

Plan de communication

Université de Strasbourg
juillet 2008 – mai 2009

Sommaire :

Préambule	page 3
Contexte	page 4
Actions prioritaires par objectifs	page 5

Documents joints :

Plan de communication Budget+Ressources humaines (cf. PlancomBudget+RH_15_septembre.xls)
Planning des actions prioritaires (cf Planning_actions_prioritaires_com_15_septembre.xls)
Tableau des validations (cf Tableau_validations_15_septembre_1.xls)
23 Fiches actions

Communication interne

Objectif : Mobiliser, rassurer la communauté universitaire et donner des repères sur le processus de fusion et la constitution de l'Université de Strasbourg

- Fiche n° 1 : Lettre d'information de l'Université de Strasbourg
- Fiche n° 2 : Journal interne électronique
- Fiche n° 3 : Site institutionnel – volet intranet
- Fiche n° 4 : Traitement de l'information institutionnelle
- Fiche n° 5 : Réorganisation de la revue de presse
- Fiche n° 6 : Flyers, affiches de rentrée

Objectif : Favoriser la connaissance mutuelle

- Fiche n° 7 : Cérémonie des vœux du président
- Fiche n° 8 : Événement de lancement de l'Université de Strasbourg
- Fiche n° 9 : Programme des événements de l'année 2009

Objectif : Mettre à disposition des outils pour l'affichage de l'Université de Strasbourg

- Fiche n° 10 : Lancement du logotype
- Fiche n° 11 : Déploiement du logotype et de la charte graphique
- Fiche n° 12 : Protocole de signature des documents juillet-décembre 2008
- Fiche n° 13 : Objets promotionnels Université de Strasbourg

Communication externe

Objectif : Susciter l'intérêt des partenaires autour des projets de cette nouvelle université et attirer les futurs étudiants et enseignants-chercheurs

- Fiche n° 14 : Document de présentation de l'offre de formation
- Fiche n° 15 : Site institutionnel – volet internet
- Fiche n° 16 : Plaquette institutionnelle synthétique

Objectif : Affirmer l'identité de l'Université de Strasbourg et positionner l'Université de Strasbourg comme acteur économique, social et culturel majeur de l'espace rhénan

- Fiche n° 17 : Carte de vœux Université de Strasbourg
- Fiche n° 18 : Campagne promotionnelle (visuel, slogan pour "Fêtons l'université de Strasbourg" et affichage)

Objectif : Accompagner la démarche de valorisation de l'université et de recherche de fonds

- Fiche n° 19 : Conseil pour la communication en fundraising

Objectif : Faire connaître l'actualité interdisciplinaire de l'Université de Strasbourg

- Fiche n° 20 : Publication du magazine Université de Strasbourg
- Fiche n° 21 : Actions presse locale et nationale : création et animation d'un réseau
- Fiche n° 22 : Développement d'une politique de relations presse en direction des médias internationaux

Objectif transversal : Accompagner l'ensemble des actions de communication par la production de photographies de qualité afin de garantir l'image de l'Université de Strasbourg

- Fiche n°23 : Iconographie

Préambule

Ce plan de communication, essentiellement centré sur la refondation de l'Université de Strasbourg, a pour but d'accompagner le changement. Il définit le protocole de communication en phase transitoire. Il doit permettre aux membres du groupe de pilotage de l'Université de Strasbourg de se prononcer sur les actions à mener et les budgets à allouer à chaque action.

Il précise les actions à mettre en œuvre selon un programme de grandes étapes de communication, les moyens humains et financiers à prévoir. Il associe les membres des 4 Services de communication des universités et du Pôle en fonction de leur secteur de compétences. Il ne pourra se réaliser efficacement sans une réorganisation du service (une proposition d'organigramme fonctionnel a déjà été présentée au comité de pilotage) menée en partenariat avec le cabinet Deloitte et qui fera l'objet d'une seconde validation.

Il est fixé sur la période « juillet 2008 - mai 2009 » - certaines actions, de par leur nature, s'étendant toutefois jusqu'à fin 2009 - et prend en compte les grandes étapes de lancement de l'Université de Strasbourg.

Examiné, réajusté et prolongé pour l'année 2009 par le nouveau président et son équipe dès leur prise de fonction, il s'inscrira dans un plan plus large couvrant la période contractuelle jusqu'en 2012 et réalisé en fonction des objectifs du président de l'Université de Strasbourg.

Contexte

La période allant de juillet 2008 à mai 2009 correspond à la mise en place institutionnelle de la nouvelle université et à ses premiers mois d'existence.

