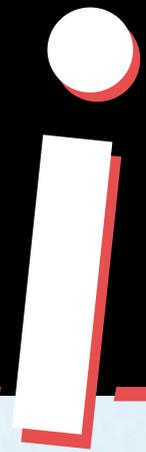


Les

POINTS

SUR LES



LE JOURNAL DE L'ISIC - JANVIER 2019

EUROPE : VISION, DOUTES ET ESPOIRS



ACTUALITÉ

INFORMATION TERRITORIALE
NOUVEAU PARCOURS

TECHNOLOGIE

PARLONS AVEC
LES ROBOTS

SOMMAIRE

ÉDITO

-  **ACTUALITÉS** 3
Un nouveau parcours de licence à l'ISIC
Didier Rigaud présente la licence information territoriale
-  **INITIATIVES** 4
S'instruire ou construire : il ne faut plus choisir
Entreprendre sans plus attendre
-  **DOSSIER** 5
Regards sur le Brexit
Notre quotidien est-il européen ?
Jumelage : l'union fait-elle la force ?
Regards croisés : 30 ans d'Erasmus
Comment communique-t-on sur l'Europe en Nouvelle-Aquitaine ?
Focus sur un dispositif européen : le Parlement européen des jeunes
La mobilité en Europe c'est quoi ?
-  **TECHNOLOGIE** 11
Le RGPD...Késako ?
Parlons avec les robots !
-  **MÉTIER** 12
Marie-Hélène Hermand en « tête de liste » du Master CPP
Brigitte Ogier-Collin, enseignante sur l'univers des médias
Nathalie Waterlot, gardienne du temple
-  **RECHERCHE** 13
Alain Kiyindou, nouveau directeur du MICA
CYBERNETIC : les SIC dans les forces de l'ordre
-  **INTERNATIONAL** 15
L'ISIC : acteur engagé dans la mobilité internationale
Année de césure : une aubaine !

La vague de fond sociale qui a secoué la France, a mis en avant deux phénomènes. En donnant la parole à des sans-voix, elle a, tout d'abord, révélé le désir de penser et d'agir en commun, là où d'aucuns prédisaient le règne sans partage de l'individualisme. Elle a ensuite remis en question la représentativité citoyenne au profit d'une visibilité autoproclamée d'une partie de la population.

Les professionnels de la communication comme les journalistes, qui évoquaient comme un leitmotiv la démocratie participative ou horizontale, en sont restés pantois. La colère d'une catégorie délaissée du corps social a bousculé le concept et contraint les élites à une radicale remise en question... Il serait périlleux d'espérer un juste retour à la normale...

L'explosion des réseaux sociaux a, en outre, généré une légitimité spontanée où le nombre de likes vaut approbation de propos qui, dès lors, peuvent se transformer en contenu programmatique. Là encore, la sphère communicante a été prise de vitesse...

Au moment où l'Union européenne doit faire face à son destin, dans un brouillard persistant, elle serait bien inspirée d'apporter des réponses originales et concrètes aux citoyens qui ont réinventé une société très visible, coléreuse et complexe, exigeant des comptes aux corps intermédiaires et à la classe politique.

Crise populiste ou pas, là aussi, il faudra voir au-delà des formules et des menaces pour que le futur du continent européen ne soit pas bâti sur la philosophie du moindre mal, face aux superpuissances, États-Unis et Chine, elles aussi en plein chahut.

Plus que jamais, les communicants et les acteurs des médias doivent redoubler de vigilance. Aux fake news et à l'agacement général, ils doivent répondre clairement. Humilité, dialogue, éthique doivent prévaloir pour que renaissent des liens et que se reconquière la confiance perdue. La mission est d'ampleur pour les jeunes diplômés qui ont foi en la communication : ce désir de bâtir un récit commun et de privilégier sans cesse l'humain.

ELISA BRUN



LES POINTS SUR LES I - JANVIER 2019 - N°42

Journal de l'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication (ISIC)
UFR Sciences des Territoires et de la Communication (STC)
Université Bordeaux Montaigne
Domaine Universitaire
33607 PESSAC Cedex
Tél : 05 57 12 47 07 / fax : 05 57 12 45 28

Directeur de la publication et rédacteur en chef : Étienne DAMOME
Numéro réalisé avec l'aide de Didier BEAUJARDIN et de Jacques PALUT
Conception graphique : Promotion 2015 du M2 Stratégies et Produits de Communication (ISIC)
Imprimé au PPI Université Bordeaux Montaigne Numéro ISSN : 09805664

Rédactrice en chef : Elisa Brun
Secrétaire de rédaction : Candice Menegon
Responsable photo : Amandine Da Silva Pinto
Responsable maquette : Tania Freteur
Responsable de diffusion : Claire Charpentier

Rédaction par les étudiants de Master 2 Stratégie et Politique de Communication:
Kimberley André, Clara Baldi, Camille Boudoire, Jérémie Briand-Wach, Elisa Brun,
Noémie Chaigne, Claire Charpentier, Amandine Da Silva Pinto, Tania Freteur, Mélanie Gazel, Emma Ibadioune, Amély Jolly, Astrid Junique, Sofia Kudinova, Mandy Laclautre, Candice Menegon, Julio Ramanankatsoina, Marie-Amélie Raynaud, Thomas Roger, Pauline Tixier
Photo de couverture : Amandine Da Silva Pinto ©Playmobil



UN NOUVEAU PARCOURS DE LICENCE À L'ISIC

À la rentrée 2019, la licence information et communication se dotera d'un nouveau parcours « information territoriale ».

Un constat s'est imposé pour les communicants travaillant dans des collectivités : la communication territoriale manque de professionnels. Le marché du travail est en demande de diplômés capables de mettre en pratique des connaissances théoriques et des compétences pratiques.

Accessible après une L2, ce parcours « information territoriale » a pour ambition de former des professionnels de la communication dans les collectivités, capables d'être sur le terrain et d'effectuer des missions aussi variées que la rédaction d'un discours pour un élu, la conception du journal municipal ou l'alimentation du site internet de la collectivité.

Ce nouveau diplôme permettra aux étudiants d'entrer sur le marché du travail après une licence et offrira également la possibilité de continuer en master. Ce diplôme, suffisant tout en étant exigeant, croise le champ du journalisme et celui des collectivités territoriales, en proposant une formation en journalisme de communication qui allie des savoir-faire journalistiques et des connaissances générales sur l'environnement territorial.



Assemblée départementale de Gironde

© Département 33

Ce nouveau parcours a pour particularité d'associer des étudiants en formation initiale et en formation continue, et donc les générations. Des agents publics en poste sont également attendus afin de parfaire ou développer des compétences à mettre en œuvre dans leurs collectivités.

Soutenu par le Centre National de la Fonction Publique Territoriale, ce parcours est constitué d'une équipe pédagogique d'enseignants chercheurs et de professionnels tout prêts à accueillir les premiers candidats...

CLAIRE CHARPENTIER ET CANDICE MENEGON

DIDIER RIGAUD : « ACTUELLEMENT, CETTE FORMATION N'EXISTE PAS ENCORE EN FRANCE »

Maître de conférences associé et spécialiste de la communication publique territoriale, Didier Rigaud commente avec enthousiasme le lancement de cette nouvelle formation à l'ISIC.

« L'idée est de croiser les apports théoriques et les savoir-faire pratiques. »



© D. Rigaud

Didier Rigaud

Les Points sur les I : Pourquoi, avec Didier Beaujardin, avez-vous souhaité lancer ce parcours en troisième année de licence ?

Didier Rigaud : Nous sommes partis du constat qu'une des fonctions principales dans les collectivités territoriales est de faire vivre le magazine papier et tous les autres supports d'information qui en découlent. Une mission qui demande des compétences croisées de communication et de journalisme. Actuellement, cette formation n'existe pas en France sur le marché de la formation.

Les Points sur les I : En tant que coresponsable pédagogique, quels objectifs attendez-vous de cette création ?

Didier Rigaud : L'objectif est de former des personnes qui puissent être opérationnelles rapidement dans les collectivités à l'issue de la licence. Les étudiants pourront également se diriger vers des formations en journalisme en disposant d'atouts supplémentaires.

Les Points sur les I : Qu'est ce que les professionnels apporteront à cette licence ?

Didier Rigaud : L'idée est de croiser les apports théoriques et les savoir-faire pratiques. C'est une licence sur un an, à la suite d'un niveau BAC+2 et qui propose aux étudiants un contenu

très professionnalisant grâce à des professeurs directement issus du terrain.

