

# Atelier n°3

## Communication et numérique : Informer efficacement les étudiants – outils et pratiques



# Intervenants et déroulement

**Dylan ANJARA**, Référent étudiant - Info jeunes E

**Quentin NOËL**, Référent étudiant - Info Jeunes C

**Hugo TRÉDAN**, Référent étudiant - Info Jeunes C

**Naïla BOUNOUARA**, Référente étudiante – Info Jeunes Tours

**Isabelle AZEVEDO**, Directrice Info Jeunes 18 et 36

**Sarah DOUCET**, responsable du pôle édition-communication - IJ Centre-Val de Loire

**Chloé GUITTON**, animatrice info jeunesse - Info Jeunes 37

Cet atelier était divisé en deux temps ; le premier sur la présentation des principaux constats et enjeux puis le second, Un travail des participants pour répondre à trois questions fondamentales



## ENJEUX

- ≈ Une communication accessible et adaptée.
- ≈ Une communication crédible, vraie et transparente.
- ≈ Une communication qui inclut toutes et tous, notamment celles et ceux éloignés du digital.
- ≈ Une communication qui valorise la participation et l'engagement des étudiantes et des étudiants.
- ≈ Une communication qui participe à l'éducation aux médias des étudiantes et étudiants.

## BESOINS

- ≈ Des supports variés et adaptés.
- ≈ Une communication accessible sur tous les territoires.
- ≈ Une communication personnalisée.
- ≈ Une implication des étudiantes et des étudiants dans la conception de la communication.
- ≈ La formation des professionnels pour savoir comment communiquer auprès des jeunes.

## POINTS DE BLOCAGE

- ≈ Fracture numérique / illettrisme.
- ≈ Multiplicité et complexité des dispositifs.
- ≈ Ressources limitées.
- ≈ Inégalités territoriales.
- ≈ Barrières culturelles / linguistiques / de confiance.
- ≈ Saturation / bruit informationnel.

## ENJEUX

- ≈ Une communication accessible et adaptée.
- ≈ Une communication crédible, vraie et transparente.
- ≈ Une communication qui inclut toutes et tous, notamment celles et ceux éloignés du digital.
- ≈ Une communication qui valorise la participation et l'engagement des étudiantes et des étudiants.
- ≈ Une communication qui participe à l'éducation aux médias des étudiantes et étudiants.

## BESOINS

- ≈ Des supports variés et adaptés.
- ≈ Une communication accessible sur tous les territoires.
- ≈ Une communication personnalisée.
- ≈ Une implication des étudiantes et des étudiants dans la conception de la communication.
- ≈ La formation des professionnels pour savoir comment communiquer auprès des jeunes.

## POINTS DE BLOCAGE

- ≈ Fracture numérique / illettrisme.
- ≈ Multiplicité et complexité des dispositifs.
- ≈ Ressources limitées.
- ≈ Inégalités territoriales.
- ≈ Barrières culturelles / linguistiques / de confiance.
- ≈ Saturation / bruit informationnel.

## 3 questions :

1. Comment les étudiants peuvent s'emparer de la communication informationnelle et s'en faire le relais en pair à pair ?
2. Comment coordonner les multiples acteurs de la jeunesse (associations, collectivités, institutions) pour améliorer la visibilité, la cohérence et l'efficacité des messages adressés aux étudiants ?
3. Faut-il communiquer auprès des étudiants selon les codes institutionnels, ou au contraire adopter des formes et des langages proches de leurs références ?

# Comment les étudiants peuvent s'emparer de la communication informationnelle et s'en faire le relais en pair à pair ?

## ➤ 1. Comprendre la communication informationnelle institutionnelle

L'atelier a d'abord permis de distinguer la **communication informationnelle institutionnelle**, c'est-à-dire la manière dont les institutions diffusent leurs messages, souvent de façon descendante (mails, affiches, sites, etc.).

Les participants ont souligné que la diffusion via **les réseaux sociaux** (Instagram, Snapchat) est plus adaptée aux usages étudiants : un repost en story, par exemple, est rapide et exige peu d'effort tout en permettant une large diffusion.

Un exemple concret a été évoqué : lors d'un envoi concernant un **forum jobs d'hiver** à l'IUT de Blois, le message émis par un **professeur** a été davantage consulté par les étudiants. Cela montre que **la crédibilité de la source** joue un rôle essentiel dans la réception de l'information.