Le dernier trimestre 2008 sera marqué par les étapes suivantes qui seront des moments-clés pour la communication sur le nouvel établissement :

- ▶ 20 août 2008 : parution du décret portant création de l'Université de Strasbourg
- ▶ Début septembre : nomination de Gilbert Knaub en tant qu'administrateur provisoire
- ▶ 19 septembre 2008 : l'assemblée constitutive provisoire est chargée d'adopter la lettre de cadrage budgétaire 2009, d'approuver les statuts du nouvel établissement et de fixer des règles électorales pour l'élection des nouveaux conseils.
- ▶ Mi-décembre : organisation des élections aux trois conseils et élections aux CTP et CPE
- ▶ Entre le 15 et le 19 décembre : élection du nouveau président
- ▶ Début janvier 2009 : tenue du premier conseil d'administration de l'Université de Strasbourg et désignation des personnalités extérieures

Les cibles

La communication sur cette période est à mener à 2 niveaux :

> à l'interne auprès des personnels BIATOS, enseignants, enseignants chercheurs, étudiants et à « l'extérieur proche » auprès des partenaires : EPST, universités partenaires, collectivités territoriales...

La communication envers ces cibles doit être en adéquation avec les phases réglementaires de mise en place de la nouvelle institution : expliquer le processus, la co-existence des 4 entités puis la disparition progressive des 3 universités au profit de la nouvelle institution. Bien intégrer la notion de passage de 3 cultures universitaires spécifiques à une nouvelle culture.

La communication doit aussi prendre en compte le contexte national de loi d'autonomie des universités : composition des conseils, élections des personnalités extérieures, rôle du président...

> à l'externe de façon plus élargie : communautés universitaires en France et en Europe, monde socio-économique, acteurs politiques en Europe, grand public.

La communication envers ces cibles doit porter sur la refondation de l'Université de Strasbourg et son ambition de rayonnement international.

Elle doit également insister sur le caractère novateur de cette démarche de regroupement dans la perspective d'une rénovation universitaire en Europe.

Actions prioritaires par objectifs

Axe 1 > Communication interne

Aider les personnels et les étudiants à se familiariser avec le fonctionnement du nouvel établissement afin de permettre à chacun de s'approprier son nouveau cadre de travail et d'études.

Objectifs

1 – Mobiliser, rassurer la communauté universitaire et donner des repères sur le processus de fusion et la constitution de l'Université de Strasbourg :

- ▶ Diffuser le calendrier des grandes étapes, l'organigramme, les statuts.
- ▶ Faire paraître un ensemble de réponses clés correspondant aux principales préoccupations des personnels et des étudiants (dates clés de l'année universitaire – services essentiels)
- ▶ Diffuser des témoignages
- ▶ Optimiser la circulation de l'information

Actions prioritaires

- ▶ Lettre d'information de l'Université de Strasbourg (voir fiche n° 1)
- ▶ Journal interne électronique (voir fiche n° 2)
- ▶ Site institutionnel – volet intranet (voir fiche n° 3)
- ▶ Traitement de l'information institutionnelle (voir fiche n° 4)
- ▶ Réorganisation de la revue de presse (voir fiche n° 5)
- ▶ Flyers, affiches de rentrée (voir fiche n° 6)

2 - Favoriser la connaissance mutuelle

- ▶ Organiser des temps de rencontres entre les personnels et les étudiants
- ▶ Permettre la mémoire commune par la découverte des histoires de chacune des composantes
- ▶ Favoriser les partages d'expériences

Actions prioritaires

- ▶ Cérémonie des vœux du président (voir fiche n° 7)
- ▶ Événement de lancement de l'Université de Strasbourg (Projet événements) (voir fiche n° 8)
- ▶ Programme des événements de l'année 2009 (Cérémonie de rentrée - Savoirs en commun - Événements institutionnels de l'Université de Strasbourg) (voir fiche n° 9)

3 - Mettre à disposition des outils pour l'affichage de l'Université de Strasbourg

- ▶ Garantir le repérage de la nouvelle institution auprès de ses partenaires
- ▶ Assurer la cohérence de l'image de l'Université de Strasbourg
- ▶ Développer le sentiment d'appartenance à l'Université de Strasbourg de ses acteurs

Actions prioritaires

- ▶ Lancement du logotype (voir fiche n° 10)
- ▶ Déploiement du logotype et de la charte graphique (Projet identité visuelle) (voir fiche n° 11)
- ▶ Protocole de signature des documents juillet-décembre 2008 (voir fiche n° 12)
- ▶ Objets promotionnels (voir fiche n° 13)

Axe 2 > Communication externe

Promouvoir l'Université de Strasbourg au niveau local, national et international

Objectifs

1 - Susciter l'intérêt des partenaires autour des projets de cette nouvelle université et attirer les futurs étudiants et enseignants-chercheurs

- ▶ Rendre lisible l'institution au niveau international en présentant ses points forts et ses spécificités en particulier dans le domaine de la recherche
- ▶ Mettre en valeur la nouvelle offre de formation enrichie et adossée au potentiel de recherche

Actions prioritaires

- ▶ Réaliser un document de présentation de l'ensemble de l'offre de formation (voir fiche n° 14)
- ▶ Développer le nouveau site web de l'Université de Strasbourg trilingue et référencé au niveau international (voir fiche n° 15)
- ▶ Réaliser une plaquette institutionnelle synthétique (voir fiche n° 16)

2 - Affirmer l'identité de l'Université de Strasbourg et positionner l'Université de Strasbourg comme acteur économique, social et culturel majeur de l'espace rhénan.

