

Fiche d'opérationnalisation

Université	Cadi Ayyad
-------------------	------------

Espace 4 :	Se donner les moyens de réussir
-------------------	--

Projet 23 :	Mobilisation et communication autour de l'Institution de l'Enseignement Supérieur
--------------------	--

Equipe projet

Equipe Centrale	
Directeur de projet	- SG
Chef de projet	- Pr. Oumama EL KETTANI
Equipe projet	

Equipe Université	
Président d'Université	- M. Mohamed MARZAK
Equipe projet	- A. Alaoui Yazidi (Doyen FMPM, Coordonnateur) - A. Bounhire - M. Solbi

Thème 23.1

Mise en place d'une stratégie de communication interne et externe

Fiche d'opérationnalisation

Objectifs :

Finalité générale	<ul style="list-style-type: none">- Consolider les acquis et accélérer la mise en œuvre de la réforme par une mobilisation effective de l'ensemble des acteurs et des partenaires de l'Enseignement Supérieur autour de la question de l'éducation et de la formation
Objectifs spécifiques à horizon 2012	<ul style="list-style-type: none">- Définition d'une politique de l'Université Cadi Ayyad de communication interne et externe et contribuer à la définition de la politique nationale du ministère de l'enseignement- Déclinaison de cette politique en stratégie de communication- Opérationnalisation au moyen de plans de communication, au niveau national et au niveau des Universités- Conclure des partenariats ciblés et efficaces avec les collectivités locales, les acteurs institutionnels et les représentants du monde économique.

Déclinaison du Programme d'Urgence

Mesure 1	Élaboration d'une stratégie nationale de communication interne et externe autour du Programme d'urgence
-----------------	--

Situation actuelle

Faits :

- 1- Absence de vision globale de communication et relations extérieures
- 2- Absence de services de communications dans tous les établissements
- 3- Participation de l'environnement socio-économique encore insuffisante
- 4- Organisation du service de communication de l'université :
 - création d'un centre de communication au niveau de l'université
 - création d'unités de communication au niveau des établissements de l'UCAM
 - instaurer un système de communication en réseau
- 5- Certification de l'Université Cadi Ayyad et mise en place d'un système de management de la qualité selon la norme iso 9001 version 2000:

L'UCA s'est engagé à adopter une démarche qualité dans l'ensemble de ses activités administratives. L'accomplissement de cette démarche se réalisera à travers l'instauration d'un système de management de la qualité (SMQ) au sein des structures administratives, de la présidence de l'université et de l'ensemble des établissements.

L'UCA a sollicité le soutien de la Commission Européenne (CE) dans le cadre du programme TEMPUS-MEDIA pour la mise en place du SMQ en s'imposant comme obligation la certification selon la norme iso 9001-2000. Le projet s'étend sur une durée de 3 ans :

 - année 2008 : mise en place d'un système de Management de la qualité (SMQ) au sein des services administratifs de la présidence de l'université et certification iso 9001-version 2000
 - année 2009 : mise en place d'un système de Management de la qualité (SMQ) au sein des services administratifs des établissements de l'UCA situés à Marrakech et certification
 - année 2010 : mise en place d'un système de Management de la qualité (SMQ) au sein des services administratifs des établissements de l'UCA hors à Marrakech et certification
 - fin 2010 : sensibilisation et diffusion du SMQ auprès de toutes les universités marocaines et formation d'un « responsable qualité » par université

Les procédures spécifiques en matière de management de la communication sont :

- 230/PS01 : Chair Averroès
- 230/PS01 : Bulletin d'information MANARAT AL JAMIËA
- 230/PS01 : Conception
- 230/PS01 : Manifestations organisées par un organisme tiers
- 230/PS01 : Distribution
- 230/PS01 : Logistique
- 230/PS01 : Communication interne
- 230/PS01 : Relations publiques
- 230/PS01 : Relations avec la presse

Remarque :

Certains établissements disposent de cellules ou de service de communication avec des effectifs réduits de personnel. L'université produit des outils de communication : bulletins, guides, dépliant, affiches, posters ...

Fiche d'opérationnalisation

Situation cible

1- Mise en place en 1^{er} temps d'un centre de communication au niveau de la présidence de l'université et d'unités de communication au niveau de tous les établissements.