Les Points sur les I : Quels sont les débouchés pour les futurs étudiants de cette licence ?

Didier Rigaud : Travailler dans des collectivités territoriales afin d'être responsable d'édition, de magazine, chargé de publication ou encore journaliste territorial.

Les Points sur les I : Les étudiants auront-ils la possibilité d'effectuer un stage ?

Didier Rigaud : La moitié de la formation, en parcours initial, aura la possibilité de faire un stage d'environ trois ou quatre mois minimum. Les étudiants en formation continue devront aussi lier l'enseignement à leur expérience en collectivité...

Les Points sur les I : Avez-vous un conseil à donner aux futurs étudiants qui postulent ?

Didier Rigaud : Il est nécessaire d'avoir une appétence pour les missions de service public et une attirance pour l'intérêt général. C'est une formation diplômante et professionnalisante pour les étudiants et les salariés des collectivités territoriales.

CLAIRE CHARPENTIER ET
CANDICE MENEGON



S'INSTRUIRE OU CONSTRUIRE : IL NE FAUT PLUS CHOISIR

L'avenir, nombre d'étudiants le perçoivent dans l'entrepreneuriat. Le projet ECA, auquel adhère l'ISIC, permet de conjuguer le futur au présent en leur permettant de devenir étudiant-entrepreneur : focus sur Manon Charrier, bénéficiaire de ce statut en master Communication des organisations.

L'ECA (Entrepreneuriat Campus Aquitaine) émane d'une stratégie de la ComUE (Communauté d'Universités et Établissements d'Aquitaine) dont l'Université Bordeaux Montaigne est membre fondateur. L'ambition d'ECA est de sensibiliser les étudiants à la création d'entreprise.

Ce projet, labellisé par un PEPITE (Pôle Étudiant pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat), offre la possibilité d'accorder aux jeunes le statut d'étudiant-entrepreneur. Il permet d'obtenir un accompagnement sur un an pour construire un projet en parallèle de leurs études.

Dans le cadre d'ECA, le master Communication des organisations a intégré un cours de gestion de projets entrepreneuriaux assuré par Julia Pedefer. Sa volonté est de sensibiliser et de faire découvrir les différents aspects de la création d'entreprise. L'intervenante, chargée de mission ECA, fait valoir le statut d'étudiant-entrepreneur et accompagne, aujourd'hui, près de 58 jeunes porteurs de projets.

Une de ces entrepreneurs est Manon Charrier, étudiante en master Communication des organisations à l'ISIC.

Elle a découvert ce format d'accompagnement durant les cours de Julia Pedefer. Entrepreneure dans l'âme, elle est désireuse de créer sa propre startup. Grâce à l'obtention en octobre dernier du statut d'étudiante-entrepreneur, elle développe son projet en parallèle de ses études.

La start-up e-santé de Manon Charrier

Son idée judicieuse est d'élaborer une application dans le domaine de la e-santé basée sur une communication entre un utilisateur et le service des urgences. Julia Pedefer a vu dans son projet l'intérêt général qu'il procure mais a surtout perçu le potentiel et la motivation de Manon Charrier.

Aujourd'hui, l'étudiante est orientée et soutenue par sa professeure qui lui procure tous les éléments nécessaires pour mener à bien son projet. Elle met en relation l'étudiante avec

des professionnels, recherche des talents pour concrétiser l'application et Manon positionne son projet pas à pas.

“ Acquérir ce statut fut une grande opportunité pour moi ”

TANIA FRETEUR



Manon Charrier - site internet <http://www.cue-aquitaine.fr/eca.html>

ENTREPRENDRE SANS PLUS ATTENDRE

L'entrepreneuriat a le vent en poupe à l'ISIC ! Sensibilisés au gré de leurs cursus, les étudiants n'ont qu'une seule volonté : entreprendre sans attendre. Portrait de Margot Korzack, diplômée d'un master en Stratégie et Politique de Communication.

À l'été 2018, Margot Korzack, diplômée depuis quelques mois du master Stratégie et Politique de Communication se lance dans une folle aventure : celle de l'entrepreneuriat. Une tendance qui n'est plus à confirmer auprès de nombreux anciens de l'ISIC, désireux de conquérir un système compétitif afin de lancer leur propre activité.

Cette envie d'entreprendre s'est confirmée par sa rencontre avec Marjorie Zerbib, sur l'application Shapr. Marjorie, ancienne étudiante en économie à l'Université Bordeaux Montaigne est à la recherche d'associés pour lancer son projet : l'ouverture d'un restaurant/salon de thé bio, végétal et zéro déchet à Bordeaux. Féru de cuisine et de nutrition, Margot est instantanément séduite par ce concept engagé et éco-responsable. C'est le début d'une jolie collaboration entre les deux jeunes femmes, au profit du bien-être et de la santé.

Se lancer avec confiance

Affirmant que « notre santé passe par ce que l'on mange », Margot, végétarienne, considère cette belle opportunité comme une évidence. L'occasion pour elle de « faire passer ses idéaux

» avec vigueur, passion et gourmandise.

L'ISIC, forme chaque année des étudiants à devenir experts en communication. Margot, l'affirme : sa formation à l'ISIC lui a permis de mettre en application tous ses acquis en communication mais également de développer sa confiance en soi, nécessaire à l'élaboration d'un tel projet. Et, comme elle le souligne si bien : « C'est le moment de se lancer, faire de sa vie ce que l'on aime vraiment. Et si on rate, on a le temps de retomber sur nos pieds ! ». Une philosophie qui fait de chaque étape une aventure à partager sans modération...

MANDY LACLAUTRE



© M. Korzack



DOSSIER

EUROPE : VISION, DOUTES ET ESPOIRS

Le destin européen n'est pas un long fleuve tranquille. Si l'Union européenne s'interroge, bousculée par les tentations de repli sur soi, le populisme et les aventures sans lendemain, contre vents et marées, l'Europe tente de dessiner son destin. Elle peut s'appuyer sur des réussites avérées, sur des engagements citoyens, sur la capacité des jeunes à s'affranchir des frontières. Sa fragilité consiste sans doute à ne pas savoir toujours communiquer sur ce qu'elle a su bâtir. Au-delà des reproches qui visent une technocratie rigide, étudiants, chercheurs, universitaires, chefs d'entreprises et citoyens mobiles sont bien placés pour mesurer combien nombre de projets prennent toute leur ampleur quand ils font appel au soutien de l'Europe. Entre doutes et espoirs, une vision est sûrement à réinventer...



REGARDS SUR LE BREXIT

Le 20 octobre dernier, ils étaient plus de 700 000 à manifester dans les rues de Londres contre le Brexit. Lors de la « People's vote march », le maire de Londres, Sadiq Khan, et de nombreux représentants des partis politiques principaux, étaient présents pour défendre les couleurs européennes. Néanmoins, le 29 mars 2019 à 23h00, le Brexit prendra effet. Qu'en est-il alors des ressortissants français installés au Royaume-Uni et quelles sont les inquiétudes des Anglais présents en Gironde ?

Malgré des conditions de sortie de l'Union européenne encore incertaines, l'échéance approche à grand pas et les inquiétudes ne cessent de croître. De l'autre côté de la Manche, cette zone d'ombre n'empêche pas les Européens d'agir et de défendre leurs droits.

« There are still standing ! »*

Nicolas Hatton, Français installé au Royaume-Uni depuis plus de 20 ans a fondé « The 3 Million ». Cette association défend les droits des 3 millions de résidents européens face à la sortie prochaine. Leur souhait est de trouver un accord sur le sort des citoyens européens au Royaume-Uni mais aussi sur celui des Britanniques en Europe. Selon l'Ambassade de France à Londres, pas moins de 300 000 Français vivent au Royaume-Uni et 150 000 Britanniques en France.

Avenir trouble au Royaume-Uni

Le sondage OpinionWay - Salon des 24 heures de l'international, effectué en novembre 2018, a recensé les inquiétudes des Français en Angleterre. Elles se concentrent principalement sur l'avenir professionnel, la protection sociale ou encore le pouvoir d'achat. Les étudiants sont également préoccupés par l'équivalence des diplômes. Ophélie Reuille, professeure de français en collège et lycée à Stirling (Ecosse) fait part ici de son ressenti. Son inquiétude principale repose sur le coût que la sortie de l'UE va engendrer.

