériences et témoignages présentés qu'ils pourront essayer d'appliquer dans leurs établissements respectifs. Les discussions sont riches et permettent d'échanger plus largement sur nos métiers de communicants. Même si les établissements adhérents sont de différentes tailles, nous partageons les mêmes problématiques.

Joanna Robic : La nécessité d'initier et d'entretenir des relations humaines de qualité est apparue comme un fil rouge des discussions que ce soit avec les journalistes [Théo Habermusch, directeur de la rédaction de News Tank intervenait sur ce sujet à l'invitation de Comosup], avec nos collègues au sein d'autres services, avec les « ambassadeurs » internationaux de nos établissements, avec nos partenaires territoriaux... mais aussi avec les autres réseaux. Comosup poursuivra donc ce dialogue pour construire des passerelles, au service de la visibilité et de l'attractivité des universités.

Eric Chauzu : Nous avons déjà choisi le thème de nos prochaines rencontres Comosup 2019 qui porteront sur la diffusion de la culture scientifique, autre enjeu et mission pour les universités qui proposent, dans ce domaine, beaucoup d'initiatives variées.

Eric Chauzu



Parcours	Depuis	Jusqu'à
Comosup - Association des responsables de communication des universités Président	Juin 2017	Aujourd'hui
Université de Toulon Responsable du service Communication	Septembre 2008	Aujourd'hui
Université de Toulon Chargé de communication	Septembre 2003	Septembre 2009
Établissement & diplôme	Année(s)	
Université du Sud Toulon Var Master 2 E-rédactionnel communication, TIC	2007	2007
Université du Sud Toulon Var DEA Veille et intelligence compétitive - Communication, média, médiation	2002	2003
Université du Sud Toulon Var DESU Services multimédia en ligne - Multimédia, audiovisuel, conception web, communication	2000	2002
Université du Sud Toulon Var DUT Services et réseaux de communication - Mutlimédia, web, communication, infographie	1998	2000

Fiche n° 23548, créée le 28/06/17 à 15:11 - MàJ le 07/06/18 à 08:24

Joanna Robic



Email : joanna.robic@u-bretagne Loire.fr

Parcours	Depuis	Jusqu'à
Université Bretagne Loire Responsable du pôle communication	Janvier 2016	Aujourd'hui
Université européenne de Bretagne Responsable communication	Septembre 2012	Décembre 2015
Université Paris 8 Vincennes - Saint-Denis Responsable du service communication	Décembre 2007	Août 2012
CELSA Paris-Sorbonne Chargée de communication	2006	Novembre 2007
Établissement & diplôme	Année(s)	
CELSA Paris-Sorbonne Master Communication des institutions publiques	Septembre 2003	Juin 2004

Fiche n° 4220, créée le 29/05/14 à 20:15 - MàJ le 17/07/16 à 12:14

Comosup - Association des responsables de communication des universités



L'association a été créée par des universités de l'Ouest de la France en 1990 et s'est depuis étendue au niveau national.

Général | Gouvernance

Date de création	1990
Statut	Association
Siège	Paris
Missions/Spécificités	• Favoriser les échanges d'expériences entre ses membres ; • Contribuer à la formation de ses membres ; • Valoriser les compétences et les savoir-faire des professionnels de la communication des établissements publics de l'enseignement supérieur ; • Favoriser et faciliter les relations des responsables de communication avec les organismes de tutelle, les organismes publics du secteur de l'enseignement supérieur et de la recherche, les collectivités territoriales, les entreprises, les médias ; • Assurer la liaison avec les associations d'autres secteurs d'activités aux niveaux régional, national et international.

Comosup - Association des responsables de communication des universités
Maison des Universités 103, boulevard Saint Michel
75005 Paris - FRANCE



Fiche n° 4186, créée le 13/06/16 à 02:38 - MàJ le 13/06/16 à 15:04

© 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. »