



*Revue internationale de sociologie
et de sciences sociales*

**Plan de communication
2003-2005**

www.espritcritique.org

Préparé par Rabah Kechad

Le mot du directeur

C'est avec fierté que je vous présente le Plan de communication 2003-2005 de la revue *Esprit critique*.

Ce plan de communication a été préparé avec enthousiasme par Rabah Kechad, Directeur des communications, suite à la consultation des membres de la revue. Ce document expose la stratégie de communication adoptée pour réaliser sa mission d'engendrer un espace dynamique de communication international en sociologie et en sciences sociales.

Le Plan de communication 2003-2005 est le premier document formel exposant la stratégie de communication de la revue. Il fixe l'esprit qui guide l'accomplissement de notre mission depuis quelques années et identifie des actions concrètes à réaliser au cours des trois prochaines années. Cette stratégie de communication est au cœur du projet de la revue *Esprit critique* car elle permet de maintenir et de renouveler continuellement le dialogue international à la base de sa mission.

Par ce document, nous voulons démontrer notre motivation à faire de la revue *Esprit critique* un lieu incontournable des échanges internationaux en sociologie et en sciences sociales. Nous voulons aussi faire preuve de transparence en affichant le résultat de nos réflexions stratégiques.

Jean-François Marcotte
Directeur fondateur

Table des matières

Préambule	4
1 - Rappel des résultats de 2002	5
2 - Objectifs	6
3 - Actions de promotion à mener par les membres de la revue	7
4 - Actions au niveau du comité des communications	8
5 - Actions sur le développement des formes de collaboration	9
6 - Mise en oeuvre	10

Préambule

Ce plan de communication 2003-2005 intervient à un moment décisif de la vie de la revue: la réorganisation des équipes autour des comités, l'élaboration et l'adoption d'une nouvelle politique éditoriale, la mise en place de nouveaux instruments de gestion, la volonté exprimée par l'ensemble des membres de la revue pour le développement d'autres formes de collaboration autour des activités de la revue, etc.

Pour cela et en vue de transformer cette volonté collective en actions et en opérations concrètes, ce plan de communication 2003-2005 est venu répondre aux objectifs suivants:

- Élargir et étendre le rayonnement de la revue pour intégrer d'autres sociologues francophones et chercheurs en sciences sociales issus d'autres pays qui demeurent encore sous-représentés comme, à titre indicatif et non limitatif, ceux provenant de pays asiatiques comme le Vietnam, l'Inde, le Japon, de pays africains comme le Sénégal et la Tunisie, de pays des amériques comme Haïti et les États-unis, etc.;
- Améliorer la notoriété de la revue dans les milieux universitaires et particulièrement parmi les étudiants de sociologie et des sciences sociales par la recherche de moyens permettant de mettre à la disposition des centres de documentation les différentes publications;
- Intégrer certains sociologues et chercheurs en sciences sociales de renommée internationale afin de créer des passerelles entre les différentes générations de chercheurs, ce qui donnerait à la revue l'image d'une tribune ouverte à tous les professionnels de la sociologie et des sciences sociales visant une véritable démocratisation de la réflexion dans ces domaines;
- Permettre à *Esprit critique* dans les trois prochaines années d'être une revue internationale de premier rang, ouverte à tous les sociologues et les chercheurs en sciences sociales du monde sans aucune distinction d'ordre culturel, racial ou idéologique diffusant une connaissance et un savoir obéissant aux exigences de la qualité via les comités de rédaction et scientifique;
- Offrir aux sociologues du monde et aux chercheurs en sciences sociales un espace ouvert et sans frontière leur permettant de proposer des dossiers thématiques et des réflexions sociologiques et en sciences sociales en dehors des différentes restrictions et difficultés auxquelles ils se heurtent continuellement.

Les résultats réalisés en 2002 et le bilan global contenu dans le rapport d'activité diffusé permettent d'affirmer que les objectifs fixés ont été largement atteints. C'est pourquoi la dotation pour la revue d'une politique de communication traduite en plan triennal demeure une pratique de gestion nécessaire au regard des ambitions exprimées par tous les membres de l'équipe qui s'impliquent sans réserve dans la politique menée par Jean-François Marcotte, fondateur et directeur de la revue depuis 1999, date de création d'*Esprit critique*.

1 - Rappel des résultats de 2002

Avant d'exposer les objectifs fixés pour 2003-2005, il demeure utile de rappeler les résultats réalisés en 2002, en se référant au rapport d'activités élaboré et diffusé par le directeur de la revue:

- 12 numéros mensuels diffusés;
- 90 articles parus;
- 52 auteurs de plusieurs pays;
- 45 770 visiteurs uniques (4 fois plus que 2001) / avec une moyenne de 3814 visiteurs par mois;
- 175 283 pages vues / avec une moyenne de 14 607 pages vues par mois;
- 1493 abonnés à la liste de diffusion, soit une hausse de 60% par rapport à 2001 (923 nouveaux abonnés en 2002);
- 8.11% de visiteurs provenant d'autres pays que la France, le Canada, la Belgique et la Suisse;
- 63 sites spécialisés ont un lien vers la nouvelle adresse de la revue (sites des instituts, de départements, de laboratoires de recherche, etc.);
- 25 moteurs de recherche ont la nouvelle adresse de la revue dans leur base de données;
- Mise en place d'une affiche promotionnelle;
- Obtention du code ISSN 1705-1045.