“ Le doute demeure quant à l'avenir de ces ressortissants partagés entre l'amour de leurs pays d'origine et d'adoption. ”

En effet, de nombreuses rumeurs circulent sur la possibilité de création de nouvelles taxes à la fois à destination des résidents européens mais aussi des employeurs. Ainsi, leur pouvoir d'achat mais aussi leur capacité à être embauché est remis en question, malgré une offre d'enseignants britanniques inférieure à la demande. Alors qu'elle ne l'envisageait pas, il y a trois ans, à son arrivée, Ophélie souhaite désormais acquérir la nationalité britannique, afin de faciliter ses démarches.

Pour obtenir une carte de résident permanent, les étrangers doivent avoir habité cinq ans sur le territoire et démontré leurs connaissances en anglais. Malgré un pessimisme général, les jeunes comme Ophélie sont dans l'attente. Leur avenir repose principalement sur les termes de cet accord. Comme exemple du malaise ambiant et des tensions qui sont apparues depuis le référendum elle a, à plusieurs reprises, entendu des propos tels que “Go back to your country”.**

D'après un rapport de l'Office for National Statistics, le nombre d'Européens s'installant au Royaume-Uni n'a jamais été aussi bas depuis 2012.

Loin des yeux, loin du cœur

Plus proche de chez nous, en Gironde, les craintes sont aussi présentes. L'avenir de ces expatriés repose sur l'obtention d'une carte de séjour pour rester en France ou encore la demande de nationalité française. Mike Smallwood, Londonien installé à Sainte Bazeille en Gironde depuis 1982, exprime ses incertitudes. Triste et déçu de cette séparation, il soutient les valeurs européennes et souhaite aujourd'hui prendre la nationalité française. Désenchanté, le Brexit est selon lui un choix venant avant tout des personnes plus âgées pour lequel les jeunes générations subiront les conséquences. Nombre d'Anglais s'expatrient en France à leur retraite pour profiter du cadre de vie et du temps plus clément. Néanmoins le Brexit vient entacher leur projet futur.

À quelques semaines de l'échéance, le doute demeure quant à l'avenir de ces ressortissants partagés entre l'amour de leur pays d'origine et leur pays d'adoption.

*Ils sont toujours debout
** Rentrez chez vous

NOEMIE CHAIGNE ET THOMAS ROGER

Le Brexit en quelques chiffres :

- 54 % des Britanniques soutiennent “Remain”. Ils étaient 48,1 % au moment du référendum en 2016. (Sondage Survation pour Channel 4, échantillon 20 090 personnes résidant au Royaume-Uni - novembre 2018)
- Pour 83 % des Français, le Brexit est une source de crainte.
- 80 % se sentent insuffisamment informés sur le Brexit.
- 62 % des Français résidents souhaitent rester au Royaume-Uni.
- 13 % ont décidé d'en partir et parmi eux 76 % prévoient de rentrer en France. (Sondage Opinion Way auprès de 2.386 Français expatriés au Royaume-Uni - novembre 2018)





NOTRE QUOTIDIEN EST-IL EUROPÉEN ?

L'Union européenne n'a jamais fait l'unanimité. Aujourd'hui 38% des Français estiment qu'elle a plus d'inconvénients que d'avantages. Mais avons-nous vraiment conscience de l'impact qu'elle a sur notre quotidien ?

Si l'on vous dit Union européenne, vous pensez sûrement au programme Erasmus, à l'ouverture des

frontières pour les biens et les personnes ou encore au libre-échange... Pourtant ce n'est que la partie émergée de l'iceberg. Les législations et directives européennes sont présentes dans de nombreuses situations de notre quotidien : 70 % de la législation française découle du droit européen. Par exemple, les lois européennes exigent aux pays membres de répondre aux diverses normes minimales communes, permettant aux consommateurs : des prix plus faibles, un pouvoir d'achat plus fort ainsi qu'une diversité de produits proposés.

De ce fait, la création d'un marché commun a permis l'harmonisation des conditions de concurrence, la lutte contre la volatilité des prix ainsi que la transparence et la traçabilité des produits. Concernant l'alimentation, l'Union européenne est réputée pour la pluralité des gammes et produits alimentaires disponibles dans ses pays membres. Elle impose notamment depuis le 13 décembre 2016 l'étiquetage informatif permettant aux consommateurs d'avoir une meilleure connaissance des valeurs nutritionnelles sur les produits alimentaires.

L'Union européenne a pour objectif de favoriser la libre circulation de produits qualitatifs par le biais de normes et systèmes de qualité telle que l'Appellation d'Origine Protégée (AOP). Néanmoins, les scandales alimentaires comme l'affaire Spanghero mettent en avant les limites de ce vaste marché pour garantir de manière fiable la traçabilité et la sûreté des produits commercialisés.

Dans le domaine de la santé, chaque état membre de l'UE établit ses normes en matière sanitaire, de protection sociale ou encore de vaccination. L'Union européenne quant à elle accompagne les gouvernements nationaux à atteindre des objectifs communs. Dans ce but, elle a permis la création d'un système de santé sécurisé et transfrontalier entre les ressortissants des pays membres afin de garantir la qualité des soins reçus pour tous.

Europe directrice et protectrice

Pour les voyageurs, en plus de la libre circulation, l'Union européenne permet d'effectuer des paiements en espèces ou par carte dans les 19 pays de la zone euro sans avoir à échanger de l'argent ni payer de frais de change.

En chiffres : le Fonds social européen (FSE) investit chaque année plus de 10 milliards d'euros pour offrir un meilleur accès à l'emploi et lutter contre l'exclusion. En France, entre 2007 et 2014, le FSE et le Fonds européen de développement régional (FEDER) ont financé plus de 24 000 projets pour créer de l'activité économique et des emplois.

Enfin, l'Union européenne a un rôle d'exemplarité et encourage les politiques environnementales de chacun des états membres. Elle traite sérieusement des problèmes écologiques qui n'ont par définition, pas de frontières. Cette liste non exhaustive permet d'avoir une idée de l'ensemble du champ d'actions de l'Union européenne qui impacte réellement notre quotidien.

KIMBERLEY ANDRE ET CLARA BALDI

LE JUMELAGE : L'UNION FAIT-ELLE LA FORCE ?

Qui n'a jamais aperçu ces panneaux de villes et villages étrangers prenant racine à l'entrée de nos communes ? Pourtant, au cœur d'un monde massivement connecté, ce mouvement démocratisé après la Seconde guerre mondiale pour ramener la paix joue-t-il encore un rôle clé dans les échanges ?

Réunifier après s'être déchiré

Historiquement, le premier jumelage date de l'an 836. Encore peu présent à cette époque, ce n'est qu'après le conflit meurtrier qui a pris fin en 1945 que cette pratique va largement se répandre. Sous l'impulsion du général De Gaulle et du chancelier Adenauer, soutenus par les élus municipaux, les peuples se sont regardés puis rapprochés dans la bienveillance et l'amitié. L'objectif était de mobiliser autour des valeurs de paix et de réconciliation, pour apaiser tant les haines que les rancœurs du passé, dans le but de retisser les liens internationaux.

L'union fait toujours la force

Aujourd'hui, on dénombre pas moins de 7 000 conventions de jumelage actives ainsi que 13 000 projets de développement et coopération autour de trois objectifs principaux : l'éducation,

la culture et les accords de développement. Selon Hélène Crépeau, directrice du service des relations internationales à la Roche-sur-Yon et centre Europe Direct, les partenariats favorisent « l'ouverture d'esprit et la compréhension des enjeux mondiaux. » Ces coopérations, nouvelles formes de jumelage, sont des relations « d'égal à égal où chacun en sort gagnant ». S'insérant dans les compétences des collectivités territoriales « les projets développés permettent un échange et une mutualisation des compétences autour de problématiques communes. »

Ce sont de véritables interactions entre deux ou plusieurs communes avec des perspectives européennes, internationales, d'unions et de réunions. Les citoyens sont évidemment au cœur du processus entre mobilité, apprentissage, échange et expérience. « Un partenariat ou une coopération se dit réussi(e) lorsqu'une multiplicité d'acteurs s'empare du projet. »

En guise d'exemple, La ville de La Roche-sur-Yon (85) a récemment reçu une délégation québécoise de chefs d'entreprises pour échanger avec leurs consœurs yonnaises autour de la robotique et ses évolutions.

« Les nouvelles technologies n'y feront rien ! »

Les conventions de jumelage sont finalement des rencontres authentiques de dialogues, d'initiatives entre citoyens de tous horizons, des outils tangibles essentiels pour la prise de conscience de la citoyenneté et l'appartenance à un monde global. Au-delà d'une simple découverte de l'autre, ce sont désormais des échanges réciproques pour avancer ensemble. Un outil d'autant plus intéressant lorsqu'est constatée, ces dernières années, une montée du nationalisme et que le Brexit prend effet en mars 2019.

