

# La Communication scientifique

Maud COPPEL

Mercredi 25 août 2021

A quoi ça sert la  
communication scientifique ?

# Les enjeux de la communication scientifique

- Diffuser et expliquer les résultats des recherches
- Expliquer l'intérêt de la recherche fondamentale
- Susciter l'intérêt de tous les publics
- Générer des vocations !

- Vidéo : <https://youtu.be/3fYn637AwCw>

# La communication au CNRS

- Communication nationale
  - Communication générale
  - Grandes découvertes
  - Relations avec la presse nationale
  - Centralisation
- Communication régionale
  - Intermédiaire entre les laboratoires, les instituts et le CNRS national
  - Communication interne

Que fait un.e chargé.e de  
communication dans un  
laboratoire ?

# Chargée de communication au LAPP

## Gérer l'image externe du laboratoire

- Animer la présence en ligne (site web, réseaux sociaux...)
- Coordonner la création des supports de communication (brochures, affiches, cartes de visites...)
- Gérer les relations presse et les relations institutionnelles
- Valoriser les partenaires du laboratoire



## Organiser les événements

- Planifier les événements et définir les publics
- Créer les supports de communication associés
- Assurer la logistique interne de l'organisation

# Chargée de communication au LAPP



## Coordonner la communication des projets

- Définir la stratégie de communication des différents projets pilotés par le LAPP
- Définir le cahier des charges et suivre la création des contenus
- Participer à l'animation des équipes communication des projets

## Gérer la communication interne

- Rédiger et mettre en page la lettre interne
- Coordonner la communication entre les services
- Organiser des rendez-vous de communication et d'échange avec la direction
- Organiser des événements internes



# Compétences

- Polyvalence
- Organisation
- Sens de l'écoute
- Patience et diplomatie
- Curiosité
- Créativité
- Travail d'équipe
- Connaissance des outils digitaux
- Connaissance des logiciels graphiques
- Bon niveau en anglais



## Ce qui est super



- On peut travailler en lien avec tous les projets du laboratoire (sans avoir fait un doctorat)
- On rencontre des personnes passionnées et passionnantes
- C'est un métier toujours en pleine évolution
- On ne s'ennuie jamais

## Ce qui est moins bien



- C'est un métier perçu comme facile (à tort) et peu valorisé
- Le secteur de l'emploi est très concurrentiel

# Les métiers de la communication

## En Interne

- Chargé de communication
- Community Manager
- Graphiste
- Chargé de projet événementiel
- Attaché de presse

## En agence

- Chef de projet
- Directeur artistique
- Graphiste
- Développeur

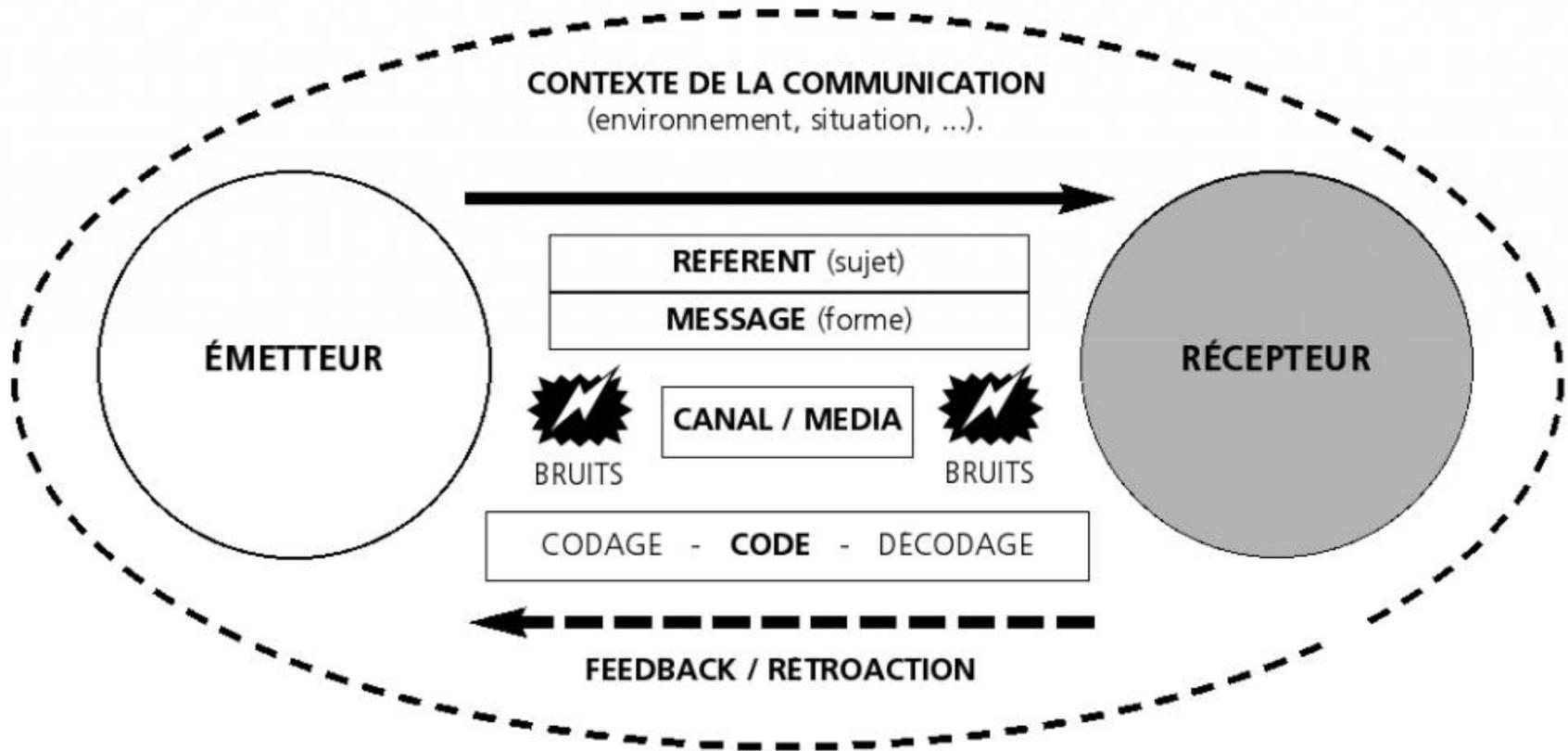
## • Ailleurs (médias, publicité, indépendants...) :

