



UNIVERSITÉ
EUROPÉENNE
DE BRETAGNE

**MARCHES PUBLICS
DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES**

**« Définition et mise en œuvre d'une stratégie de communication
de l'Université européenne de Bretagne.»**

Date et heure limites de réception des offres

Vendredi 13 mars 2009 à 17 heures

Cahier des Clauses Particulières

1. Objet :

La présente consultation a pour objet la définition et la mise en œuvre d'une stratégie de communication de l'Université européenne de Bretagne.

Cette étude stratégique vise à mieux définir l'identité de la marque UEB et à la développer.

L'enseignement supérieur et plus particulièrement la recherche en Bretagne doivent constituer, à travers cette marque, une force visible et compréhensible au plan national, européen et international. La notoriété de la marque UEB doit par ailleurs être développée de manière à bénéficier à chacun de ses établissements membres.

Cette marque doit de plus être, en interne, un vecteur développant le sentiment d'appartenance au sein de la communauté universitaire régionale, en premier lieu les chercheurs, enseignants chercheurs et étudiants.

A partir d'une analyse de l'image perçue et l'image voulue de l'UEB, d'un benchmarking de la concurrence, l'étude devra proposer une/des stratégie(s) permettant un positionnement pertinent et efficace de la marque UEB.

L'étude stratégique devra déboucher sur un plan de communication qui exposera de façon concrète comment mettre en œuvre cette stratégie dans les 2/3 ans à venir.

2. Eléments de contexte

2.1 Présentation

L'UEB a été créée suite à la loi de programme pour la recherche du 18 avril 2006 qui a mis à disposition des établissements d'enseignement supérieur et de la communauté universitaire un nouvel outil de mutualisation de leurs activités et de leurs moyens : les Pôles de Recherche et d'Enseignement Supérieur (PRES).

En Bretagne, le 21 mars 2007, 9 établissements fondateurs ont créé un PRES, de dimension régionale, sous la forme d'un Etablissement Public de Coopération Scientifique (EPCS), l'Université européenne de Bretagne (UEB). Ces établissements fondateurs sont les suivants :

- les 4 universités bretonnes : Université de Brest, université de Bretagne-sud, Université de Rennes 1, Université Rennes 2
- Agrocampus Ouest,
- l'ENS de Cachan – antenne de Bretagne,
- l'ENSCR,
- Telecom Bretagne,
- l'INSA de Rennes.

D'autres établissements se sont associés à l'UEB : des écoles, les centres hospitaliers universitaires, des organismes de recherche. Ils ont le statut de membres associés et sont tous localisés en Bretagne.

Ils ont confié à l'UEB les missions et projets communs suivants :

- l'attribution du label « Université européenne de Bretagne » aux doctorats délivrés par les établissements membres habilités ;
- la gestion coordonnée de la formation doctorale au sein d'un Collège doctoral international
- la signature sous l'appellation « Université européenne de Bretagne » de la production scientifique réalisée dans les unités de recherche des membres ;
- l'élaboration et la mise en œuvre d'un plan d'action stratégique des recherches communes ;
- la valorisation des recherches communes ;
- la conduite de projets communs à l'international et dans l'espace européen de l'enseignement supérieur et de la recherche,
- l'établissement de politiques documentaires coordonnées ;

- La coordination et la gestion des activités relevant du domaine des services et des contenus partagés sur le numérique
- les études et l'ingénierie de l'insertion professionnelle.

Quelques exemples de projets concrets menés (ou en cours) depuis la création de l'UEB :

- La maîtrise d'ouvrage pour l'implantation d'un réseau ultra haut débit en Bretagne reliant les établissements d'enseignement supérieur
- Le pilotage et l'obtention de moyens financiers pour la mise en place d'un campus numérique régionale multi-sites. Ce projet intitulé « UEB C@mpus » a reçu le label de campus prometteur par le gouvernement dans le cadre d'un appel à projet national.
- Une couverture de thèse commune à l'ensemble des doctorats soutenus depuis début 2008
- Lancement de trois appels à projet « recherche » dont le lancement de chaires internationales.
- L'accueil d'une conférence européenne dans le cadre de la présidence française de l'UE sur le thème de la mobilité des chercheurs

Objectifs

Au plan national, les PRES visent, dans une logique de site, à renforcer la visibilité et l'attractivité du système d'enseignement supérieur et de recherche français. La constitution des PRES doit en effet permettre aux établissements de fédérer localement leurs activités et d'acquérir une taille critique, critère indispensable d'une lisibilité internationale.

« Partager une même ambition pour une recherche d'excellence en Bretagne »

Au niveau de l'UEB, les principaux objectifs sont de renforcer la visibilité internationale de la recherche, d'accroître l'attractivité des établissements d'enseignement supérieur et de recherche, de développer l'excellence dans les différents domaines de recherche et leurs applications, de coordonner et faire connaître les formations doctorales et enfin de développer la valorisation de la recherche.