NOEMIE CHAIGNE ET THOMAS ROGER



© L. Franzeze

REGARDS CROISÉS : 30 ANS D'ERASMUS

Rencontre avec Vincent, un Français parti en Erasmus à Budapest mais aussi Lara, une Italienne venue à Bordeaux. Deux destinations, deux expériences de vie racontées par des Erasmus eux-mêmes afin de mettre en lumière les opportunités, les motivations mais aussi la réalité de ce programme unique.

Un programme adapté à des parcours divers, Erasmus est l'un des rares programmes destinés à des étudiants de tous horizons. Vincent, aujourd'hui en 4^e année de médecine a suivi un parcours scientifique. Lara, quant à elle, est une littéraire dans l'âme, une amoureuse de la langue française.

« Le français est pour moi la plus belle langue du monde à apprendre »

Après un premier Erasmus à Nancy en 2017 elle décide de faire un second séjour à Bordeaux pour terminer son master 2, améliorer son français et écrire son mémoire sur la féminisation de la langue française. Qu'ils soient partis pour se tester ou découvrir la culture, le programme a eu un impact indéniable sur leur projet professionnel : « J'ai toujours voulu travailler à l'étranger mais cela m'a conforté dans mon idée », dit Vincent. Grâce à cet échange les étudiants ont la

chance d'observer un système éducatif différent. Par le biais de cette comparaison Lara envisage même un avenir en France.

Erasmus en quête d'expériences et d'une réelle autonomie

Le programme Erasmus offre des compétences professionnelles et humaines. Vincent et Lara sont tous deux partis en quête d'autonomie et d'une perte de repères. Grâce à l'Union européenne - à l'origine de ce programme - de plus en plus d'étudiants considèrent l'Europe comme un unique et vaste territoire : « Je me sentais étouffé dans mon pays et j'avais besoin de partir à l'étranger », dit Vincent. Cette expérience humaine permet aux jeunes de s'améliorer en langues étrangères, d'acquérir plus de responsabilités, d'apprendre à gérer un budget, à s'organiser mais aussi à se sociabiliser.

Toute la difficulté du programme

Vincent a rencontré des problèmes administratifs qui lui ont valu une invalidation de son année ainsi que des difficultés budgétaires. Quant à Lara, elle regrette le manque d'intégration des Erasmus qui a limité son expérience : « Je me rends compte de plus en plus que c'est difficile de se faire des amis dans un temps si réduit, surtout quand

on forme des groupes d'étrangers de la même nationalité pour rester dans une zone de confort ».



© V. Bezie

Fort de son succès depuis plus de trente ans, Erasmus+ a joué un rôle majeur dans la vie de plus de neuf millions d'étudiants soit autant que la population de l'Autriche. Selon les témoignages recueillis, cet échange international reste une expérience de vie qui apporte énormément de choses au niveau relationnel, comme en témoigne le phénomène des « bébés Erasmus ».

ASTRID JUNIQUE ET SOFIA KUDINOVA



COMMENT COMMUNIQUE-T-ON SUR L'EUROPE EN NOUVELLE-AQUITAINE ?

L'Union européenne délègue la gestion de ses fonds et leur communication aux collectivités territoriales. Elles sont nombreuses à repenser la communication relative à ces fonds afin d'inscrire l'Europe dans le quotidien des citoyens. Elles souhaitent passer d'une approche institutionnelle de la communication à une approche usager, pédagogique. Quelles stratégies et actions ont-elles mises en place afin de promouvoir les programmes européens et leurs impacts sur le territoire ?

Il convient avant tout de distinguer la législation communautaire des fonds européens, traités ici. Le droit communautaire s'élabore principalement à Bruxelles (les directives), pour réglementer le droit de la concurrence par exemple. Les fonds européens sont gérés au niveau local par les collectivités territoriales.

Le public visé dans la communication sur les fonds européens a évolué depuis dix ans en Nouvelle-Aquitaine. Auparavant le Conseil régional s'adressait à un public connaisseur des fonds. Aujourd'hui, il communique vers les candidats potentiels des programmes (porteurs de projets, entreprises, villes, etc.) et le grand public. L'objectif est de permettre au candidat de « *juger rapidement - et simplement - si son projet est en adéquation avec les priorités européennes avant d'aller plus loin dans sa démarche. Il s'agit de faire émerger de nouveaux bénéficiaires* », explique Aurore Tourenne, ancienne étudiante à l'ISIC qui a effectué son mémoire sur la « Lisibilité de l'action de l'Europe au niveau local ».

Question de stratégie(s)

Pour le grand public, il s'agit d'accompagner « *la prise de conscience de l'intervention de l'Europe sur son quotidien. (...) Cette cible peut être segmentée dans les plans d'actions annuels pour affiner le choix des actions de communication (séniors, étudiants, habitants des zones rurales....)* ». »

Dans le département de la Haute-Vienne, une approche multicanale a été choisie. Sylvie Garaud, chargée de mission Europe FSE, a participé à la mise en place de la stratégie de communication autour des fonds européens. « *Des campagnes de communication sur abribus à destination du grand public ont été complétées par des dons d'objets publicitaires aux publics bénéficiaires* ». Des clés usb ou des carnets et stylos sont proposés lors de réunions et d'événements.

Nécessaire rapprochement

Cette approche est peu intrusive et efficace car elle s'installe dans la durée comme l'a montré une étude du CSA : 75 % des Français se souviennent du nom de la marque associée aux goodies. Il faut, selon Sylvie Garaud, « *donner la preuve par l'exemple, telle la possibilité, cofinancée par l'Europe, de louer une voiture à 6€ par jour pour se rendre à un entretien ou*

durant son premier mois de travail.

Les conseillers ou référents parcours du Département l'expliquent pendant leur rendez-vous. En janvier 2017 et via des témoignages d'usagers, le journal départemental mettait en avant des actions d'insertion sociale réussies grâce au soutien de l'Europe.

“ **Le grand public doit prendre conscience de l'intervention de l'Europe sur son quotidien. Un citoyen peut bénéficier du soutien de l'Europe, encore faut-il qu'il le sache** ”

Le Conseil régional communique non plus sur des fonds mais sur des thématiques accessibles par tous, explique Serge Rodriguez : « *Un important travail pédagogique a été réalisé en interne et en externe* ».

Le slogan « *La Nouvelle-Aquitaine et l'Europe agissent ensemble pour votre territoire* » accompagne les actions de communication.

Le public peut retrouver sur un site web dédié, outre les appels à projets, des reportages qui donnent la parole aux usagers, une cartographie des projets et des infographies.

Retards à rattraper

Côté événementiel, dès 2010, l'ex-Aquitaine a lancé « *Le joli mois de l'Europe* » afin de rapprocher l'Europe des citoyens. Cette initiative, d'abord expérimentale, a si bien fonctionné qu'aujourd'hui elle est reprise au niveau national et même européen ! Sortir des listes à la Prévert et mettre en lumière des projets financés par des fonds européens permet au public de visualiser et comprendre

les différentes aides, et espérons, le principe de solidarité de l'Union européenne. Elle agit pour rattraper des retards entre territoires ou pays et il est plus simple de communiquer sur le soutien à l'extension du métro de Sofia en Bulgarie que sur l'implantation des chèques « *transformation numérique* » ou l'aide à l'extension d'une PME.

Pour autant, l'exemple de la Région Nouvelle-Aquitaine ou du Département de la Haute-Vienne montre qu'une approche usager ainsi qu'un réel travail sur sa stratégie de communication permettent de sensibiliser petit à petit les publics.

JEREMIE BRIAND-WACH



Oeuvre de Banksy à Douvres, Angleterre



FOCUS SUR UN DISPOSITIF EUROPÉEN : LE PARLEMENT EUROPÉEN DES JEUNES

Rencontre avec Florian Sapey-Triomphe, directeur exécutif du PEJ

Le Parlement Européen des Jeunes est un réseau associatif de l'éducation à la citoyenneté dont la dimension européenne permet de mobiliser de nombreux jeunes lycéens, étudiants, actifs autour d'échanges et de rencontres, tant en France qu'en Europe.



© F. Sapey-Triomphe

Les Points sur les I : quel rôle jouez-vous auprès des jeunes ?

Florian Sapey-Triomphe :

Notre réseau vise à créer des moments de paroles constructives entre jeunes originaires de France mais également issus des différents pays européens. Le but est de les intéresser à des sujets qui les concernent en Europe, à développer un esprit critique, à prendre goût au débat et à l'engagement.

