



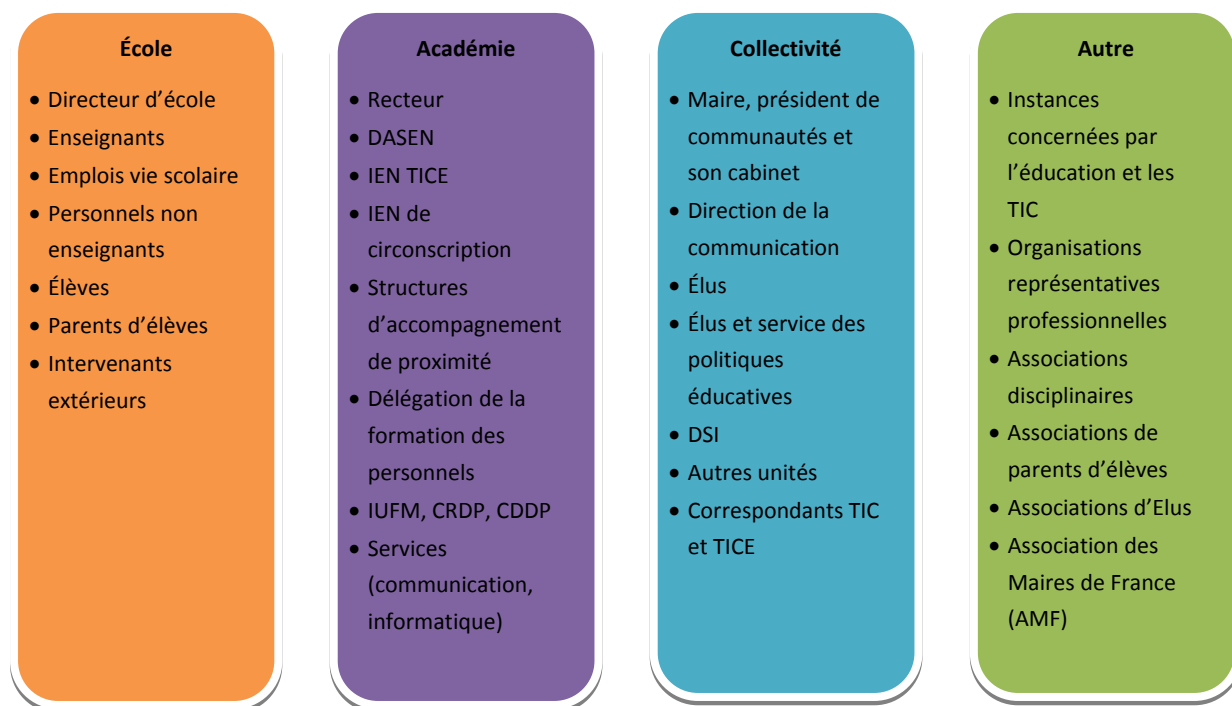
OBJECTIF DE
LA FICHE

Présenter le rôle de la communication dans un projet ENT

La communication porte une grande partie de l'enjeu de la conduite du changement. Elle doit être déterminée et structurée par un plan de communication constitué d'actions coordonnées, en accord avec les temps forts du projet et en relation avec l'année scolaire, visant à véhiculer une image positive de l'ENT, à rassurer et faire adhérer, ou encore à informer de l'avancement du déploiement et des usages de l'ENT.

Les cibles des actions de communication :

Dans un projet ENT, ces cibles sont regroupées en 4 familles : les écoles, les académies, les collectivités et les autres.



- Ce regroupement des publics visés permet la subdivision en plusieurs sous-groupes distincts de cibles qui pourraient nécessiter des **actions** et efforts de **communication différents**.
- Les messages sont élaborés dans leur fond, leur forme et leur fréquence en fonction des cibles concernées par le projet et de leurs besoins d'information.



Les facteurs clés de succès du projet ENT

- ✓ Utiliser au maximum les outils et canaux existants (site internet, journal local, supports diffusés aux élèves...) pour véhiculer l'information
- ✓ Donner une visibilité au projet en utilisant un site internet dédié ou la partie publique de l'ENT pour communiquer sur le projet
- ✓ Porter une attention particulière aux éléments relatifs au graphisme et aux supports utilisés : l'aspect simplicité et facilité de prise en main de l'ENT est à mettre en valeur
- ✓ La communication constitue le premier « contact » entre l'utilisateur et l'ENT ; il faut donc trouver le moyen efficace d'atteindre les usagers
- ✓ Regrouper les cibles pour lesquels les besoins en termes de communication sont semblables et homogènes
- ✓ Prévoir une communication large, régulière et transparente
- ✓ S'appuyer sur les temps forts d'une année scolaire pour élaborer la feuille de route des actions de communication
- ✓ Mettre en place une articulation entre le plan d'actions général du projet et le plan de communication pour alimenter en continu l'élaboration des lignes de communication



Les questions clés à se poser

- ✓ Comment sont réparties les actions de communication entre les différentes entités de l'organisation ?
- ✓ Y a-t-il d'éventuels événements extérieurs au projet ?
- ✓ Quelle est l'entité la plus légitime pour transmettre un message à la cible envisagée ?
- ✓ Une charte commune aux partenaires a-t-elle été définie (logos, nom du projet ...) ?
- ✓ Un comité éditorial est-il mis en place pour administrer le contenu de la partie publique de l'ENT ou le site d'accompagnement du projet ?
- ✓ Quel dispositif est envisagé pour assurer la mise à jour des informations du projet sur tous les supports de communication ?
- ✓ Quel support utiliser pour s'assurer de la bonne diffusion d'une information pour une cible donnée ?



À retenir

La communication est importante car elle permet de maintenir une dynamique, de tenir informés les acteurs et cibles du projet et de favoriser l'acceptation du changement. Sa mise en œuvre doit être structurée pour mener des actions efficaces et adaptées aux cibles et aux temps forts du projet.