Annoncer la refondation de l'Université de Strasbourg auprès de ses différents publics

Actions prioritaires

- ▶ Carte de vœux Université de Strasbourg (voir fiche n° 17)
- ▶ Lancement de l'Université de Strasbourg (voir fiche n° 18)

3 - Accompagner la démarche de valorisation de l'université et de recherche de fonds

- ▶ Elaborer un plan spécifique de communication pour la fondation
- ▶ Associer au lancement de l'Université la création de la fondation partenariale
- ▶ Faire connaître la fondation et ses premiers projets auprès des financeurs potentiels

Action prioritaire

- ▶ Conseil pour la communication en fundraising (voir fiche n° 19)

4 - Faire connaître l'actualité interdisciplinaire de l'Université de Strasbourg (recherche, formation, culture)

- ▶ Utiliser le potentiel de recherche de l'Université de Strasbourg pour la valoriser au niveau international
- ▶ Diffuser les connaissances et découvertes scientifiques auprès du grand public et des partenaires
- ▶ Partager les enjeux actuels de la science

Actions prioritaires

- ▶ Publication magazine Université de Strasbourg (voir fiche n° 20)
- ▶ Actions presse locale et nationale : création et animation d'un réseau (voir fiche n° 21)
- ▶ Développement d'une politique de relations presse en direction des médias internationaux (voir fiche n°22)

Objectif transversal :

Accompagner l'ensemble des actions de communication par la production de photographies de qualité afin de garantir l'image de l'Université de Strasbourg

Actions prioritaires

- ▶ Réalisation de reportages photographiques (voir fiche n°23)
- ▶ Finition et retouche des images
- ▶ Mise en place d'une photothèque

Plan de communication UNIVERSITÉ DE STRASBOURG

Fiche – action n° 1 : Lettre d'info Université de Strasbourg

Axe de communication : interne

Objectif principal	Mobiliser, rassurer la communauté universitaire et donner des repères sur le processus de fusion et la constitution de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Lettre d'Information de l'Université de Strasbourg
Objectif opérationnel	Informers les personnels et les partenaires de l'avancée du projet Université des Strasbourg
Public(s) cible(s)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Personnels ▶ étudiants ▶ partenaires extérieurs
Description de l'action	▶ Prise en charge d'une part importante de la rédaction de la lettre d'info mensuelle éditée par la cellule de coordination de l'Université de Strasbourg
Planning de réalisation	Juillet-décembre 2008 : 4 numéros
Ressources humaines	Chargé de communication : 300 h
Budget	Pris en charge par la cellule de coordination
Partenariat interne	Coordination Université de Strasbourg
Partenariat externe	Graphiste
Évaluation	Impact de la lettre
Décision à prendre par le comité de pilotage	Aucune : Fiche fournie pour information sur la charge de travail du service

Fiche – action n° 2 : Journal interne électronique

Axe de communication : interne

Objectif principal	Mobiliser, rassurer la communauté universitaire et donner des repères sur le processus de fusion et la constitution de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Journal interne électronique des Universités de Strasbourg
Objectif opérationnel	Donner, en interne et à nos partenaires une information large sur ce qui se passe à l'université et en dehors de l'université dans les domaines qui la concernent
Objectif(s) secondaire(s)	Veille sur le contexte national et international de l'enseignement supérieur Alimenter les rubriques d'information du site internet
Public(s) cible(s)	Personnels de l'université et partenaires Public secondaire : le grand public via le site web
Description de l'action	Définir avec un comité éditorial les rubriques de cet agenda et les procédures de validation des informations Une rubrique pourrait servir de support aux informations concernant l'Université de Strasbourg. Identifier les personnes ressources dans les services ou les composantes Centraliser les annonces de manifestations ou autres Veille sur les sites internet Exploitation des informations
Planning de réalisation	Début de l'action : début septembre 2008 Finalisation du cahier des charges : mi-septembre 2008 Validation du cahier des charges : fin septembre 2008 Date d'évaluation : janvier 2009
Ressources humaines	Chargé de Communication : 713 h Assistant de Communication : 1000 h Graphiste : 647 h
Budget	Abonnements newsletters gratuits
Partenariat interne	Réseau de personnes ressources (correspondants)
Évaluation	Enquête de satisfaction Mesure de l'afflux des demandes Réunion d'évaluation des correspondants du journal