Les Points sur les I : Que proposez-vous ?

Florian Sapey-Triomphe : Durant plusieurs jours, nous organisons différentes sessions de simulations parlementaires, réunissant des jeunes lycéens et étudiants au profil différent. Durant celles-ci, les participants se regroupent autour d'ateliers de teambuilding ou sous forme de commissions, pour discuter autour de l'Europe qui se construit. L'objectif est de permettre l'élaboration de propositions, de

résolutions qui sont présentées puis votées par l'ensemble des participants.

Les Points sur les I : Avec quelles institutions travaillez-vous ?

Florian Sapey-Triomphe : Nous travaillons en lien avec des réseaux et institutions nationaux tels que le Bureau d'Informations du Parlement Européen, la Représentation en France de la Commission Européenne, mais aussi avec des réseaux associatifs comme Animafac. Nos sessions et événements sont possibles grâce à l'accueil prévu par les collectivités locales et territoriales (régions, départements, villes...). De manière globale, nos projets sont soutenus par le ministère de l'Éducation, établissements scolaires ainsi que par l'Agence Erasmus + Jeunesse.

Les Points sur les I : Comment s'inscrire à vos événements ?

Florian Sapey-Triomphe : Nous lançons un appel à candidatures à destination des jeunes sur les réseaux sociaux et aux établissements scolaires

de France. Le bouche-à-oreille fonctionne aussi très bien : généralement de nombreux jeunes ayant participé sont intéressés pour aller plus loin et s'engagent au sein du PEJ-France.

Les Points sur les I : Que pouvez-vous dire de l'engagement des jeunes sur l'Europe ?

Florian Sapey-Triomphe : L'Europe est un sujet qui paraît lointain pour une grande majorité de jeunes. Généralement elle est assimilée à la Commission européenne et au Parlement européen qui restent des organes flous. Cependant, nous constatons que la jeunesse se rend rapidement compte que de nombreux sujets quotidiens sont de réels enjeux en Europe : écologie, information, éducation... Ainsi lorsqu'ils ont l'occasion de discuter avec d'autres jeunes européens, une conscience européenne (et plus largement internationale) se développe et les amènent à s'intéresser davantage aux sujets débattus en Europe, afin d'y apporter une contribution.

ASTRID JUNIQUE ET SOFIA KUDINOVA

LA MOBILITÉ EN EUROPE, C'EST QUOI ?

Corina et Jack ont 24 et 28 ans, l'une est née en Moldavie, l'autre au Royaume-Uni, ils ont tous deux choisi de vivre à Bordeaux. Zoom sur deux parcours atypiques, symboles d'une Europe mobile ?

Corina a grandi en Moldavie, pays frontalier de la Roumanie et non membre de l'Union Européenne. À l'âge de 18 ans elle décide de faire des études de journalisme et communication en Roumanie. Après trois années elle obtient la nationalité roumaine, synonyme d'opportunités nouvelles. Ce changement permet à Corina d'effectuer un Erasmus en France, à l'Université Bordeaux Montaigne. À la suite de cette année d'échange, elle intègre le cursus de la licence Information et Communication de l'ISIC en 2015. Deux ans plus tard, elle est admise en master Marketing stratégique et communication à l'IAE de Bordeaux avant d'effectuer son stage de fin d'études dans une agence de communication parisienne.

« Depuis la Moldavie, la France ressemblait à un rêve inatteignable, je n'aurais jamais cru avoir la chance d'y faire ma vie ! Sans une nationalité d'un pays membre de l'Union européenne ce rêve n'aurait jamais pu se réaliser. » Dès l'obtention de son baccalauréat Corina a eu envie de parcourir l'Europe et pris la décision d'obtenir ses diplômes à l'étranger, ce qu'elle a pu faire grâce aux programmes de mobilité européenne.

Kiné mais pas partout !

Mais ce n'est pas le cas de tous les étudiants. Jack a obtenu, lui, son diplôme de kinésithérapeute au Royaume-Uni, son pays natal. Après trois années d'études à Manchester, diplômé, il s'installe à Bordeaux en 2015. Un choix guidé par l'amour : « Pour rejoindre mon épouse Justine et découvrir la culture française que j'aime tant ». Il s'intègre rapidement à Bordeaux, notamment grâce au golf qu'il pratique régulièrement, mais l'intégration professionnelle est plus délicate. En France le diplôme de kinésithérapeute s'obtient en cinq ans, il ne peut donc pas exercer dans son pays d'accueil. La mobilité européenne semble alors limitée pour les diplômés. Les individus peuvent s'expatrier

dans les pays membres de l'Union Européenne, mais sont parfois freinés par des systèmes de diplômes encore cloisonnés.

Alors, la mobilité humaine en Europe permet-elle réellement l'expatriation ? Parfois source d'opportunités, quelquefois objet de frustrations, les dispositifs de mobilité européenne sont-ils suffisamment aboutis ?

KIMBERLEY ANDRE ET CLARA BALDI

L'UNIVERSITÉ S'ENGAGE POUR LA MOBILITÉ ÉTUDIANTE !

La France est le pays qui envoie le plus d'étudiants chaque année en programme Erasmus : pas moins de 40 000 par an. A l'inverse, des milliers d'étudiants étrangers sont accueillis dans les universités françaises. Grâce à ces échanges, les jeunes Européens mutualisent leurs connaissances et s'enrichissent des cultures étrangères.



© C. Baldi

© K. André



LE RGPD... KÈSAKO ?

Et si vous preniez conscience de l'importance des enjeux du RGPD pour la protection des données à caractère personnel ? Citoyens européens, soyez maîtres de vos données !



Quelles soient publiques ou privées, ne vous êtes-vous jamais demandé si les organisations utilisaient vos données à des fins que vous considérez comme contestables ?

Depuis le 25 mai 2018, le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) est entré en vigueur au sein de l'Union européenne pour encadrer le traitement des données à caractère personnel des citoyens. Cette nouvelle mesure vise à responsabiliser les

organismes. Il est notamment le fruit d'un premier pas dans l'élaboration d'une stratégie commune à l'ensemble de l'Union européenne.

La CNIL, police du numérique en France

En France, la CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés) est en charge de veiller au respect du RGPD et agit au service des citoyens. Ainsi, elle sanctionne fortement les mauvais élèves qui sont soumis à une amende pouvant aller jusqu'à 4 % de leur chiffre d'affaires annuel. Sur son site internet, la CNIL informe les citoyens sur leurs droits : droit d'information sur le traitement des données personnelles, d'opposition à leur utilisation, de vérification des données détenues sur lui, de rectification ou encore au référencement.

Fragile face au GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft)

Mesure européenne, le RGPD souffre de faiblesses, en particulier face aux géants du net américains, clairement au dessus des lois de l'UE. Le Cloud Act porté par Donald Trump, permet aux autorités américaines d'avoir un

accès rapide à l'ensemble des données stockées à l'étranger par des entreprises américaines dans le cadre d'affaires judiciaires. Si la justice étatsunienne le décide, les entreprises autochtones doivent pouvoir fournir les données stockées sur leurs serveurs, ce qui nuit aux principes du RGPD.

Responsabilisation des citoyens et des organisations européennes

Malgré les contraintes imposées par les États-Unis, le RGPD permet d'instaurer un climat de confiance. Selon une étude d'IBM, 60 % des entreprises interrogées perçoivent le RGPD comme une véritable opportunité permettant d'améliorer la confidentialité, la sécurité des données et 84 % voient le respect du RGPD comme un atout différenciant positif. Du côté des citoyens, cette mesure permet une remise en question tout en les responsabilisant sur leur utilisation d'internet et leur permet de s'ouvrir à de nouvelles perspectives, notamment avec l'essor de technologies ou offres open source.

AMELY JOLLY

PARLONS AVEC LES ROBOTS !

Avez-vous déjà parlé à Lara de Meetic ou Super mamie de La Croix Rouge ? Ces agents conversationnels, appelés chatbots, sont des « robots » qui discutent avec vous sur Messenger ou les sites internet. Florian Ruf, co-fondateur et gérant du chatbot Maitika, incontournable pour les idées de sorties bordelaises, vous en dit plus sur ce sujet.

Florian et Nicolas, fondateurs de Maitika, ont d'abord pensé à concevoir leur projet de guide des sorties de Bordeaux via une application. C'est en allant à l'Apps Days à Paris qu'ils ont découvert les chatbots. Ils ont vite compris les avantages de cet outil, surtout dans leur secteur. En effet, début 2017 les chatbots ne sont pas encore très utilisés. Ils ont donc saisi l'opportunité de cette solution de communication pour développer leur projet.

