



«Pour une communication confédérale à l'Université»

Didier Raboud a été nommé en février à la tête du Service de presse de l'Université de Genève. Il expose ses priorités

Campus: Que signifie «communiquer» pour une institution comme l'Université de Genève?

› *Didier Raboud:* Le mot clé de notre communication doit être la sincérité. Notre Université produit une somme de connaissances dont l'édification et le contenu doivent être partagés avec le public. Je vois le rôle d'un service de communication comme celui d'un conteur dont les récits portent sur la recherche et la vie institutionnelle, mais aussi sur les personnes qui les animent. Et je tiens à ce que ces récits soient sincères, qu'ils retracent ni plus ni moins la réalité de l'Université, une réalité dont on peut être très fier d'ailleurs. Je pense en effet que l'université est l'un des derniers bastions de la liberté de pensée. On doit donc aussi défendre ce privilège et le promouvoir de manière plus active qu'aujourd'hui.

Que pensez-vous de l'image que dégage l'Université?

› C'est une image un peu floue. Parce qu'elle est généraliste, l'Université de Genève est fondamentalement multiple. On le remarque partout, que ce soit dans les sujets d'études, les individus qui composent l'institution, sa hiérarchie ou son organisation. Même sa géographie est éclatée, les facultés étant dispersés dans la ville. En fait, l'Université est à l'image du monde: complexe. C'est une force, certes, mais cela représente également une difficulté pour un service comme le nôtre. Car cette diversité rend l'image de marque difficile à cerner. La communication elle-même n'est pas unique. Les facultés et certains départements s'en chargent souvent de manière indépendante.

Que suggérez-vous pour y voir plus clair?

› J'ai décidé d'assumer cette réalité. Je ne vais pas tenter de tout centraliser. Notre service est trop modeste pour accomplir le travail tout seul. Il est en revanche doté de certaines prérogatives, en ce qui concerne l'image institutionnelle notamment. Pour le reste, il faut encore développer la collaboration avec les facultés. Je souhaite en fait créer un système de communication confédéral à l'Université.

C'est-à-dire?

› Je songe à une organisation inspirée de la Suisse où chaque canton communique de manière indépendante, mais où l'identité helvétique reste claire. Ce n'est pas encore le cas de l'Université de Genève, mais on peut améliorer la situation. Au lieu d'entrer en concurrence avec les autres acteurs de communication, je souhaite tisser des liens très forts avec eux. En disposant de relais dans toutes les facultés, l'information circulera mieux, ce qui améliorera la visibilité. Et tout le monde est d'accord pour dire qu'une image forte de l'Université rejaillira forcément sur ses différentes composantes. Nous devons donc nous répartir les rôles. De notre côté, nous avons des outils comme les services offerts aux médias, *Campus*, *Cont@ct* ou le *Carnet*. Nous disposons aussi de spécialistes des médias dont les compétences peuvent être valorisées par une offre de conseils. Les facultés, elles, possèdent l'information scientifique de première main.

Comment allez-vous parvenir à vos fins?

› En développant la culture du dialogue. Les relations interpersonnelles permettent de fluidifier la circulation de l'information. Ce n'est que de cette manière que l'on trouve des terrains d'entente. Un de mes buts est de voir tous les doyens une fois par mois. Un système qui commence à se mettre en place.

Votre arrivée au Service de presse coïncide avec le regroupement entre ce dernier et la Passerelle, dont vous étiez le responsable. Que va apporter cette réorganisation?

› La Passerelle a été fondée pour créer des événements permettant de réaliser des ponts entre la cité et la science. Le public-cible est essentiellement composé des jeunes. Nous avons développé des outils qui n'existent pas au Service de presse. Nous avons notamment mis en place un partenariat très fructueux avec le Département de l'instruction publique, qui nous permet de toucher les écoles. Et, grâce à la compagnie de théâtre Mimescope, nous nous adressons à un public qui n'est pas, a priori, intéressé par la science. L'intégration de la Passerelle dans le service de communication augmentera les synergies et les collaborations entre les deux entités.

Propos recueillis par Anton Vos