- Journaliste
- Rédacteur
- Chargé de publicité

# Mais pas que !

Tous les acteurs de la recherche sont des « ambassadeurs » et participent à la communication.

# Schéma de la communication



Choisir comment on  
communique

# Définir une stratégie de communication

- Qui je suis ?
- Quel objectif ?
- Quelle cible ?
- Quel message ? Quel ton ?
- Quel moyens ?
- Quand ?

# BRIDGE INSIGHT : LES RÉSEAUX SOCIAUX QUI COMPTENT EN 2020



RÉSEAUX SOCIAUX

**4,5 MILLIARDS**  
D'INTERNAUTES

**53%** SE CONNECTENT  
VIA MOBILE

**3,7 MILLIARDS**  
D'ACTIFS SUR LES RÉSEAUX

**97%** DES ACTIFS Y ACCÈDENT VIA  
MOBILE

**TEMPS PASSÉ**

**1H28** PAR JOUR EN FRANCE  
**2H40** PAR JOUR DANS LE MONDE

**PÉNÉTRATION**  
DES RÉSEAUX SOCIAUX  
DANS LE MONDE



FACEBOOK

**RÉSEAU SOCIAL**  
DANS 153 PAYS **N°1**

**2,45 MILLIARDS**  
D'ACTIFS PAR MOIS  
**27,5 MILLIONS** EN FRANCE

**47%** D'ACTIFS SE CONNECTENT  
UNIQUEMENT VIA MOBILE

**20 MILLIARDS**  
DE MESSAGES ÉCHANGÉS PAR MOIS

**500.000** NOUVEAUX PROFILS  
CRÉÉS PAR JOUR SOIT 6/SECONDE

**4 MILLIONS**  
DE LIKES PAR MINUTE

**TEMPS MOYEN PASSÉ**  
SUR FACEBOOK  
**35 MIN**  
PAR JOUR

ÂGE MOYEN DES ACTIFS : 25-34 ANS

**8 MILLIARDS**  
DE VIDÉOS VUES PAR JOUR

**85%** DES VIDÉOS SONT  
VUES SANS LE SON

**2 MDS** DE PERSONNES SONT  
TOUCHÉES PAR LES PUBS

**75%** DES MARQUES PRÉSENTES  
SUR FACEBOOK UTILISENT  
DES ANNONCES SPONSORISÉES



YOUTUBE

**2 MILLIARDS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**46 MILLIONS**  
DE VISITEURS UNIQUES PAR MOIS

**80.000 VIDÉOS**  
VUES CHAQUE SECONDE

**78%** DES VIDÉOS  
SONT VUES SUR MOBILE

**39 MILLIONS**  
DE FRANÇAIS REGARDENT DES VIDÉOS/MOIS

SOIT 77% DE COUVERTURE



**TEMPS MOYEN PASSÉ**  
SUR YOUTUBE  
**46** (18-34 ANS) **27** (25-49 ANS)  
MINUTES/JOUR

**95%** DE VISIBILITÉ MOY. DES PUB

**90%** DES ACTIFS ONT DÉCOUVERT  
UNE MARQUE OU UN PRODUIT  
VIA YOUTUBE

**66%** DES PUBS « NON-SKIPPABLES »  
ONT AUGMENTÉ LA NOTORIÉTÉ  
DES MARQUES DE 14% (France)



INSTAGRAM

**1 MILLIARD**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**500 MILLIONS**  
PAR JOUR

**17 MILLIONS**  
D'UTILISATEURS ACTIFS  
PAR MOIS EN FRANCE

**100 MILLIONS** DE PHOTOS  
PARTAGÉES PAR JOUR