Conversations et algorithmes

Les chatbots sont fondés sur des algorithmes, plus ou moins puissants et poussés. Leur objectif est de discuter avec nous en se faisant passer pour des êtres réels. Ils nous envoient des messages selon nos requêtes, ce qui est censé créer l'illusion de parler avec un humain.

Cet échange peut être une bonne ou une mauvaise expérience : si les algorithmes sont pauvres ou incohérents, la discussion s'arrête rapidement.

Ce genre de problème est souvent rencontré lorsque les chatbots ne comprennent pas les requêtes des utilisateurs : mots qu'ils ne connaissent pas, sur lesquels aucune réponse n'est programmée, avec des fautes d'orthographe, etc. Florian explique que pour parer à ces « bugs » ils ont décidé de fonder Maitika sur une logique de boutons : si vous êtes abonnés à Maitika, vous recevrez via Messenger les bons plans de la semaine. Ensuite, Maitika vous propose des boutons à cliquer qui renvoient vers des pages web : « Plus d'événements », « Menu », ou encore « Miam miam » et « Glou glou ».

Florian affirme que les chatbots ont de nombreux avantages par rapport aux applications : moins chers, moins nombreux, utilisent moins de batterie, ils n'ont pas besoin de téléchargement ni d'espace sur le téléphone. Ils permettent une acquisition de personnes plus simple et plus rapide ; ils sont plus personnels, ont énormément de possibilités. Enfin, ils sont évolutifs et peuvent davantage surprendre. Mais tous ces arguments ne sont pas exhaustifs ...

Il ajoute qu'il faut trouver la bonne combinaison entre les canaux de communication. Les chatbots et les applications peuvent se cannibaliser. Pour autant, un robot reste un robot, conçu par un être humain qui doit rester maître de ses relations avec autrui, base de toute communication intelligente.

AMANDINE DA SILVA PINTO

« Chaque réseau a son utilité, il faut trouver celle à chacun »



© Maitika



EUROPÉENNE EN « TÊTE DE LISTE » DU MASTER CPP !

Nouvelle responsable du master Communication Publique et Politique depuis septembre 2018, Marie-Hélène Hermand livre son approche et sa vision pour les futurs communicants de la vie publique et politique.

Les Points sur les I : Pouvez-vous nous décrire votre parcours ?

Marie-Hélène Hermand : J'ai déroulé ma formation universitaire en Belgique avec des incursions en France et en Italie. Initialement, mes diplômes me destinaient aux débouchés logiques de l'enseignement secondaire. En réalité, j'ai rapidement eu plusieurs expériences dans le secteur privé. J'ai exploré divers domaines qui recouvrent la communication économique, scientifique et politique. En parallèle de ma carrière professionnelle, j'ai ressenti le besoin de consolider mon parcours. J'ai décidé alors de renouer avec l'université et pour finir, d'y soutenir une thèse.

Les Points sur les I : Selon vous quelle est l'originalité du master CPP ?

Marie-Hélène Hermand : Outre la réputation dont bénéficie ce parcours de formation, son originalité repose sur le mélange des étudiants de l'ISIC et de Science Po. J'observe une complémentarité des profils très riche. Ces étudiants ont la spécificité d'être engagés intellectuellement sur des questions de

fond qui touchent à la démocratie et aux modalités du « vivre ensemble », enjeu au cœur de l'actualité. Ils ont un intérêt naissant pour les dispositifs de communication qui visent l'inclusion des citoyens dans la vie publique et politique, une condition indispensable à la démocratie.

Les Points sur les I : Quelle est votre vision de développement pour le master CPP ?

Marie-Hélène Hermand : En s'appuyant sur le parcours antérieur, il s'agit d'asseoir la formation théorique pour permettre aux étudiants de nourrir leur pratique professionnelle.

Développer leur compréhension du monde, aiguïser leur capacité d'initiative et d'autonomie intellectuelle, encourager leur esprit critique, systématiser leur démarche réflexive (...) autant de fondements, qui une fois acquis dans leur domaine de spécialité, leur donneront les armes pour continuer d'évoluer en tant qu'actif et participer à la recherche de solutions collectives.

Les Points sur les I : Quels sont les grands enjeux auxquels les futurs communicants de CPP devront répondre ?

Marie-Hélène Hermand : L'actualité et l'histoire nous le montrent, il faut développer une approche délibérative de la communication publique et politique.

À mon avis, ce choix passe par deux impératifs : éviter la confusion entre marketing et communication, ainsi que travailler sur la question de l'inclusion du citoyen dans les dispositifs de communication! L'enjeu n'est pas forcément de créer du consensus et de l'adhésion à tout prix mais de créer les conditions qui vont permettre une urgence de débat contradictoire.

Les Points sur les I : En quoi vos recherches sur les Eurorégions peuvent-elles enrichir le Master CPP ?

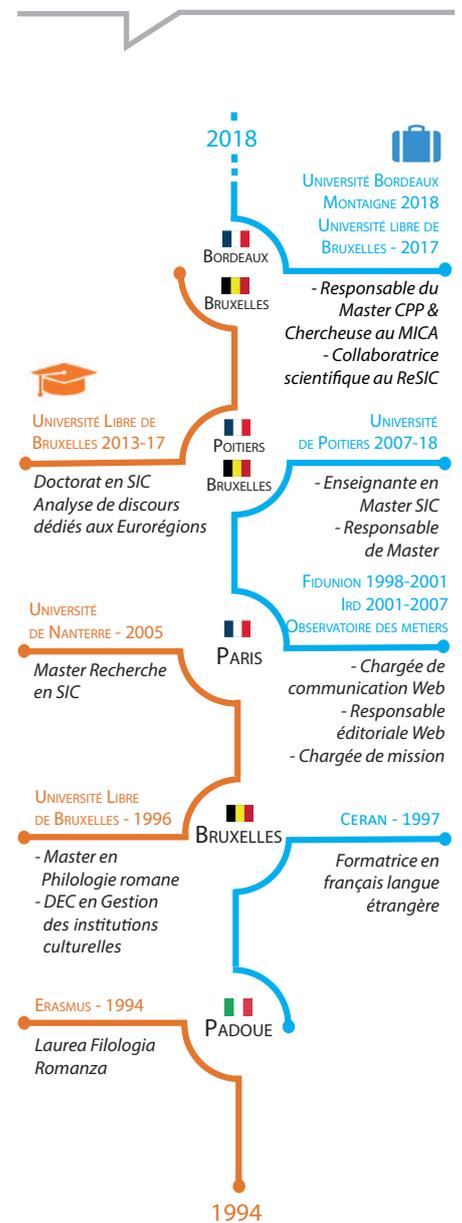
Marie-Hélène Hermand : Mes recherches sur la création de ces nouveaux territoires regroupant des régions frontalières européennes ont un écho direct dans le master. Elles permettent d'illustrer les répercussions des décisions prises au niveau institutionnel européen, sur notre vie locale.

Sans la connaissance historique de la construction européenne, il est difficile de comprendre les mésententes actuelles au sein de l'UE menacée de dislocation. Un volet sur la communication européenne aurait sa place dans le master CPP. Il permettrait d'analyser l'évolution des espaces publics européens et de préparer les étudiants à des postes liés au fonctionnement de l'Union européenne.

« La pratique professionnelle et la poursuite d'étude sont les fils conducteurs de mon parcours »



©M.A. Raynaud



MARIE-AMÉLIE RAYNAUD



©P.Tixier

BRIGITTE OGIER-COLLIN, DANS L'UNIVERS DES MEDIAS

Rencontre avec la nouvelle professionnelle-associée à l'ISIC qui enseigne aux étudiants de master 2 Stratégie et Politique de communication, l'univers des médias.

Les points sur les 1 : Il s'agit de votre première année d'enseignement à l'ISIC...

Brigitte Ogier Collin : *Tout à fait, mais j'ai déjà plusieurs autres expériences en tant que professeure depuis une dizaine d'années. J'interviens auprès de diverses écoles et en Licence professionnelle de médiaplanning à l'IUT de Bordeaux Montaigne. Pour moi, enseigner est important car cela permet d'avoir un échange enrichissant avec les futurs professionnels de la communication et des médias. Cela m'oblige également à me nourrir continuellement des nouvelles tendances, des actualités pour rester au fait et ainsi transmettre aux étudiants les informations les plus pertinentes possibles.*

Les points sur les 1 : Comment définiriez-vous le métier de média-planneur ?