2- Participation active des acteurs de terrain (enseignants, étudiants, administratifs) au fonctionnement de la cellule et du centre

3- Implication des partenaires de l'environnement socio-économique et culturel et développer la connexion université/société

4- Organisation de manifestations en partenariat avec les entreprises et organisations régionales et/ou nationales

5- Communiquer autour du plan d'urgence

Pour se donner les moyens de réussir, le programme d'urgence a érigé la communication en projet intégré (projet 23). La communication doit préparer le terrain au lancement effectif et à la mise en œuvre du programme d'urgence.

a- Mission du projet 23 :

- mise en place d'un cadre institutionnel : création d'une unité chargée de communication
- concevoir et mettre en œuvre une stratégie de communication
- opérationnaliser cette stratégie en la déclinant sous forme de plans de communication

b- Comment communiquer ?

* les objectifs éducationnels ou plans de communication :

- implication et responsabilisation
- information
- mobilisation
- engagement et adhésion

* le projet 23 est un projet souple et novateur qui s'articule autour de :

- la communication de conditionnement et actions à réaliser
- la communication d'accompagnement et actions en cours de réalisation
- la communication de suivi et actions déjà réalisées

* Actions :

- communication interne : diffuser le programme d'urgence en interne (document physique et rencontres terrain) : présidence de l'université, établissements et organisation de rencontres terrain/débats : Dans le but de présenter le programme d'urgence à tous les cadres universitaires et leur offrir un espace d'échange (dirigeants d'établissement, enseignants, administratifs), le président d'université et les chefs d'établissement présenteront le programme d'urgence aux enseignants et administratifs de leurs établissements et distribueront les supports de communication. Des représentants des étudiants assisteront à ces réunions
- communication externe :
 - . diffusion du programme d'urgence en externe
 - . organisation de rencontres avec les partenaires du ministère
 - . tenue de points de presse
 - . communication audiovisuelle sur le PU

Description quantitative

Libellé	Valeur cible					Commentaires
	2009	2010	2011	2012	Total	
Mise en place d'unités de communication	x					Ces actions sont à répartir sur les 4 années du plan d'urgence
Edition de supports de communication	x	x	x	x		
Spots publicitaires		x	x	x		
Explication et vulgarisation du PU sur le site web de l'université		x	x	x		
Communication grand public	x	x	x	x		
Communication partenaires sociaux, fondation Med VI, ONG, organismes internationaux	x	x	x	x		

Description qualitative

Plan de communication de l'université	<p>Entité en charge de la coordination au niveau de l'Université cadi Ayyad :</p> <p>Centre de communication</p> <p>1- Nombre de personnes affectées : 08</p>
--	---

Fiche d'opérationnalisation

	<p>2- 2- Choix des contenus des campagnes de communication : L'UCA communiquera autour des projets : 13 avec ses sous projets, projet 14 (promotion de la recherche scientifique) et projet 17 (optimisation de la gestion des ressources humaines)</p> <p style="text-align: center;">Plan de communication de l'université</p> <p>A. <u>Moyen de communication</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - édition d'un document d'information sur le PU bilingue (arabe et français) sur support papier, électronique et DVD et diffusion au niveau des partenaires - diffusion d'une plaquette bilingue d'information sur le PU au grand public, partenaires institutionnels - édition de supports de communications sur le PU : affiches, dépliants, posters - réalisation d'émissions radiophoniques en langue arabe et en français - opération journée portes ouvertes de l'université et des établissements - campagne de communication par mailing sur internet et par SMS en association avec les opérateurs nationaux : IAM, MEDITEL, WANA afin que les destinataires consultent les sites web de l'université - diffusion du contenu du PU à travers le portail internet de l'université pour le grand public - tenue de points de presse - communication audiovisuelle sur le PU <p>B. <u>Stratégie de communication</u></p> <p style="text-align: center;">Le plan de communication type par projet peut être comme suit :</p> <p><u>a. avant et lors de la phase de démarrage effectif d'un projet :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - diffusion de l'information sur le démarrage du projet par mail, SMS en précisant la date effective de début - réalisation des supports de communication : affiches, plaquettes <p><u>b. Lors du début du projet :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - réalisation des supports de communication : affiches, plaquettes - préparation de dépliants et de posters et information sur l'organisation du centre de communication - édition et diffusion du 1^{er} bulletin d'information sur le projet avec information sur les objectifs du projet, l'équipe projet, le budget mis en œuvre, les partenaires - diffusion des supports (affiches, dépliants, posters), - tenue de points de presse - communications audiovisuelles et rencontres sur le terrain - 2^{ème} bulletin d'information : renseignera sur le degré d'avancement du projet - 3^{ème} bulletin d'information : exposé des résultats atteints et des contraintes <p><u>c. Vers la fin du projet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - enquête d'évaluation auprès des acteurs de terrain pour déterminer le taux de satisfaction - 4^{ème} bulletin d'information pour évaluer les 1ères utilisations avec recueil des opinions
<p>Entité en charge de la communication</p>	<p>1. <u>Le centre et cellules de communication</u> Ils comprennent (3 personnes pour le centre et une personne par établissement):</p> <p>a- un responsable presse qui doit veiller à la réalisation des actions de communication pour le grand public à l'échelle régionale, nationale et internationale Il doit maîtriser les techniques de communication orale et écrite Il doit être formé à l'information et à la communication</p> <p>b. infographiste Il doit réaliser les supports de communication et doit être formé à cette tâche et notamment aux arts graphiques</p> <p>2. <u>Formation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - formation des cadres des centres dans le domaine des techniques de communication. - durée de la formation : formation ponctuelle selon les besoins
<p>Partenaires à impliquer</p>	<p style="text-align: center;">EN INTERNE</p>

