

PROGRAMME 2019-2020

9h30 - 12h30
Amphithéâtre

Cycle de conférences universitaires

À INFOCOM ROUBAIX



23 OCTOBRE

Conférence inversée



INFLUENCE-URS ET RÉSEAUX SOCIAUX

Aujourd'hui de nombreuses personnes ou structures parlent de plus en plus d'« influence », prônant des stratégies dites « nouvelles » ou utilisant de nouvelles méthodes auprès des cibles. La notion d'influence, utilisée depuis tout temps, trouve sa place dans différents secteurs et notamment dans celui de la communication.

Les stratégies d'influence semblent avoir évolué et il convient désormais de s'interroger sur ce qu'est réellement l'influence et les évolutions des pratiques : à quoi sert l'influence ? Quelles appropriations des outils et quel sens donner à ces derniers ? « Community manager », « curateur », « web communicant », « youtubeur », « (micro)influenceur » ... quel sens donner à ces métiers et comment tendent-ils à évoluer ?



DELCROIX, Yseult - strategic
community manager



DELCROIX, Éric - expert en
stratégie social media
Ed Productions



CHATTEL, Salomé -
Consultante RP & Social Media
Oxygen-RP

20 NOVEMBRE

ATTRACTIVITÉ DES TERRITOIRES ET STRATÉGIES DE COMMUNICATION



OURAL, Akim - Adjoint au maire de Lille, Conseiller à la MEL, Président de Com Numérique, en charge de la promotion Ville Intelligente



MERDJI, Lahcene - Attaché principal - Ministère de l'Economie & des Finances DIRECCTE, Hauts de France



BOUSNANE, Abdelkader - Directeur de l'ADITEC; de Vivalley & Responsable de l'interclustering



SAVOURE, Benoît - Responsable du service développement, Région Hauts de France



HADDOUCHE Hamed
Enseignant chercheur
RIME LAB
Université Lille EA 7396

Le projet UNESCO, le village préféré des français, la capitale mondiale du design, la ville verte, les labels French Tech en passant par les grands festivals de musique ou des développements de marque territoriale, les initiatives en matière d'attractivité territoriale abondent. Elles soulèvent des réalités diverses et interrogent les intentions des politiques publiques et différentes mises en application dans les territoires.

Cette variété révèle une dynamique innovante : quels projets pour quels territoires ? Pour quelles raisons ? Comment est portée la notion d'attractivité territoriale par les collectivités ? L'attractivité territoriale est-elle une forme de marketing appliquée au territoire ? Quelles sont ses enjeux ?

La présentation et la confrontation de ces différents projets permettront d'envisager les enjeux des territoires de demain.

Avec la refonte du service public et la mutualisation des services publics, l'heure est à la création de nouvelles collaborations pour les collectivités territoriales. Quelles complexités sous-entend cette transition ? Allons-nous vers de la coopétition ?



11 DÉCEMBRE

LES RÉSEAUX SOCIAUX COLLABORATIFS D'ENTREPRISE

La transformation digitale des organisations et la refonte globale des univers professionnels nécessitent le développement d'outils de collaborations internes, et une réflexion managériale d'accompagnement au changement. La transformation digitale des organisations constitue aujourd'hui un objectif stratégique et apporte de nouveaux usages communicationnels et collaboratifs.

L'intérêt toujours grandissant des entreprises pour les nouvelles solutions d'accroissement de la productivité collaborative nous amène aujourd'hui à nous questionner sur les stratégies de communication interne, sur les champs d'applications sociales qu'elles impactent et sur les limites qu'elles peuvent induire. Pour quoi collaborer ? Quelle est la place du collaborateur ? Comment est portée, par les décideurs métiers, la mise en place d'un RSE au sein de l'organisation, et pour quelles finalités ?

Organisateurs & animateurs :



Alice HUYS-MOCHEZ ; Antoine CARTON
Maitres de conférences - Enseignants associés
à l'Université de Lille

Avec le soutien de Marion LUTUN, Consulting



GARNIER, Alain - CEO de JAMESPOT



HUDELLOT, Sylvain - Global community manager - Piazza chez ORANGE



EZRAN, Michel - Directeur chez LECKO