Décision à prendre par le comité de pilotage	Aucune : validation par le bureau restreint (juillet 2008) : Initier un journal interne électronique commun dès la rentrée et le substituer mi-octobre au bulletin d'informations papier de l'ULP et au bulletin électronique de l'URS (Une nouvelle version papier sera étudiée pour 2009)
---	--

Fiche – action n° 3 : site institutionnel - volet Intranet

Axe de communication : interne

Document établi en collaboration avec le chef de projet multimédia

Objectif principal	Mobiliser, rassurer la communauté universitaire et donner des repères sur le processus de fusion et la constitution de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Site Institutionnel – volet intranet
Objectif opérationnel	Mise à disposition d'informations de l'établissement à destination des personnels de l'université et des étudiants (espaces syndicats, ressources humaines, finances et comptabilité, gestion des carrières, hygiène et sécurité, agenda des manifestations de l'université...).
Objectif(s) secondaire(s)	Promouvoir les services pratiques aux personnels et développer une culture d'établissement : sport, santé, activités culturelles, plan des campus, parking et co-voiturage, service des campus ... Fournir une base d'informations détaillées de l'établissement à l'ENT (agenda des manifestations, actualités et informations des composantes et des conseils...)
Public(s) cible(s)	Personnels de l'université, enseignants-chercheurs, étudiants, membres des conseils
Planning de réalisation (indicatif)	<p>Délimitation des périmètres et de l'articulation intranet/ENT en cours de finalisation par le chef de projet multimédia</p> <p>Constitution d'un réseau d'experts / correspondants ayant pour mission d'aider l'équipe projet à structurer l'arborescence et à identifier les potentiels apporteurs de contenus (en cours).</p> <p>1ère validation, par le bureau restreint, de l'arborescence définie par les webmestres sous la direction du chef de projet multimédia : fin septembre 2008.</p> <p>Cahier des charges technique et hébergement / réseau du CMS, réalisé et validé en collaboration avec la direction informatique : fin septembre 2008.</p> <p>Validation de l'arborescence détaillée et du calendrier d'élaboration des contenus, en fonction des priorités indispensables à court terme, moyen terme, long terme; par le comité de pilotage de l'Université de Strasbourg. Développement de l'arborescence détaillée : mi-octobre 2008</p> <p>Rédaction du cahier des charges fonctionnel et opérationnel pour les rédacteurs et contributeurs : fin octobre 2008.</p> <p>1ère phase de collecte des contenus rédactionnels et iconographiques (photographies, illustrations) et rédaction : fin octobre 2008 à fin novembre 2008</p> <p>Création et développement du CMS (Content Management System - système de gestion de contenus) pour l'Université de Strasbourg en collaboration avec les services informatiques pour la partie structure d'hébergement et des réseaux : fin octobre 2008</p>

	<p>Implémentation du CMS et tests sur les serveurs : fin octobre 2008</p> <p>Formation des rédacteurs internes au service communication et des correspondants Web à l'utilisation du CMS et à l'écriture sur le Web (ateliers Web) : novembre 2008 à mars 2009</p> <p>Validation de l'Intranet par les présidents fin novembre</p> <p>Mise en ligne du contenu rédactionnel et graphique du site : novembre à décembre 2008</p> <p>Validation mi-décembre par le comité de pilotage multimédia.</p> <p>Modification du contenu et réajustement mi décembre.</p> <p>Mise en ligne le 1er janvier 2009.</p> <p>Deuxième phase de réajustement de l'arborescence et du contenu.</p> <p>Opération de communication en interne à partir de début janvier 2009</p>
Equipe projet	<p>1 Chef de projet multimédia</p> <p>4 Webmestres (rédaction de l'arborescence, rédaction du cahier des charges technique, rédaction des pages Web et des outils Web, adaptation de la charte graphique, formation des correspondants, mise aux normes et test des outils techniques retenus) : 4 mi-temps : 2894 h</p> <p>2 Chargés de communication (rédaction, avec les webmestres du cahier des charges opérationnel, et coordination des rédacteurs, rédaction de contenu) : 1 mi-temps : 723 h</p> <p>1 Informaticien référent</p> <p>1 Assistant de communication (collecte et rédaction de contenu) : 1 mi-temps 823 h</p>
Réseau de correspondants	<p>Un correspondant pour chaque domaine suivant : Vie étudiante (BVE / Maison de la culture / SIUAPS / SIMPS), recherche, ressources humaines, relations internationales, ENT / TICE, service commun de la documentation (SCD), finances, communication, direction de cabinet, patrimoine / logistique / hygiène et sécurité</p>
Évaluation	<p>Mise en place d'un outil de statistique et de reporting des visiteurs et des contributeurs</p> <p>Enquête auprès des rédacteurs, des composantes et questionnaire en ligne.</p>
Décision à prendre par le comité de pilotage	<p>Validation de la composition du réseau de correspondants et validation de l'action</p>