2 - Objectifs

En vue de répondre à sa politique éditoriale et de rester fidèle aux ambitions de ses acteurs, *Esprit critique* rappelle que ses publics cibles englobent les catégories suivantes:

- Sociologues de tous parcours (académiciens, chercheurs, intervenants, etc.);
- Spécialistes issus des domaines connexes (Histoire, Psychologie, Anthropologie, etc.);
- Citoyens intéressés par la recherche et la connaissance sociologiques;
- Étudiants de différents domaines intéressés par la sociologie et les sciences sociales;
- Acteurs sociaux et décideurs.

Pour 2003-2005, la revue se fixe comme objectifs:

- Accroître le nombre de visiteurs uniques;
- Accroître le nombre d'articles et de productions;
- Élargir sa présence et sa diffusion par l'intégration d'autres espaces (pays, universités, laboratoires de recherche, associations, etc.).

Tableau: objectifs quantitatifs

<i>Année</i>	<i>Nombre de visiteurs à atteindre</i>	<i>Moyens de promotion</i>
2003	60.000	Moyens combinés: référencement, affichage, moteurs de recherche, hyperliens, contacts directs, rencontres scientifiques, initiatives individuelles.
2004	80.000	
2005	100.000	

3 - Actions de promotion à mener par les membres de la revue

Chaque membre de la revue est considéré comme un agent de promotion de la revue. Pour cela:

- Chaque membre est invité à diffuser l'appel à communication des dossiers thématiques au niveau de son établissement d'exercice. Toute initiative prise pour diffuser cette affiche aux établissements tiers ainsi que sur les listes de diffusion et ou de discussion auxquelles les membres participant est à encourager.
- Chaque membre maîtrisant une autre langue que celle de la diffusion de la revue est invité à traduire cette affiche en autant de langues possibles et ensuite à la diffuser. Exemple: en Italien, en Portugais, en Arabe, etc. Cette action permettrait de produire de nombreuses portes d'accès et d'entrée à la revue par le référencement et le positionnement de la revue dans les moteurs de recherche.
- Diffuser un résumé de la présentation de la revue en anglais et dans une autre langue en donnant les différentes informations sur son fonctionnement, son organisation, ses activités, etc. afin de multiplier les portes d'entrée vers le site de la revue.
- Chaque membre de la revue est invité à fournir les coordonnées de journaux ou de revues¹ dans lesquels la revue pourrait être publicisée. Pour une meilleure recevabilité de la demande, on doit insister sur le caractère gratuit et volontaire du travail de l'équipe et de la diffusion de la revue. C'est au directeur de la revue que reviendrait la signature de l'article à envoyer à ces journaux. On pourrait éventuellement penser à demander aux revues papier d'inclure dans les pages de présentation d'autre revues, celle d'*Esprit critique*.
- Inviter les bibliothèques, les centres de recherches, les départements, les professeurs et tous autres intervenants à imprimer eux-mêmes les documents pour les rendre disponibles dans leurs milieux et particulièrement aux étudiants.
- Cibler les revues électroniques existantes et les saisir pour proposer un échange de service de promotion.

¹ Le choix de ces journaux et revues relèvera de la compétence du membre concerné car il dispose des différentes données sur ces supports (crédibilité, positionnement sur l'échiquier médiatique, etc.)