Brigitte Ogier Collin : *En fonction de l'organisation dans laquelle on travaille, il existe deux typologies du métier de média-planneur. En agence média ou de communication, le cœur du travail est de créer une stratégie média pour diffuser une campagne de publicité sur les supports les plus adéquats en fonction du budget, de la cible... Il faut alors acheter de l'espace publicitaire. Alors qu'en régie de publicité, il s'agit de vendre les espaces*

publicitaires de grandes marques médias. Il y a donc un aspect plus commercial.

Les points sur les 1 : Quel est l'avenir de ces métiers d'après vous ?

Brigitte Ogier Collin : *La digitalisation des médias transforme en profondeur le marché de la publicité. L'achat d'espaces se fait désormais à 50 % par enchères automatisées. Les média-planneurs doivent alors réinventer leur métier pour aider les entreprises à trouver de nouvelles solutions pour créer de la valeur. Désormais il ne faut plus seulement se contenter d'être acheteur ou vendeur d'espaces, il faut également développer le contenu pour qu'il soit plus qualitatif.*

Les points sur les 1 : Un conseil pour les étudiants se dirigeant vers ce secteur ?

Brigitte Ogier Collin : *Essayez d'être curieux ! Il faut aller outre l'aspect commercial qui peut effrayer certains étudiants car ce n'est pas la seule réalité du média-planning. Il s'agit d'un secteur qui bouge rapidement, au gré des nouvelles tendances.*

Il est important d'avoir une bonne culture des médias mais aussi générale, donc intéressez-vous à un maximum de choses !

PAULINE TIXIER

Les points sur les 1 : Quelle a été votre parcours avant de devenir la dirigeante de la régie publicitaire « MMC régie » ?

Brigitte Ogier Collin : *J'ai suivi des formations diverses avant de me diriger définitivement vers un BTS de publicité que j'ai obtenu. J'ai alors intégré de nombreuses agences de communication telles que TBWA afin de faire mes premières armes. Puis je me suis naturellement dirigée vers la régie publicitaire en devenant directrice de région chez le groupe Lagardère publicité. Après cette belle expérience, j'ai eu envie de changement et cela a été permis grâce à la MMC régie dont je suis la gérante aujourd'hui. C'est une régie exclusive de huit grands groupes média sur le grand Sud-Ouest. Sa mission est de commercialiser les espaces publicitaires de cinquante marques médias (print, internet et tv).*

NATHALIE WATERLOT, GARDIENNE DU TEMPLE

Partons en G107, dans les coulisses de l'UFR Sciences des Territoires et de la Communication à la découverte de Nathalie Waterlot et de sa fonction, gestionnaire de scolarité de cinq masters ISIC.

C'est en 1997 que Nathalie Waterlot entre dans le milieu scolaire à l'Université Bordeaux II en tant qu'agent de service technique à l'entretien puis responsable d'un poste accueil et qu'elle découvre la profession de secrétaire pédagogique. Un métier relationnel, au plus proche des étudiants et des professeurs qu'elle gardera en ligne de mire jusqu'à son entrée à l'Université Bordeaux Montaigne en 2010. Autodidacte et amatrice de challenge, Nathalie Waterlot a un profil d'adjoint administratif polyvalent et complet grâce à de nombreuses formations et concours menés en secrétariat, comptabilité et accueil. Lors de sa prise de poste à l'UFR STC Nathalie Waterlot a vécu de l'intérieur la réforme de l'UBM et a vu son travail restructuré. Sous la responsabilité de David Arcelin, responsable du bureau des masters et des formations professionnelles, elle gère dix promotions de master ISIC soit plus de deux cents parcours étudiants chaque année.

À la fois autonome dans son travail et libre de prendre des initiatives, Nathalie Waterlot trouve sa motivation dans l'accompagnement des étudiants à chaque grande étape de leur formation.

Alors qu'elle les suit de leur inscription à leur remise de diplômes, c'est avec attention et satisfaction qu'elle voit les formations professionnalisantes de l'ISIC déboucher sur des stages ainsi que sur des emplois, parfois remarquables. Cependant le métier de gestionnaire de scolarité n'est pas de tout repos. De mai à juillet, il faut redoubler de rigueur en vue de la phase de recrutement, des saisies des notes et des publications des résultats.

Autonomie et engagement

Parallèlement, la principale difficulté que Nathalie Waterlot rencontre dans son métier est celle de savoir trouver la limite entre ce qui est de la responsabilité des équipes pédagogiques et administratives. En effet, les tâches qui incombent à l'administration peuvent empiéter sur le travail du corps enseignant et inversement. Pour y remédier Nathalie Waterlot compte sur son rôle d'informatrice et ses compétences en communication pour mettre en relation les bonnes personnes et régler leurs problématiques. Authentique et disponible, Nathalie Waterlot est la personne à qui, étudiants comme

professeurs font confiance. Elle formalise et officialise le statut d'étudiant en master à l'ISIC à celui de jeune diplômé sur le marché de l'emploi. En tant que gestionnaire de scolarité elle est depuis huit ans le témoin de la conquête de l'âge adulte de centaines d'étudiants passés par les bancs de l'ISIC.

CAMILLE BOUDOIRE



©C. Baldi



©A-Da Silva Photo

ALAIN KIYINDOU, NOUVEAU DIRECTEUR DU MICA

Nouvelle figure représentative du laboratoire de recherche le MICA, portrait d'Alain Kiyindou professeur chercheur en Sciences de l'Information et de la Communication.

Les Points sur les I : Depuis peu, vous occupez le poste de directeur du MICA... Quel a été votre parcours ?

Alain Kiyindou : Ma première vocation étant le métier de journaliste, j'ai étudié cette discipline à l'Université de Brazzaville. J'ai exercé la profession durant trois ans parallèlement à mes études, en participant à l'éclosion de la presse indépendante en Côte d'Ivoire, par la création du journal *Le Défi*. Toutefois, j'ai souhaité approfondir mes connaissances par le biais d'un master en Stratégie Publicitaire à l'Université D'Abidjan puis par un Diplôme d'Étude Approfondie en communication à l'Université Bordeaux Montaigne. J'ai poursuivi notamment par un doctorat en SIC et approfondi mes connaissances avec des formations en multimédia.

Les Points sur les I : Qu'est-ce qui vous a poussé à vous intéresser à la recherche ?

Alain Kiyindou : Une volonté profonde de mieux connaître les SIC et la nécessité de combler des champs de recherches qui me semblaient incomplets. Je me suis intéressé spécifiquement à la circulation de l'information en zone rurale, d'abord au Congo puis en France car c'est une perspective qui me fascinait.

Les Points sur les I : Quels sont vos sujets de recherche ?

Alain Kiyindou : À présent, mes recherches se concentrent sur les impacts de l'intelligence artificielle dans les pays émergents. Il s'agit d'observer comment l'intelligence artificielle permet d'améliorer et de développer les conditions de vie et morales de ces populations.

Les Points sur les I : Pourquoi avoir pris la direction du MICA et quelle vision nouvelle pensez-vous apporter au laboratoire ?

Alain Kiyindou : Il était important pour moi de prendre des responsabilités et essayer d'apporter quelque chose à la communauté. Cette fonction représente un devoir considérable mais permet d'orienter les éléments de recherche dans un certain sens et d'apporter une nouvelle vision. Celle-ci repose sur mon objectif de faire du MICA un laboratoire incontournable sur la place Bordelaise mais également, aux niveaux national et international.

ELISA BRUN ET MELANIE GAZEL

Le MICA (médiations, informations, communication et arts) est un laboratoire de recherches de l'Université Bordeaux Montaigne. Il est aujourd'hui le premier laboratoire français pour le nombre de chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication. Il réunit 68 enseignants-chercheurs, à titre de membres pleins, et 90 doctorants autour des SIC et des Arts.