Fiche – action n° 4 : Traitement de l'information institutionnelle

Axe de communication : interne

Objectif principal	Mobiliser, rassurer la communauté universitaire et donner des repères sur le processus de fusion et la constitution de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Traitement de l'information institutionnelle
Objectif opérationnel	Donner des repères sur le processus de fusion et la constitution de l'Université de Strasbourg :
Objectif(s) secondaire(s)	Partager l'actualité de chacun des établissements avant la création de l'Université de Strasbourg
Public(s) cible(s)	Les personnels, les étudiants et le grand public
Description de l'action	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mettre en place un protocole de traitement de l'information institutionnelle afin de proposer un mode de travail aux directeurs de cabinet pour le traitement réservé aux informations (diffusion en interne : journal électronique, lettre d'info Université de Strasbourg en externe : affichage web, communiqué de presse, et/ou organisation d'une conférence de presse...)
Planning de réalisation	Début de l'action : janvier 2009
Ressources humaines	Chargé de communication : 289 h Webmaster : 289 h
Budget	/
Partenariat interne	/
Partenariat externe	/
Evaluation	Evaluer les retombées presse
Proposition du bureau restreint	Le directeur de cabinet de la nouvelle présidence de l'Université de Strasbourg se positionnera sur des propositions du service communication
Décision à prendre par le comité de pilotage	Validation de la proposition du bureau restreint

Fiche – action n° 5 : Réorganisation de la revue de presse

Axe de communication : interne

Objectif principal	Mobiliser, rassurer la communauté universitaire et donner des repères sur le processus de fusion et la constitution de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Réorganisation de la revue de presse
Objectif opérationnel	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Améliorer notre information sur les retombées presse (radio, TV, etc....) ▶ Organiser la diffusion en interne de la revue de presse en conformité avec la Loi pour mieux diffuser la connaissance de l'activité universitaire
Objectif(s) secondaire(s)	Evaluer l'efficacité qualitative et quantitative des relations presse
Public(s) cible(s)	Personnels de l'Université
Description de l'action	<p>Option 1 :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ réalisation d'une revue de presse quotidienne en interne pour 150 responsables de l'Université avec déclaration et paiement des droits au CFC et aux éditeurs non affiliés. (presse écrite exclusivement) ▶ Abonnement de 60 responsables à l'AEF et l'ORS <p>Option 2 :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Réalisation d'une revue de presse quotidienne en interne pour 150 responsables de l'Université à partir d'un panorama de presse (2000 articles / an environ) acheté avec les droits de diffusion à l'Argus de la presse ou autre prestataire (presse écrite et audiovisuelle) ▶ Abonnement de 60 responsables à l'AEF et l'ORS <p>Option 3 :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Mise à disposition de 150 responsables de l'Université une revue de presse (2000 articles / an environ) réalisée intégralement par l'Argus de la presse ou autre prestataire (presse écrite et audiovisuelle) ▶ Abonnement de 60 responsables à l'AEF et l'ORS
Planning de réalisation	<p>Début de l'action : septembre 2008</p> <p>Finalisation du cahier des charges : sept 2008</p> <p>Validation du cahier des charges : octobre 2009</p> <p>Appel d'offre (si choix option 2 ou 3)</p> <p>Finalisation de l'action : janvier 2009</p> <p>Date d'évaluation : janvier 2010</p>

Ressources humaines	<p>Option 1 : gestion en interne de la revue de presse quotidienne Assistant de communication : 480 h (soit 1 1/2 temps)</p> <p>Option 2 : panorama presse quotidien Chargé de communication : 20 h Assistant de communication : 240 h</p> <p>Option 3 : Externalisation complète de la revue de presse quotidienne (réalisation et envoi par le prestataire) Chargé de communication : 35 h Assistant de communication : 100 h</p>
Budget	<p>Option 1 : 30 000 euros (soit AEF + ORS : 25 000 € ; droits de diffusion : 5 000 €)</p> <p>Option 2 : 42 500 euros (soit AEF + ORS : 25 000 € ; panorama presse environ 2 000 articles (+ prestations diverses) : 10 000 € ; veille presse audiovisuelle : 2500 € ; droits de diffusion : 5 000 €)</p> <p>Option 3 : 52 500 euros (soit AEF + ORS : 25 000 € ; revue de presse environ 2 000 articles (+ prestations diverses) 20 000 € ; veille presse audiovisuelle : 2500 € ; droits de diffusion : 5 000 €)</p> <p>Pour les options 2 et 3 : possibilité de refacturer aux composantes et services.</p>
Partenariat interne	<p>Gouvernance (choix des personnes relais) Financement d'une partie du coût par les composantes</p>
Partenariat externe	<p>Prestataire choisi par appel d'offre</p>
Évaluation	<p>Par le service com. de la satisfaction des usagers + outils d'évaluation mis à disposition par le prestataire si externalisation</p>
Proposition du bureau restreint	<p>Maintenir le dispositif actuel (une revue de presse papier et électronique diffusées à 40 personnes environ) et laisser le choix à la nouvelle équipe de direction</p>
Décision à prendre par le comité de pilotage	<p>Approbation de la proposition du bureau restreint</p>