# Comment les étudiants peuvent s'emparer de la communication informationnelle et s'en faire le relais en pair à pair ?

## ➤ 2. Le relais pair à pair : confiance, proximité et identification

La discussion a mis en lumière l'importance du **sentiment de proximité** dans le partage d'informations entre jeunes. Le **relais pair à pair** repose sur la confiance, l'empathie et la reconnaissance d'une légitimité.

Des figures comme "Dylan", connu et reconnu dans le groupe, incarnent ce rôle de **relai-ressource naturel**.

De même, certains créateurs de contenu étudiants, comme "Hugo Décrypte", sont perçus comme crédibles car ils proposent une approche à la fois claire, accessible et adaptée à leur génération.

Les participants ont également évoqué le besoin de distinguer différents **formats d'information** :

➤ **Courts formats** : brèves, infos rapides, faits divers.

➤ **Longs formats** : podcasts, vidéos explicatives, qui permettent de mieux comprendre un sujet.

Ces formats répondent à des besoins variés : vulgarisation, apprentissage, ou simple curiosité. L'essentiel reste que **le contenu plaise et suscite l'intérêt**.

# Comment les étudiants peuvent s'emparer de la communication informationnelle et s'en faire le relais en pair à pair ?

## 👉 3. Nouveaux usages et souveraineté des outils

La réflexion a ensuite porté sur la **transformation de la communication institutionnelle**.

Les jeunes s'informent aujourd'hui via des plateformes qui ne sont pas toujours françaises/européennes, posant la question de la **souveraineté numérique**.

Malgré l'importance du numérique, **le contact humain reste indispensable** : tenir des stands, aller vers les jeunes et maintenir certains supports papier renforcent la proximité et la démarche relationnelle.

Des dispositifs tels que les **comptes collaborateurs du CROUS** ont été évoqués comme outils de coopération entre structures et relais étudiants.

## 👉 4. Conclusion collective

L'atelier a mis en évidence plusieurs leviers pour renforcer la communication par et pour les jeunes

- Appuyer le rôle des **jeunes relais**, en les **formant et finançant** leurs missions.
- Combiner les supports : **papier, numérique et pair à pair (bouche-à-oreille)**.
- Reconnaître et valoriser la **parole des jeunes** dans la stratégie de communication,

notamment pour la vulgarisation et la transmission des messages institutionnels. En somme, l'efficacité de la communication auprès des étudiants passe par une **hybridation des formats**, un **renouvellement des messagers**, et une **écoute réelle** de leurs modes d'engagement, désormais différents mais toujours porteurs d'initiatives.

# Comment coordonner les multiples acteurs ?

## 1. Constats : une communication saturée, éclatée, peu lisible

- ↷ Les étudiants reçoivent **trop d'informations**, souvent via **trop de canaux**, créant un *raz-de-marée* : mails ignorés, messages noyés, info perdue.
- ↷ Les calendriers de communication sont **désynchronisés** entre établissements : trop d'envois à la rentrée, messages envoyés pendant les partiels, etc.
- ↷ Chaque structure cherche à **se valoriser** → multiplication de messages proches mais non identiques, ce qui brouille encore plus la compréhension.
- ↷ **Aucune solution magique** n'existe : chaque école, CFA ou université utilise sa propre plateforme, son ENT, ses supports.
- ↷ L'étudiant reste **d'abord un jeune**, pas seulement « étudiant » → la communication jeunesse est éclatée par public, non par thématique.
- ↷ L'abondance d'informations soulève une question clé : **pourquoi certaines communications fonctionnent-elles, et d'autres non ?**

## 2. Besoins identifiés : structuration, coordination, centrage sur l'étudiant

- ↷ **Coordination inter-acteurs** : se mettre autour d'une table, clarifier qui fait quoi, quand et sur quel thème.
- ↷ **Structurer les contenus et les messages** : harmoniser sans uniformiser ; garder la diversité des supports mais éviter la cacophonie.
- ↷ **Coconstruire avec les étudiants** : intégrer élus, assos et jeunes dans la réflexion sur les messages, la temporalité, les outils.
- ↷ **Adapter la temporalité** : éviter les périodes de surcharge (partiels, rentrée), organiser des moments clés de transmission.
- ↷ **Centraliser l'info utile** : un **guichet unique pour l'information, les aides et les dispositifs**, sans englober l'événementiel.
- ↷ **Développer la compétence "savoir s'informer"** : former les étudiants à naviguer dans l'écosystème d'information.
- ↷ **Remettre de l'humain** dans l'accès à l'information : rencontres directes, lieux ressources, référents vie étudiante.