Fiche d'opérationnalisation

	<ul style="list-style-type: none"> - Administration centrale du ministère de l'enseignement supérieur - Universités liées à l'UCA par des conventions de partenariat - établissements de l'UCA
	<p>EN EXTERNE</p> <ul style="list-style-type: none"> - CNRST - ONOUCS - Etablissements de l'Enseignement Supérieur ne relevant pas des Universités (Formation des Cadres, Enseignement Supérieur privé, Formation Professionnelle...) - Départements Ministériels - Collectivités locales, Régions... - Parlement - Syndicats - ONG - ONDH - Fondation Mohammed VI - Ministère de la santé - Délégation médicale de la région de Marrakech - Entreprises publiques, semi-publiques - OMS - CIDMEF - Coopération internationale (Ambassades, OI (PNUD, UNESCO, ISESCO) Fondations...) - Médias (Presse écrite, audiovisuelle) - Autres (à définir...)

Budget de mise en oeuvre

INVESTISSEMENT (budget à prélever sur le projet 13)					
Hypothèses	Budget estimé (en millions DH)				
	2009	2010	2011	2012	Total
1- Mobilier de bureau (tables, chaises, bureau, rangement...)	0,25	0	0	0	0,25
2- Matériel informatique et d'équipement	0,25	0	0	0	0,25
3. Réaménagement des locaux du centre de communication	0,2	0	0	0	0,2
TOTAL Investissement	0,7	0	0	0	0,7
FONCTIONNEMENT					
Hypothèses	Budget estimé (en millions DH)				
	2009	2010	2011	2012	Total
1. Indemnité encadrement et formation (à prélever au niveau sur les projets 15 et 17)	0	0,2	0	0	0,2
2. Fournitures de bureau	0,05	0,05	0	0	0,1
3. Edition d'ouvrages et supports de communication (budget général)	0,1	0,1	0	0	0,2
3. Spot publicitaire, participation aux salons	0,05	0,1	0	0	0,15
4. Mise à jour du site web pour intégration du PU	0,05	0,05	0	0	0,1
TOTAL Fonctionnement	0,25	0,5	0	0	0,75
TOTAL BUDGET	0,95	0,5	0	0	1,45

Fiche d'opérationnalisation

Synthèse

Budget Global (en millions DH)		
Budget demandé	Investissement	Fonctionnement
TOTAL	0,7	1,45

	2009	2010	2011	2012	Total
Administrateurs en sciences de l'information		2			2
Techniciens en styligraphie		1	1		2
Technicien secrétariat de direction		1			1
Technicien informatique bureautique			1		1
02 techniciens Audio-Visuel		1	1		2
TOTAL RECRUTEMENT	0	5	3		8

(Budget du projet 17)

Liste des plans d'action de mise en oeuvre

Libellé du plan d'action	Responsable PA	Période de mise en oeuvre	
		Date début	Date fin
Aménagement des locaux du centre de communication et acquisition des équipements	M. Mahassini	Mai 2009	Septembre 2009
Recrutements	R. Hilal	Octobre 2009	Juin 2010
Opérations Grand Public : SALONS et FORUM			
Edition ouvrages « grand public » et ouvrages « partenaires »		2009	2012
Salon International de l'Edition et du Livre (action en cours) :	Vice – Président chargé des affaires académiques	2009	2012
Forum national de l'étudiant marocain (Actions Régionales)		2009	2012
Forum international de l'étudiant (Casablanca)		2009	2012
Carrefour		2009	2012
EDUCATECH			

Fiche d'opérationnalisation

Thème 23.2

Partenariats

Fiche d'opérationnalisation

Objectifs

Finalité générale	- Faire participer activement l'ensemble des acteurs et des partenaires de l'enseignement supérieur à la gestion et à l'amélioration du système d'éducation et de formation.
Objectifs spécifiques à horizon 2012	- Conclusion de partenariat ciblés et efficaces avec : - + les collectivités locales ; - + les acteurs institutionnels ; - + Les représentants du monde économique.