Fiche – action n° 6 : Flyers et affiches de rentrée

Axe de communication : interne

Objectif principal	Mobiliser, rassurer la communauté universitaire et donner des repères sur le processus de fusion et la constitution de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Flyers et affiches de rentrée
Objectif opérationnel	Sensibiliser le public étudiant à la naissance proche de l'Université de Strasbourg
Objectif(s) secondaire(s)	
Public(s) cible(s)	Étudiants inscrits dans les 3 universités
Description de l'action	Conception, impression et diffusion de 30 000 flyers pour les actions de rentrée en direction des étudiants : Agora de rentrée, semaines de rentrée organisées par les universités, etc.
Planning de réalisation	Début de l'action : juillet 2008 Finalisation du cahier des charges : mi-juillet Validation du cahier des charges : 16 juillet par le bureau restreint Finalisation de l'action : fin août – début septembre 2008
Ressources humaines	Chargé de communication : 10 h Assistant de communication : 30 h
Budget	4 000 euros
Partenariat interne	Services administratifs des universités : <ul style="list-style-type: none"> ◆ scolarités ◆ services d'information et d'orientation
Partenariat externe	Studio graphique pour la conception Imprimeur pour l'impression et une partie de la diffusion
Évaluation	Par le service communication de la satisfaction des usagers
Décision à prendre par le comité de pilotage	Aucune : Action réalisée - Validation de l'action par le bureau restreint (juillet 2008) sous réserve de vérification de la faisabilité de la mise en page et de l'impression auprès du service reprographie de l'UMB

Fiche – action n° 7 : Cérémonie des vœux du président

Axe de communication : interne

Objectif principal	Favoriser la connaissance mutuelle
Intitulé de l'action	Cérémonie des vœux du président
Objectif(s) secondaire(s)	Mobiliser et rassurer la communauté universitaire
Public(s) cible(s)	Personnels et partenaires externes
Description de l'action	<p>Cérémonie des vœux du président, et accueil de tous les personnels dans la nouvelle université.</p> <p>Hommage rendu aux personnels et mobilisation autour des perspectives et projets de l'Université de Strasbourg</p> <p>Nombre de participants escomptés : 800</p> <p>Cadeau à tous les personnels :</p> <p>Edition - Les grandes figures de l'Université de Strasbourg ou autre proposition : stylo rechargeable ou écharpe signés aux couleurs de l'Université de Strasbourg</p>
Planning de réalisation	<p>Début de l'action : octobre 2008</p> <p>Finalisation de l'action – jour de l'événement : lundi 26 janvier 2009</p> <p>Date d'évaluation : février 2009</p>
Ressources humaines	<p>Chargé de communication : 40 h</p> <p>Chargée d'évènement : 50 h</p> <p>Secrétaire-assistante : 20 h</p>
Budget	<p>Cérémonie : 11 000 euros</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Edition carton invitation : 1000 euros ◆ Restauration : 8000 euros ◆ Service : 1000 euros ◆ Animation : 1000 euros <p>Cadeau :</p> <p>Option 1 : Ouvrage : 20 000 euros (6000 exemplaires)</p> <p>Option 2 : Stylo rechargeable : 24 000 euros</p> <p>Option 3 : Echarpe polaire : 12 000 euros</p>
Partenariat interne	<p>Services associés : Présidence</p> <p>Comité éditorial composé d'enseignants-chercheurs</p>
Partenariat externe	1 pigiste (Option ouvrage)
Évaluation	Fréquentation
Proposition du bureau restreint	<p>La cérémonie des vœux est couplée au lancement de l'Université de Strasbourg le 29 janvier 2009</p> <p>Pas de cadeau aux personnels</p>
Décision à prendre par le comité de pilotage	Validation de la date 29 janvier, du lieu (Palais U) et arbitrage sur le choix du bureau restreint de ne pas faire de cadeau aux personnels