4 - Actions au niveau du comité des communications

- Créer une "boîte à idées" où tous les membres pourront communiquer toute idée de promotion qui pourrait émerger à des moments différents. Il s'agit d'une liste d'actions à évaluer et à développer, des idées et des suggestions qui pourront contribuer au développement de la revue. À cet effet, l'utilisation de la liste de discussion <esp_communication@univ-perp.fr> comme canal de transmission serait possible.
- Procéder à la réalisation d'un sondage pour déterminer le degré de satisfaction des lecteurs, des membres de la revue et des auteurs ayant publié un ou plusieurs articles. Le plan de sondage serait proposé aux membres des comités en vue de sa validation avant de passer à la réalisation de l'enquête de satisfaction. Les résultats du sondage seraient diffusés dans un numéro spécial.
- Inviter les lecteurs à exprimer leur avis sur chaque article. Au niveau du site, une rubrique intitulée "Livre d'or" pourrait rassembler l'avis des lecteurs et des auteurs sur l'ensemble du site tant dans sa forme que dans son contenu.
- Cibler quelques sociologues de renommée internationale leur proposant d'animer une rubrique très courte chaque trimestre. Le contact direct est fortement recommandé.
- Procéder aux contacts en vue de recruter de nouveaux collaborateurs pour le renforcement de l'équipe actuelle. Pour combler le déficit actuel, la Direction de la revue devrait évaluer les besoins quantitatifs et qualitatifs. Le calcul du taux de *turn-over* pour l'an 2002 a fait ressortir un point très fort: plus d'entrées que de sorties. Il est à signaler que l'efficacité des recrutements devrait constituer une préoccupation permanente du Comité de direction afin de s'assurer d'une relève motivée et diversifiée.
- Renforcer la politique de communication interne en consolidant l'esprit de collégialité, de respect et de solidarité entre les membres de l'équipe actuelle en conservant les spécificités culturelles et intellectuelles, sources de richesse de la culture interne de la revue.
- Désigner, en tour de rôle, un correspondant de la revue - qui jouerait le rôle d'envoyé spécial - où il préparerait pour chaque trimestre un bulletin d'activités en sciences sociales (événements scientifiques importants, séminaires, résumés d'ouvrages importants, etc.) et celle relatant les grands événements des sciences sociales: colloques, rencontres, séminaires, nouvelles publications, etc. Cette rubrique pourrait être nommée "actualité de la recherche" ou "Agenda de la recherche en sociologie et sciences sociales"
- Développer des moyens d'obtenir les commentaires des lecteurs en créant, par exemple, une rubrique destinée aux lecteurs qui pourrait être intitulée: "À vous la parole". Cette rubrique serait diffusée trimestriellement. L'animation de cette rubrique doit être confiée à un membre de l'équipe actuelle afin de procéder à l'élaboration d'une synthèse des correspondances des lecteurs et d'animer les discussions qui pourraient s'instaurer entre les lecteurs et les auteurs. Il demeure utile d'approfondir la réflexion sur cette question.

5 - Actions sur le développement des formes de collaboration

- Cibler certaines associations scientifiques afin d'établir avec elles une relation de collaboration dans le cadre des missions de la revue (publication de leurs activités, de leurs informations, etc.). En contrepartie, ces associations pourraient aider à la promotion de la revue parmi leurs membres et leurs interlocuteurs.
- Étudier la possibilité d'une rencontre entre les membres de la revue. Inscrire la rencontre d'Angers en juillet 2003 comme un objectif important dans le développement du travail collectif autour du projet de la revue. Le Comité des communications se chargera de la préparation de cette rencontre en saisissant l'occasion offerte pour faire connaître la revue parmi le public invité à assister à cette manifestation scientifique.
- Intégrer dans la revue une brève biographie pour chaque membre de la revue pour sortir graduellement de l'anonymat.

6 - Mise en oeuvre

L'analyse de l'expérience passée a permis de cibler plusieurs points faibles dont le plus important est celui des contacts par la messagerie électronique. Pour cela et pour une meilleure efficacité dans la mise en oeuvre du Plan de communication 2003-2005, nous proposons de privilégier le contact direct sans trop compter asseoir la stratégie de communication de la revue exclusivement sur le courrier électronique, sauf dans les cas où les interlocuteurs sont déjà identifiés. Un courrier adressé anonymement reste toujours sans suite. Il demeure utile et nécessaire d'étudier la possibilité de procéder au courrier classique (par courrier postal ou par télécopieur) lorsqu'il s'agit de contacter des présidents d'associations, des auteurs de renommée, etc. Aussi, il demeure important de souligner que les contacts avec ces personnalités seraient menés par le directeur de la revue ce qui pourrait accorder plus de crédibilité à ces sollicitations.

Cette nouvelle approche est fondée sur une vision intégrée et horizontale où les membres sont invités à y contribuer par leurs actions ou leurs idées à tout moment où ceci serait possible. Nous avons préféré laisser la démarche souple et flexible sans trop rigidifier les procédures, en gardant à l'esprit les grands objectifs et la philosophie de la promotion qui s'étale sur trois années.

Ce plan triennal sera traduit en programme annuel où l'évaluation des actions réalisées est inscrite dans notre démarche afin de pouvoir suivre la mise en oeuvre de notre stratégie de promotion. Le seuil tolérable de réalisation des objectifs fixés ne doit pas être au-dessous des ambitions affichées dans ce présent document.

Le Comité des communications oeuvrera dans le cadre de la Politique éditoriale autour de deux principaux objectifs:

- 1- Renforcer la culture interne de la revue en consolidant l'esprit de coopération, de solidarité et du plaisir de collaborer ensemble. En plus, il sera chargé de l'intégration des nouveaux membres dans cette ambiance chaleureuse de travail. La devise du Comité des communications est: "Ensemble nous allons réaliser des miracles";
- 2- Faire de la revue un leader international en matière de production et de diffusion des connaissances sociologiques et des autres sciences sociales par une démarche de communication fondée sur un ensemble de techniques dynamiques où la créativité des uns et des autres est fortement sollicitée. Nous comptons beaucoup sur l'*imagination stratégique* de toutes et de tous.