CYBERNETIC : LES SIC DANS LES FORCES DE L'ORDRE

Marlène Dulaurans est maîtresse de conférences à l'Université Bordeaux Montaigne et enseignante au département des Métiers du Multimédia de l'internet de l'IUT. Spécialiste dans les stratégies de manipulations numériques, elle est également réserviste citoyenne dans la gendarmerie nationale. Cet engagement est l'une des raisons qui l'ont poussée à créer un projet en lien avec le cyberharcèlement : CYBERNETIC

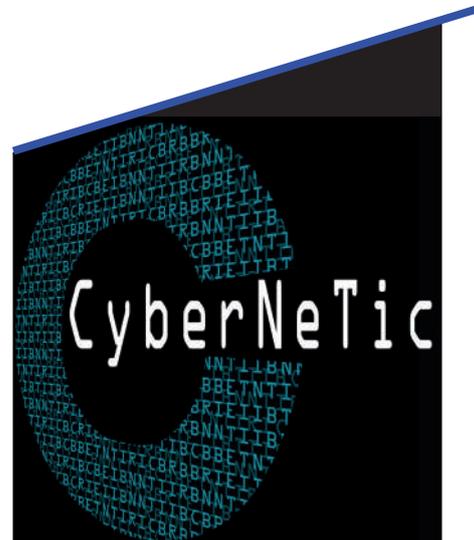
Développé en partenariat avec la gendarmerie nationale (*le Pôle Judiciaire de la Gendarmerie Nationale et les cellules N'Tech*), ce dispositif numérique vise à mieux comprendre les phénomènes de cyberharcèlement. Dans cet objectif, un travail important est réalisé en amont pour identifier les dynamiques communicationnelles utilisées par les cyberharcéleurs, afin de recréer une situation de victimation réelle.

Ce projet sera, dans un premier temps développé de manière exploratoire à Bordeaux et devrait voir le jour d'ici un an au niveau national. Le but est de proposer un véritable jeu de rôles aux utilisateurs, dans lequel ils peuvent incarner divers personnages (victime, parents, encadrant, amis...) et vivre un scénario caractéristique d'une forme de

cyberharcèlement en fonction des choix effectués. Au final, il s'agit de sensibiliser les victimes à l'importance du dépôt de plainte et de faire prendre conscience des conséquences du harcèlement numérique.

Actuellement, aucun dispositif similaire n'est proposé en France pour prévenir et lutter contre le cyberharcèlement malgré l'ampleur de ce phénomène. Le développement d'une application mobile va permettre aux forces de l'ordre d'avoir un outil efficace pour accompagner les victimes et proches de celles-ci, de manière immersive. Une initiative qui prend tout son sens à l'heure où se pose de façon aiguë la question de la sécurité sur le campus.

ELISA BRUN ET MELANIE GAZEL





L'ISIC ENGAGÉ DANS LA MOBILITÉ INTERNATIONALE

En 2018, 5 millions d'étudiants ont suivi un cursus à l'étranger. Dans cet état d'esprit, l'ISIC a renforcé ses relations avec l'international. Tour d'horizon sur la mobilité au sein du département.

Plus-value sur leur CV, les étudiants n'hésitent plus à faire leurs bagages et à partir étudier loin de chez eux. En prenant ainsi leur envol, les apports sont multiples : développement des compétences linguistiques, enrichissement personnel, ouverture sur le monde et les autres. Pour répondre à une forte demande, les formations universitaires ont dû s'adapter. Des enjeux majeurs pour les formations : élever le niveau académique, dynamiser la recherche, renforcer les liens et promouvoir une compréhension mutuelle.

Isiciens en quête de renouveau

C'est souvent en deuxième année de licence que les étudiants de l'ISIC décident de quitter - pour un semestre ou deux - le campus bordelais. La mobilité sortante concentre davantage d'étudiants en double diplôme (licence info-com - langue étrangère).

Jean-Jacques Cheval, référent sur la question de la mobilité à l'ISIC, connaît bien les destinations privilégiées par ces jeunes universitaires : « Nos étudiants privilégient des destinations

hispanophones plutôt qu'anglophones ». Sur cent demandes en 2018 à l'ISIC, 25 % concernaient l'Espagne. Les raisons ? Attractivité du pays, équivalence de formation proposée, raisons financières. Le plus de ces destinations hispanophones : capacité à pouvoir profiter de cours dispensés en anglais. Apprendre deux langues simultanément est une valeur ajoutée.

Attractivité de l'isic

Bordeaux, connue pour son patrimoine, ses vignes et sa gastronomie, n'a de cesse d'attirer les étudiants étrangers. Ils choisissent l'ISIC pour parfaire leurs connaissances et enrichir leur formation initiale. « Nous attirons de nombreux universitaires allemands, mais l'ISIC accueille peu de personnes anglophones », constate Jean-Jacques Cheval.

Etudiant et handicap : compliqué mais possible !

Les étudiants handicapés peuvent prétendre à la mobilité : case prévue à cet effet dans le formulaire de candidature. Cependant ils sont encore peu

à tenter l'expérience. En 2018 : deux étudiants en mobilité entrante, un étudiant en mobilité sortante. Des dispositions à l'université et à l'ISIC sont toutefois mises en place : accompagnement individualisé, accessibilité des bâtiments, développement de partenariats privilégiés. En favorisant les échanges et en permettant dans les années à venir d'intégrer de nouveaux profils d'étudiants handicapés, l'ISIC continue à s'internationaliser et à s'ouvrir sur le monde. En répondant favorablement aux demandes de ces étudiants, le département affiche une véritable volonté d'adaptation.

EMMA IBADIOUNE ET
JULIO RAMANANKATSOINA



ANNÉE DE CÉSURE : UNE AUBAINE !

Depuis 2015, l'ISIC offre la possibilité aux étudiants de réaliser une année de césure. Ce dispositif leur permet de mener à bien un projet. Aujourd'hui en master 1 Communication des organisations, Sacha Bodin, diplômée d'une licence Langues Étrangères Appliquées et Julie Bazin, titulaire d'une licence en Sciences de l'Information et de la Communication, ont saisi cette opportunité en 2017.



Sacha Bodin

Pour prétendre à l'année de césure, les étudiants déposent leur demande sur la plateforme Apoflux, accompagnée d'une lettre de motivation et d'un C.V. Entre la licence et le master, la requête est complétée par une demande en master. D'après Sacha, le processus permet de partir sereinement. « En passant les épreuves d'admission de M1 avant mon départ, j'ai pu partir sans me préoccuper de ce que j'allais faire l'année suivante, car ma place était assurée ».

Expérience enrichissante

Julie a effectué une année de césure au Burkina Faso en rejoignant l'association *Cool'eurs du Monde* dans le cadre d'un service civique. Pour elle, l'expérience a été l'occasion de partir à la rencontre d'une population ayant une culture différente et de se découvrir encore plus. « Personnellement, ça m'a fait du bien d'être déconnectée. J'ai appris à prendre mon temps. Il y a tant à découvrir sur ce continent. Aller à la rencontre des Burkinabé a été une expérience hors du commun, ils sont chaleureux et sociables. Partir c'est gagner en humilité mais aussi en maturité ».

Sacha, quant à elle, a fait le pari de partir un an en Amérique latine. Installée dans la capitale argentine, Buenos Aires, elle avait cette envie de voyager depuis la licence. Employée d'un restaurant, elle accompagnait durant son temps libre des professionnels de l'industrie musicale dans la gestion de leurs réseaux sociaux. « C'était une aventure faite de rencontres et de moments inoubliables. J'ai

toujours rêvé de vivre en Argentine. Même si parfois j'ai rencontré des obstacles, j'ai su m'adapter. Comme disent les habitants, c'est *buena onda*. Tout le monde se tend la main. Cette expérience a été une réelle introspection et m'a permis de m'ouvrir au monde de manière indépendante ».

Projet professionnel affiné

Grâce à son voyage, Julie confirme son projet professionnel. En ayant été à la rencontre de familles touchées par la maladie, elle souhaite désormais travailler dans le domaine de la santé et de la prévention des risques auprès de la population : « Même si l'État tente de faire un travail de prévention, il y a quand même une difficulté à transmettre le message auprès de la cible », confie-t-elle, « c'est dans cette démarche que j'aimerais m'inscrire ».

Pour Sacha, ce voyage outre-Atlantique a permis d'accroître son désir de travailler en contact avec les gens. « Les échanges sont la clé de tout selon moi, ils m'ont apporté tant d'opportunités. Mon objectif est de favoriser cette interaction afin de pouvoir les conseiller et les accompagner, notamment dans leur communication digitale ».

Le mot de la fin

Si elles devaient revivre cette expérience, toutes deux répondent « oui », en ajoutant un conseil à tous les étudiants intéressés par la césure : « oser et foncer ».

JULIO RAMANANKATSOINA ET
EMMA IBADIOUNE



L'ISIC REMERCIE SES DONATEURS.
LA TAXE D'APPRENTISSAGE GARANTIT LE SUCCÈS
DE SES FORMATIONS. LE PARCOURS DE SES
ETUDIANTS ET LEUR DEVENIR PROFESSIONNEL
DOIVENT BEAUCOUP   CETTE CONFIANCE QUE
VOUS LEUR ACCORDEZ.

  LondresMag