Bénéfices

Les activités ou projets communs doivent permettre :

- de développer une meilleure cohérence dans la politique de recherche ;
- aux divers partenaires (Etat, collectivités, entreprises...), d'avoir un interlocuteur unique
- une plus grande capacité à répondre à des projets de grande envergure (type appel à projets national « opération campus ») ;
- de favoriser les coopérations, la transversalité des projets entre les établissements ou les équipes de recherche ;
- de mieux faire valoir les atouts et les spécificités du potentiel breton;
- plus généralement, de faire *mieux* à plusieurs ce que chaque établissement seul ferait moins bien ou pas du tout.

Enjeux

- Constituer un ensemble compétitif et figurer sur la carte des meilleures universités européennes fondées sur la recherche
- Etre connu et reconnu en tant que région de la connaissance, producteur de savoir de haut niveau
- Retenir nos meilleurs chercheurs et étudiants
- Attirer chercheurs et doctorants de haut niveau, investisseurs

Freins

> Appropriation de l'UEB en interne.

L'appropriation de l'UEB par les personnels (chercheurs, personnels administratifs et techniques) et étudiants n'est pas faite.

> Des publics éclatés

La communauté des chercheurs est très dispersée, et recouvre des identités complexes et variées (appartenance d'un chercheur plusieurs organisations : un établissement + un labo + un organisme de recherche + ...).

> Perception de l'UEB.

Dans certains cas, l'UEB peut susciter du scepticisme (« un acteur de plus » sans valeur-ajoutée) ou de la crainte (menace pour l'autonomie des établissements).

> Stratégie d'affichage divergente.

Les établissements membres obéissent à des logiques et des stratégies différentes, parfois contradictoires en particulier en matière de communication : appartenance à plusieurs réseaux, à plusieurs PRES, existence de logiques nationales.

2.2 La communication de l'UEB depuis la création de l'UEB

> Objectifs

La communication a été une dimension prise en compte dès la création du PRES. Une approche pragmatique a été élaborée consistant à travailler sur deux temporalités.

A court terme, des actions ont été réalisées afin de développer rapidement des actions afin de se faire connaître au niveau régional, particulièrement dans le paysage universitaire breton : création d'un logo, développement de quelques outils de communication (site web, newsletter...), création et accompagnement d'événements, relations presse, travail collaboratif les responsables communication des établissements membres... Globalement, il s'agissait d'une communication de projet.

Identité visuelle.

Le choix du logo a été fait par l'ensemble des responsables communication des établissements membres fondateurs et validé par les instances de l'UEB. Ce logo est noir et blanc. En revanche, dès qu'il accompagne un autre logo, il prend la couleur dominante de ce dernier.



Les établissements membres fondateurs ont accepté d'apposer leur logo à celui de l'UEB, sous forme d'exposant. Ils affichent ainsi leur appartenance, leur lien à l'UEB. Cet usage fonctionne pour la communication commune du réseau (émetteur UEB). Pour la communication propre des établissements (émetteur établissement x), cet usage fonctionne avec des variantes.



A long terme. Il convenait d'attendre la mise en place progressive d'une stratégie globale de l'UEB avant d'établir une stratégie de communication. Le projet d'établissement de l'UEB et ses missions ont été définis au cours de l'année 2008 ainsi que le positionnement de l'UEB vis-à-vis de ses membres. Il apparaît donc aujourd'hui opportun d'engager une démarche stratégique sur la marque UEB pour qu'elle réalise ses ambitions.

> Cibles

Chercheurs et enseignants chercheurs de Bretagne ont été privilégiés dans un premier temps ainsi que les doctorants.

Les collectivités et l'Etat (financeurs).

A l'avenir :

Les étudiants de nos établissements

Les administratifs et techniciens, peu touchés jusqu'à présent, à l'exception des services communication et relations internationales.

Le monde économique

A l'international, les cibles sont à identifier.

3. Prestations/Livrables attendu(e)s

Un document stratégique avec une présentation en bureau ou CA de l'UEB

Un document plan de communication avec présentation en séance.

4. Calendrier :

Février : appel à candidatures.

Date limite de réception : vendredi 13 mars 2009 à 17h

Semaine du 16 au 21 mars : audition et sélection des agences par un jury UEB.

Semaine du 30 mars au 3 avril : démarrage de l'étude.

Fin juin : rapport d'étape avec restitution au CA de l'UEB

Remise du rapport définitif : 30 septembre 2009.

Une pénalité de 10% par mois de retard sera appliquée. Cette clause figurera dans l'acte d'engagement.