**Présentation du service presse UCL**

* **Qui ?**
	+ 1 ½ attachée de presse, pour les six sites
	+ AREC – service presse intégré au service comm’ de l’université (un outil parmi d’autres)
		- Liens étroits avec autres entités liées à la communication : web et RS, comm’ interne, promotion, sites, culture, enseignement, recherche
		- Liens avec les autorités UCL (pour une bonne transmission des informations) et services UCL (AIDE, logements, sport, sécurité, etc.)
		- [Com desk](https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/administrations/arec/drupalcomdesk.html) – mettre en lien les informations sur les différents supports de comm’ UCL
	+ Contacts réguliers avec entités associées/partenaires : Ville, gestion immobilière (inesu), Cliniques, parc scientifique, etc.
* **Rôle - objectifs**

Faire rayonner l’UCL à l’extérieur, au niveau local, national et international, en lien avec la stratégie de l’université (plan 2020). Soit, augmenter (et améliorer) la visibilité et l’image de l’UCL dans les médias, autour de 4 lignes directrices :

* **UCL = impliquée** : montrer, rappeler les liens omniprésents entre l’UCL et la société. Comment ? Lier le nom de l’UCL aux acteurs connus de la société. Ex. : Chaire Petits Riens
* **UCL = ouverte** : l’UCL est une université ouverte sur le monde (internationale), ouverte à la diversité (123 nationalités), accessible (ex. : aide aux réfugiés, nombreuses aides sociales)
* **UCL = innovante** : l’enseignement (et la recherche) UCL est en constante évolution. Comment ? Via l’enseignement 2.0 (Moocs, classes inversées, Wooclap), les learnings outcomes (adaptation des programmes en fonction des besoins de la société (ex. : master en big data)
* **UCL = interconnectée** : la recherche UCL se caractérise par la renommée de ses chercheurs à l’international ; son excellence (nombreux ERC, prix Francqui) ; ses réseaux (The Guild) ; son interdisciplinarité (Louvain4)

Chaque communication doit intégrer, faire transparaître au min. l’un de ces axes. Plus ils seront répétés dans les médias, plus ils seront intégrés par le grand public.

Le service presse veille également à l’image externe de l’UCL :

* + Visibilité UCL (logo, bonnes photos, etc.)
	+ Conseils aux profs/chercheurs pour un meilleur passage dans les médias
	+ Exactitude des chiffres qui sortent
* **Utilité – pourquoi un service presse ?**
* Connaissance de terrain
	+ Contacts constants avec les médias/journalistes
	+ Bonne vision d’ensemble de l’institution – permet d’affiner les conseils en comm’
	+ Bonne connaissance des outils de comm’
* Compétences multiples
	+ Rédactionnelles
	+ Vulgarisation – esprit de synthèse
	+ Relationnelles
	+ Outils diversifiés (écrit, web, rs, audiovisuel)
	+ Proactivité – réactivité
* **Actions**
	+ Outils
		- Communiqués de presse
		- Conférences de presse
		- Conseil d’experts – lorsque grosse actualité, liste d’experts envoyée à la presse
		- RS ([Twitter](https://twitter.com/IsaDecoster), [Facebook](https://www.facebook.com/UclServicePresse/?ref=settings))
		- Site [web presse UCL](https://uclouvain.be/fr/decouvrir/presse) + [intranet](https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/administrations/arec/presse) (conseils pour l’interne en matière de presse)
		- Spécificités UCL
			* Exclusivités
			* Déjeuners de presse, recherche et enseignement, en lien avec l’actualité
			* Vidéos (avec Iphone)
			* Actions proactives pour marronniers (blocus) ; sujets d’été ; dossiers enseignement
		- Partenariats médias
	+ Argumentaires : création d’argumentaires sur les dossiers sensibles, pour pouvoir réagir de manière appropriée si cela sort dans les médias. Ex : l’alcool en milieu étudiant
	+ Rencontres journalistes et rédacteurs chefs pour maintenir les contacts et s’informer du fonctionnement des rédactions
	+ Communication de crise : participation aux réunions de crise avec les autorités et relais via les différents services de comm’ (web et RS, interne)
	+ Revue de presse : envoi quotidien d’un sommaire des retours UCL dans les médias écrits, audiovisuels, RS et web – abonnement 150€/an
* **Quels services en interne ?**
	+ Actions presse
		- [Experts](https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/administrations/arec/presse/expert-e-s-ucl.html)
			* Répondre aux demandes quotidiennes d’experts, souvent en lien avec l’actualité – éclairage
			* Profiter de ces demandes pour valoriser un sujet ou recherche UCL. Ex. : demande d’expert sur l’aide à la réussite – à l’UCL, projet de tutorat ou pack en bloque – **une simple demande peut se transformer en opportunité de communication**
			* Fonctionnement : lorsque demande, on renvoie vers l’expert, sans jouer les intermédiaires
		- Communications presse – en réactif ou proactif – du simple conseil à l’organisation
			* Conseil : communication ou non – quels [critères](https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/administrations/arec/presse/communication-presse.html)?
			* Si communication :
				+ Rédaction cp, réalisation vidéo, organisation cp, etc.
				+ Déterminer qui/quel média contacter
	+ Conseils en communication
		- Conseils sporadiques
			* Si une demande pointue ou sensible : déterminer ensemble le message
			* Conseils aux autorités
			* Infos sur média ou journaliste
		- [Médiatrainings](https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/administrations/arec/presse/mediatraining-0.html)
			* Systématiques pour les autorités, en début de mandat + rappels si dossiers sensibles
			* Sur demande pour personnel UCL ayant des responsabilités et susceptible d’intervenir dans les médias
			* Volonté de proposer des médiatrainings dans le catalogue des formations UCL
			* Formation pour étudiants responsables de cercles ou régionales (2X/an)