Fiche – action n° 8 : Événement de lancement de l'Université de Strasbourg

Axe de communication : interne et externe

Objectif principal	Favoriser la connaissance mutuelle
Intitulé de l'action	Événement de lancement de l'Université de Strasbourg
Objectif(s) secondaire(s)	Affirmer l'identité de l'Université de Strasbourg et positionner l'Université de Strasbourg comme acteur économique, social et culturel majeur de l'Espace rhénan
Public(s) cible(s)	Personnels et partenaires externes
Description de l'action	<p>Option 1 : Une semaine de lancement du 9 au 15 février 2009 avec comme point d'orgue la cérémonie officielle le 13 ou le 14 février à 17h. Avantage : lancement proche de l'élection du nouveau président</p> <p>Option 2 : 2 jours de lancement mi février, un jour consacré aux actions étudiantes et un jour de lancement officiel. Avantage : organisation concentrée sur le BVE et le Service de la communication.</p> <p>Option 3 : Une semaine de lancement à la rentrée 2009 couplée à la Cérémonie officielle de rentrée.</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Avantages : ◆ Adéquation avec le temps fort de la première rentrée de l'Université de Strasbourg ◆ Pilotage par le nouveau président ◆ Organisation interne de l'Université de Strasbourg plus stabilisée ◆ Organisation dans des conditions optimisées avec les collectivités ◆ Utilisation possible du plein air <p>Dans cette perspective l'événement Savoirs en commun serait également associé à ce lancement.</p> <p>Programme prévisionnel :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Cérémonie officielle suivie d'un bal. <p>Inauguration œuvres d'étudiants : <i>L'université dont je rêve</i> Lancement de l'exposition murale photos - textes : <i>Mon université, ma mémoire.</i> Plantation symbolique d'un arbre pour la naissance de la nouvelle université</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Semaine de lancement <p>Palais Universitaire + Espace devant le Palais et Jardins de l'U.</p>

	<p>Toute la semaine :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Programme de visites guidées de bâtiments choisis pour le personnel et pour le grand public Conférences dans des lieux où l'université s'est installée au fil du temps à Strasbourg-CUS : l'Université, racontes..., l'histoire de l'Université. ◆ Réalisations et programme imaginé par les étudiants ◆ Tournois sportifs <p>Installation de panneaux géants réalisés à partir de contributions des personnels (textes-images)</p> <p>Installation de panneaux géants des figures majeures de l'Université apposés sur les bâtiments phares en prenant soin de positionner les figures en inversant leur appartenance pour faire tomber les frontières disciplinaires avec citation en exergue (Jean Sturm, Johann Wolfgang Von Goethe, Jean Hermann, Jean-Daniel Schoepflin, Robert Schumann, Marc Bloch, Maurice Halbwachs, Louis Pasteur, Jean-Claude Juncker, Guy Ourisson, Jean-Marie Lehn etc.</p>
Planning de réalisation	<p>Début de l'action : septembre 2008 Finalisation de l'action : février 2009 ou octobre 2009</p>
Ressources humaines	<p>Chargé de communication : 500h Assistant de communication : 300h Chargée d'événements : 400 h Secrétaire assistante : 100h</p>
Budget	<p>50 000 euros (option 1 ou 3) (option 2 : 45 000 euros) Restauration : 15 000 euros 20 Visites guidées : 3 000 euros Carton invitation : 1 000 euros Service – surveillance : 3000 euros Bal (orchestre – sonorisation) : 15 000 euros Programme : 2000 euros Logistique : 1000 euros Panneaux visuels grand format (30 ex) : 10000 euros</p>
Partenariat interne	<p>Services associés : SIUAPS, Action culturelle, Mission culture scientifique et technique, BVE</p>
Partenariat externe	<p>Soutien logistique et financier de la CUS à étudier</p>
Évaluation	<p>Enquête à mener pendant la semaine d'événement</p>
Proposition du bureau restreint	<p>Choix de l'option de 2 jours de lancement fin janvier au moment de la création de l'Université de Strasbourg :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 1^{ère} journée : Cérémonie des vœux du président, et accueil de tous les personnels dans la nouvelle université. ◆ Hommage rendu aux personnels et mobilisation autour des perspectives et projets de l'Université de Strasbourg ◆ Retransmission sur écrans géants sur les différents campus ◆ Organisation d'un bal en soirée au Palais Universitaire

	<ul style="list-style-type: none">◆ 2^{ème} journée consacrée aux actions étudiantes◆ Cette deuxième journée se déroulera sur les différents campus : Esplanade, Cronenbourg, Illkirch, Médecine, Meinau, Schilgheim, Haguenau Organisation d'un concert pour les étudiants en soirée
Décision à prendre par le comité de pilotage	Arbitrage du comité de pilotage sur le choix du bureau restreint. Validation des 29 et 30 janvier, du lieu (Palais U) pour la cérémonie, et du déroulement des 2 journées

