

# 1 Susciter et développer le sentiment d'appartenance à l'établissement

## 1.1 Une identification claire et aisée de l'identité de l'établissement

- Le nom de votre établissement fait-il référence à une identité régionale ou à un personnage célèbre ?
- Pourquoi a-t-on fait ce choix ?
- Est-il perçu comme un avantage ou un inconvénient en termes d'image et de lisibilité par les usagers ?
- Quelle image d'elle-même l'université souhaite-t-elle transmettre vers l'extérieur ?
- Une stratégie de développement de l'identité de l'établissement a-t-elle été définie ?
- Constitue-t-elle un axe fort du projet d'établissement ?
- Comment est développé le sentiment d'appartenance à l'établissement ?
- A-t-on identifié les critères forts d'appartenance : même cursus ? Activités sportives ? Environnement numérique de travail ? Vie associative ? Autres critères rassembleurs ?
- Prime-t-elle sur l'identité des composantes ?
- Si oui, par qui est-elle portée et sous quelle forme : présentation aux étudiants ? Journées d'intégration ? Site web ?
- Les missions spécifiques de l'université sont-elles clairement présentées aux étudiants et comment ?
- Des équipes, des manifestations sportives, des activités culturelles sont-elles spécifiques à votre établissement ?
- Existe-t-il des lieux de rencontres fédérateurs où tous les étudiants se retrouvent ? Ces lieux sont-ils aussi accessibles aux non étudiants ?



## 1.2 La communication identitaire de l'établissement

- Par qui est-elle élaborée, qui la met en œuvre, qui en assume la responsabilité ?
- Les étudiants sont-ils associés ?
- Quels sont les éléments de vos produits de communication qui contribuent à renforcer l'image de l'établissement auprès des usagers : autocollants, magnets, ligne de vêtements, médailles, pochettes, matériel de bureau, produits dérivés identifiés ?
- La charte graphique de l'établissement est-elle respectée : logo présent sur tous les sites de composantes, papiers-en-tête, agencement des pages web, etc. ?
- Votre logo est-il reconnu en interne et connu en externe ? Est-il accepté ou critiqué ? A-t-il suivi des évolutions ? Pourquoi ?
- Les composantes se sentent-elles représentées par ce logo ?
- La carte d'étudiant est-elle conçue comme un document de communication qui véhicule l'image de marque de l'établissement (aspect du document, services associés) ?



- S'agit-il d'une carte multiservices (porte monnaie électronique, passe transports publics, accès aux services CROUS etc.) ?
- Vos étudiants participent-ils es qualité à des concours, des jeux télévisés ?



### **1.3 L'image de l'université et des composantes de l'établissement**

- L'image de votre université a-t-elle une influence sur la réussite de l'étudiant, sa recherche de stage, son insertion professionnelle ?
- Cette image correspond-elle à celle que l'établissement souhaitait transmettre ?
- L'université organise-t-elle des manifestations de prestige spécifiques : remises de titres de Docteur Honoris Causa ? Rentrée solennelle ? Remise de diplômes ? Autres manifestations ?
- Ces manifestations sont-elles organisées en collaboration avec les composantes ?

