



Cahier des charges Étude de cas

Master Communication des organisations

Institut des Sciences de l'information et de la communication,
université Bordeaux Montaigne

Élaboration d'un plan de communication pour le R3 NAÏADES

COMMANDITAIRE

Le réseau R3 NAÏADES – Réseau Régional de Recherche sur l'Eau en Nouvelle-Aquitaine :

- Sylvain Elineau
- Chef de projet du R3 Naïade

• CONTEXTE ET ENJEUX

Le R3 NAÏADES est le Réseau Régional de Recherche sur l'Eau en Nouvelle-Aquitaine, dispositif porté par la Région Nouvelle-Aquitaine dans le cadre de sa politique de soutien à l'enseignement supérieur-recherche-innovation. Ce réseau thématique a pour vocation de structurer et fédérer la communauté scientifique régionale autour d'une question centrale : **« Quelles eaux voulons-nous pour le futur en Nouvelle-Aquitaine ? »** dans un contexte marqué par le changement climatique, la pression anthropique sur la ressource, les conflits d'usage et l'évolution des attentes sociétales.

Créé en 2021, le réseau NAÏADES rassemble aujourd'hui une communauté scientifique importante :

- **17 établissements d'enseignement supérieur et de recherche** partenaires du consortium (dont 6 universités)
- **43 laboratoires** néo-aquitains répartis dans différents pôles territoriaux (ASIM, EMMA, LER-PC, LER-AR)
- **Plus de 300 chercheurs et enseignants-chercheurs**

Après une phase d'amorçage (2021-2023) consacrée à l'identification des acteurs et à la définition des axes de recherche, le R3 NAÏADES est entré en **phase de consolidation** (octobre 2023 - septembre 2027). Cette nouvelle étape nécessite une montée en visibilité du réseau pour :

- Faire connaître le R3 NAÏADES auprès de ses publics prioritaires (communauté scientifique, décideurs territoriaux, acteurs de l'eau, société civile)
- Valoriser les travaux de recherche et favoriser le transfert des résultats vers la société
- Renforcer la cohésion et le sentiment d'appartenance au sein de la communauté scientifique
- Attirer de nouveaux chercheurs et faciliter le montage de projets collaboratifs

- Positionner la Nouvelle-Aquitaine comme territoire d'excellence scientifique sur les enjeux de l'eau

Le réseau dispose d'un site internet (<https://naiades.ensegid.fr/>) et d'une présence sur LinkedIn, mais n'a jamais structuré de véritable stratégie de communication. Les actions menées jusqu'à présent (événements, publications scientifiques, newsletters ponctuelles) restent dispersées et gagneraient à être coordonnées dans le cadre d'un plan de communication cohérent.

OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Cette étude a pour objectifs :

1. Diagnostic de la communication actuelle du R3 NAÏADES

- Analyser les supports et canaux de communication existants (site web, LinkedIn, événements, documents de présentation)
- Identifier les forces, faiblesses et opportunités d'amélioration
- Cartographier les publics actuellement touchés et ceux à développer

2. Identification et priorisation des cibles

- Définir précisément les publics prioritaires du réseau : chercheurs et laboratoires (membres et potentiels), établissements d'enseignement supérieur, collectivités territoriales, acteurs économiques de la filière eau, gestionnaires de l'eau, société civile, médias...
- Analyser leurs attentes, leurs besoins en information et leurs modes de consommation des contenus
- Hiérarchiser ces cibles en fonction des enjeux stratégiques du réseau

3. Définition d'un positionnement et d'axes de communication

- Clarifier l'identité du réseau et ses messages clés
- Définir un positionnement distinctif parmi les acteurs de la recherche sur l'eau
- Identifier les axes de communication prioritaires pour la période 2025-2027

4. Élaboration d'un plan de communication opérationnel

- Proposer une stratégie de communication globale alignée avec les missions du réseau
- Définir des objectifs de communication mesurables
- Recommander des actions concrètes par cible et par canal (digital, événementiel, relations presse, supports print...)

- Établir un calendrier de déploiement sur 12-18 mois
- Proposer des indicateurs de suivi et d'évaluation

5. Recommandations pour optimiser les outils existants

- Suggérer des améliorations du site/page internet (contenu, navigation, référencement)
- Proposer une ligne éditoriale pour les réseaux sociaux
- Définir des formats de valorisation des projets et des chercheurs

MÉTHODOLOGIE

Diagnostic et analyse de l'existant

- Audit des supports et actions de communication actuels (site/page web, réseaux sociaux, livret de présentation, poster, newsletters...)
- Analyse de la présence digitale du réseau et de son référencement
- Benchmark des pratiques de communication d'autres R3 en Nouvelle-Aquitaine et de réseaux de recherche similaires en France
- Entretiens avec les responsables du réseau pour comprendre les enjeux, contraintes et attentes

Analyse des publics et benchmark

- Identification et caractérisation des différents publics cibles
- Étude des pratiques de communication de réseaux de recherche thématiques comparables (en France et à l'international)
- Analyse des codes de communication scientifique et de vulgarisation dans le domaine de l'eau
- Veille sur les formats innovants de valorisation de la recherche

Recommandations stratégiques et opérationnelles

- Définition d'un positionnement de communication clair et différenciant
- Proposition d'une architecture de communication articulant les différents publics et objectifs
- Élaboration d'un plan d'actions détaillé avec calendrier, moyens nécessaires et budget estimatif
- Définition d'indicateurs de performance et d'un dispositif de pilotage

RESSOURCES

- [Site internet du R3 NAÏADES](#)
- [Page LinkedIn du R3 NAÏADES](#)
- Livret de présentation du réseau (fourni)
- Documents de cadrage de la Région Nouvelle-Aquitaine sur les R3
- Liste des établissements partenaires et des laboratoires membres
- Exemples de newsletters ou communications passées (si disponibles)
- Accès aux statistiques du site web et des réseaux sociaux (si disponibles)

LIVRABLES ATTENDUS

Un rapport final comprenant notamment :

- **Diagnostic de la communication actuelle** : analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces ; état des lieux de la notoriété et de la perception du réseau
- **Cartographie et analyse des publics cibles** : identification, caractérisation, priorisation et définition des messages clés par cible
- **Benchmark** : synthèse des bonnes pratiques de communication observées chez d'autres réseaux de recherche et identification des tendances
- **Positionnement et axes de communication** : proposition d'identité de communication, messages clés, tonalité, axes prioritaires
- **Plan de communication opérationnel 2025-2026** :
 - Objectifs de communication mesurables
 - Actions concrètes détaillées par cible et par canal (digital, événementiel, relations presse, supports...)
 - Calendrier de déploiement sur 12-18 mois
 - Répartition des rôles et responsabilités
 - Estimation budgétaire
 - Indicateurs de suivi et d'évaluation
- **Recommandations spécifiques** pour optimiser le site internet, animer les réseaux sociaux, valoriser les projets et chercheurs

Une présentation orale des résultats et recommandations et un budget indicatif concernant le chiffrage des recommandations.