**4,2 MILLIARDS**  
DE LIKES CHAQUE JOUR

**TEMPS MOYEN PASSÉ**  
15 MINUTES PAR JOUR

LA TOUR EIFFEL A ÉTÉ  
INSTAGRAMMÉE 5,8 M DE FOIS

**52%** DES ACTIFS SONT  
DES HOMMES

**32%** DES ACTIFS  
ONT ENTRE **25 - 34**  
ANS

**1/3** DES STORIES LES + VUES  
VIENNENT DES MARQUES  
D'ENTREPRISES ONT  
UN COMPTE

**90%** DES ACTIFS FRANÇAIS  
SUIVENT UNE ENTREPRISE  
SUR INSTAGRAM

**60%** DES ACTIFS FRANÇAIS  
DÉCOUVRENT DES NOUVEAUX  
PRODUITS SUR INSTAGRAM



TWITTER

**330 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**500 MILLIONS**  
DE TWEETS PAR JOUR

**80%**  
SUR MOBILE

**44%**  
DES MEMBRES N'ONT  
JAMAIS TWEETÉ

**16,8 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**66%** HOMMES **34%** FEMMES

**DURÉE DE VIE D'UN TWEET**  
15 À 20 MINUTES

**TEMPS MOYEN**  
PASSÉ SUR TWITTER  
**3,39 MIN** PAR SESSION

**92%** DES MARQUES POSTENT DES  
TWEETS + D'UNE FOIS PAR JOUR

**80%** DES TWTTOOS ONT MENTIONNÉS  
AU MOINS UNE MARQUE  
DANS LEURS TWEETS

UN TWEET AVEC UN VIDÉO  
OBTIENT 10 FOIS + D'ENGAGEMENT



PINTEREST

**322 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**10 MILLIONS**  
EN FRANCE

**80%** DES RECHERCHES  
SUR MOBILE

**60%**  
DES MEMBRES  
SONT DES FEMMES

**39,2%** DES ACTIFS  
ONT ENTRE **15-34 ANS**

**50%** DES ACTIFS  
ONT ENTRE **35-64 ANS**

**PLUS DE 4 MILLIARDS**  
DE TABLEAUX CRÉÉS

**PLUS DE 200 MILLIARDS**  
D'ÉPINGLES ENREGISTRÉES

**2 M D'ACTIFS** ENREGISTRENT  
DES ÉPINGLES CHAQUE JOUR

**LES 5 SUJETS TENDANCES**  
À SUIVRE SUR PINTEREST

- VOYAGES RESPONSABLES
- CONSOMMATION RESPONSABLE
- INSPIRATIONS DES CULTURES DU MONDE
- AU-DELÀ DE LA BINARITÉ
- ANIMAUX



LINKEDIN

**660 MILLIONS**  
DE MEMBRES  
DANS 200 PAYS

**310 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**19 MILLIONS**  
DE MEMBRES  
**10 MILLIONS**  
D'ACTIFS EN FRANCE

SOIT **64%** DE LA POPULATION  
ACTIVE EN FRANCE

**57%** DES ACTIFS  
SONT DES HOMMES

**38%** DES ACTIFS SONT  
NÉS DANS LES ANNÉES 80-90

**39%** DES MEMBRES SONT  
ABONNÉS À LINKEDIN PREMIUM

**70%** DES MEMBRES VIVENT  
EN DEHORS DES USA

**PLUS DE 30 MILLIONS**  
D'ENTREPRISES ONT UN COMPTE

**90%** DES RECRUTEURS UTILISENT  
RÉGULIÈREMENT LINKEDIN

**Merci !**