# Comment coordonner les multiples acteurs ?

## 3. Pistes d'action proposées : vers une coordination thématique et partagée

### - Créer une instance de coordination des acteurs jeunesse

Coordination par **thématiques** (santé, logement, mobilité, etc.) plutôt que par publics.

Coordinateur **tournant** selon les sujets.

Implication systématique des directions communication + représentants étudiants.

### - Construire un calendrier partagé de communication

Pas basé uniquement sur le calendrier universitaire (trop disparate).

Calendrier co-construit avec les étudiants, les responsables de formation et les cellules vie étudiante diante.

### - Centraliser l'information utile

Plateforme « **click and help** » → guichet unique pour aides, dispositifs, adresses utiles.

Possibilité de s'appuyer sur **YEP'S** comme outil central, en élargissant le comité éditorial.

Développer un système de **notifications** simple et non intrusif.

### - Agir sur les points de contact directs

Un **référent vie étudiante** dans chaque établissement, relais identifié.

Renforcer et faire évoluer les **cellules vie étudiante (V2)** en y intégrant des étudiants.

Organiser dans *tous les établissements* une **semaine de rentrée coordonnée**, avec présence des acteurs de la vie étudiante.

### - Penser les outils au plus près des usages étudiants

Valoriser les outils qui fonctionnent : groupes WhatsApp, notifs rapides, formats courts.

Reconnaître que le mail n'est plus le canal principal : "le mail fait peur".

Créer un **lieu totem numérique** + un **lieu totem physique** (réseau IJ, guichets, espaces d'accueil). **Accompagner les étudiants**

### - Accompagner les étudiants

Créer un module « **comment s'informer ?** » intégré aux semaines de rentrée.

Mieux coordonner les messages répétitifs pour éviter les différences d'une structure à l'autre.

# Comment coordonner les multiples acteurs ?

## ⇒ Conclusion collective

Aujourd'hui, les étudiants sont saturés d'informations dispersées. Pour y remédier, il ne s'agit pas d'inventer un nouvel outil magique, mais de **coordonner, simplifier, synchroniser**, et surtout **associer les étudiants** aux décisions.

Une communication plus claire, plus humaine et mieux organisée passe par :

- une coordination thématique,
- un guichet unique,
- un calendrier partagé,
- des relais locaux,
- et une véritable co-construction avec les jeunes.

# Comment coordonner les multiples acteurs ?

- ⇒ Conclusion collective
- ⇒ Aujourd'hui, les étudiants sont saturés d'informations dispersées. Pour y remédier, il ne s'agit pas d'inventer un nouvel outil magique, mais de **coordonner**, **simplifier**, **synchroniser**, et surtout **associer les étudiants** aux décisions. Une communication plus claire, plus humaine et mieux organisée passe par :
  - ⇒ une coordination thématique,
  - ⇒ un guichet unique,
  - ⇒ un calendrier partagé,
  - ⇒ des relais locaux,
  - ⇒ et une véritable co-construction avec les jeunes.

# Faut-il communiquer auprès des étudiants selon les codes institutionnels, ou au contraire adopter des formes et des langages proches de leurs références ?

Les obstacles :

- ⇒ Décalages générationnels
- ⇒ Définition de la cible / du canal / du support / du ton (risque de caricature, "effet boomer", etc.)
- ⇒ Rapidité de l'évolution des codes

Quelle place de l'institution ?

- ⇒ symbolique, morale, politique ....
- ⇒ Se poser la question de sa crédibilité

Quels outils ?

- ⇒ Pairs à pairs
- ⇒ Ambassadeur.drices
- ⇒ Bouche à oreille (digital)
- ⇒ Partenaires relais

# Faut-il communiquer auprès des étudiants selon les codes institutionnels, ou au contraire adopter des formes et des langages proches de leurs références ?

## Conclusion

- ⇒ Distinguer communication formelle et informelle mais se permettre d'alterner
- ⇒ Favoriser les outils comme porte d'entrée pour aller vers et comme ressources privilégiées du maintien du contact

Propositions pour la communication institutionnelle :

- ⇒ Ne pas la supprimer mais la simplifier
  - simplifier au maximum, éviter les surcharges de mails, les formulations imposées par le français écrit, etc ...
  - Harmoniser cette communication entre les différents acteurs
- ⇒ être plus inclusif : amélioration de l'accessibilité de certains publics ( internationaux, handicap