Déclinaison du Programme d'Urgence

Mesure 1	Conclusion de partenariat ciblés et efficaces au niveau national et / ou au niveau du programme d'urgence
-----------------	--

Situation actuelle

Partenariats	<p>Y'a-t-il des discussions en cours avec des acteurs institutionnels régionaux ? Oui :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le conseil de la commune de Marrakech ; - Le conseil régional ; - Les AREF : Marrakech Tensif Elhaouz, Abda Doukkala <p>Y a –t-il des représentants du monde économique de la région ? Oui,</p> <ul style="list-style-type: none"> - La chambre de commerce et d'industrie ; - La CGEM ; - L'office national du tourisme ; - La fédération nationale du tourisme ; - L'ONDH ; - L'ANAPEC ; - L'OCP ; - L'ORMVAH ; - L'ONA ; - Délégations des : Ministère de la culture ; de l'artisanat ; - Le Haut Commissariat au Plan ; - La fédération régionale des festivals.
--------------	--

Situation cible

DESCRIPTION QUANTITATIVE

Libellé	Valeur cible					Commentaires
	2009	2010	2011	2012	Total	
Dynamisation des accords de coopération et des conventions par la conclusion de nouveaux avenants d'application.	5	5	5	5	20	Au moins un avenant par partenaire.

DESCRIPTION QUALITATIVE

Contractualisation avec les différents partenaires	<p>1 -Quelles sont les attentes vis-à-vis des différentes parties prenantes ?</p> <p>a- un million de dirham (environ) b- des aides en natures ; c- des facilités ;</p> <p>2- comment définir les engagements attendus des acteurs institutionnels ? et comment les intéresser et les pousser à s'impliquer ?</p>
---	---

Fiche d'opérationnalisation

	<p>- Définition des engagements par convention ;</p> <p>- les contreparties proposées :</p> <ul style="list-style-type: none"> * formations continues ; * analyse de laboratoire ; * expertise ; * conseil et étude ; * développement et recherche ; * joint-venture ; * stratégie industrielle, culturelle et communicationnelle commune. <p>3- comment définir les engagements attendus des représentants du monde économique ? et comment les intéresser et les pousser à s'impliquer ?</p> <p>Définition des engagements par convention ;</p> <p>- les contreparties proposées :</p> <ul style="list-style-type: none"> * formations continues ; * analyse de laboratoire ; * expertise ; * conseil et étude ; * développement et recherche ; * joint-venture ; * stratégie industrielle, culturelle et communicationnelle commune. <p>4- beaucoup de conventions ont été déjà conclues par le passé, mais sans réelle mobilisation des signataires. Comment veiller au respect de la convention et s'assurer du réel engagement des parties prenantes cette fois-ci ?</p> <p>Co-élaboration de stratégie et de plan d'actions avec évaluation et bilan systématique.</p> <p>5- faut-il privilégier une contractualisation nationale et/ou par université ?</p> <p>La contractualisation au niveau nationale doit fixer le cadre général du partenariat qui doit être concrétisé au niveau régional par les universités.</p>
--	--

Budget de mise en oeuvre

INVESTISSEMENT					
Hypothèses	Budget estimé (en millions DH)				
	2009	2010	2011	2012	Total
Investissement dans les campagnes de communication d'accompagnement du partenariat.	0	0	0	0	0
FONCTIONNEMENT					
Hypothèses	Budget estimé (en millions DH)				
	2009	2010	2011	2012	Total
Fonctionnement des campagnes de communication	0,25	0	0	0	0,25
TOTAL BUDGET					
Recrutement	0,25	0	0	0	0,25
Budget estimé (en millions DH)					

Liste des plans d'action de mise en oeuvre

Libellé du plan d'action	Responsable PA	Période de mise en oeuvre	
		Date début	Date fin
- Partenariats avec les collectivités locales, les institutionnels et avec le monde économique.	Vice – Président chargé des affaires académiques	2009	2012
		2009	2012
		2009	2012