Fiche – action n° 9 : Programme des événements de l'année 2009

Axe de communication : interne et externe

Objectif principal	Favoriser la connaissance mutuelle
Intitulé de l'action	Programme des événements de l'année 2009
Objectif(s) secondaire(s)	Affirmer l'identité de l'Université de Strasbourg et positionner l'Université de Strasbourg comme un acteur économique, social et culturel majeur de l'Espace rhénan
Public(s) cible(s)	Personnels et partenaires externes
Description de l'action	<p>Programme des événements en partenariat avec la Ville de Strasbourg</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ septembre 2009 : Cérémonie de rentrée et animation majeure pour les étudiants, grand concert de rentrée pour les étudiants et les personnels ▶ 1 au 23 octobre 2009 : Savoirs en commun – Rencontre Université-Société programmé autour du thème fédérateur : Identités <p>Pistes de thématiques de débats-publics :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Cycle perception ◆ Vivre seul, en famille en groupe ◆ Peur des autres ? Comment vivre avec les autres ? Qui sont les autres ? ◆ Se connaître et connaître les autres ◆ Identités multiples ◆ Cycles frontières ◆ Quelles paix, quels conflits ? ◆ Frontières : territoires individuels et collectifs ◆ Sans identité / Identité à risque ◆ Cycles valeurs ◆ Handicaps : différents sans être exclus ◆ L'Europe : quelles valeurs communes ? ◆ Identité cellulaire : création génétique ◆ Cycle connexion ◆ L'autre sexe ◆ Identité numérique : virtualité

	<p>Ces deux manifestations peuvent faire partie de l'événement de lancement de l'Université de Strasbourg selon le scénario choisi.</p> <p>Programme des événements institutionnels hors Vœux</p> <p>15 mai 2009 : Palmes académiques,</p> <p>19 juin 2009 : Cérémonie de remise des diplômes de thèses, Prix de thèses,</p> <p>10 septembre 2009 : Accueil des nouveaux personnels</p> <p>Novembre 2009 : DHC ou report en 2010 *</p> <p>11 décembre 2009 : Cérémonie de départ des personnels retraités*</p> <p>Fin 2009 : Inauguration aile B Faculté de pharmacie*</p> <p>En italique : les événements préparés à partir de juin 2009.</p>
Planning de réalisation	<p>Début de l'action : janvier 2009</p> <p>Finalisation de l'action : décembre 2009</p>
Ressources humaines	<p>Chargé de communication : 800 h</p> <p>Assistant de communication : 200 h</p> <p>Chargée d'événements : 640 h</p> <p>Chargé du projet Savoirs en commun : 1447h</p>
Budget	<p>Cérémonie de rentrée : 50 000 euros</p> <p>Savoirs en commun : 90 000 euros</p> <p>Événements institutionnels hors vœux : 25 000 euros</p>
Partenariat interne	<p>Services associés : Présidence, BVE, Mission culture scientifique et technique, action culturelle</p>
Partenariat externe	<p>Ville de Strasbourg</p>
Évaluation	<p>Fréquentation des événements</p>
Décision à prendre par le comité de pilotage	<p>Validation d'une cérémonie de rentrée tournée vers les étudiants</p> <p>Validation du thème fédérateur de l'événement Savoirs en commun 2009</p> <p>Validation du programme daté des événements institutionnels</p> <p>Validation des budgets</p>

Fiche – action n° 10 : Lancement du logotype

Axe de communication : interne et externe

Objectif principal	Mettre à disposition des outils pour l'affichage de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Lancement du logotype
Objectif opérationnel	Concrétiser pour la communauté universitaire et son environnement proche la création de l'Université de Strasbourg en dévoilant l'élément fondamental de son identité visuelle
Objectif(s) secondaire(s)	Temps de rencontre entre l'administrateur provisoire et la communauté universitaire, les partenaires socio-économiques et les médias.
Public(s) cible(s)	Personnels, partenaires externes, médias.
Description de l'action	Le logotype de l'Université de Strasbourg sera choisi et prêt à être diffusé à la mi-octobre lors de la seconde réunion de l'assemblée constitutive. Programme prévisionnel : Octobre 2008 (date à définir) : Présentation officielle du logotype de l'Université de Strasbourg par l'administrateur provisoire et les 3 présidents.
	Début de l'action : fin septembre 2008 Finalisation de l'action : mi - octobre 2008
Ressources humaines	Chargé de communication : 20 h Assistant de communication : 20 h
Budget	5 000 euros : Restauration : 3 000 euros Carton invitation : 1 000 euros Logistique : 1 000 euros
Proposition du bureau restreint	Ne pas dévoiler le logo lors de l'assemblée constitutive mais lors d'une réunion dédiée
Décision prise par le comité de pilotage	Logo dévoilé lors de l'assemblée constitutive du 4 novembre, ensuite aux personnels et étudiants puis à la presse lors d'un point presse spécifique avec les 3 Présidents et l'administrateur provisoire (conférence de presse juste après l'ACP du 4/11)

Fiche – action n° 11 : Déploiement du logotype et de la charte graphique

Axe de communication : interne et externe

Objectif principal	Mettre à disposition des outils pour l'affichage de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Déploiement du logotype et de la charte graphique
Objectif opérationnel	Asseoir l'identité visuelle de l'Université de Strasbourg à travers un large déploiement en plusieurs phases dans le temps
Objectif(s) secondaire(s)	Développer le sentiment d'appartenance à cette nouvelle université
Public(s) cible(s)	Personnels, étudiants, partenaires externes.
Description de l'action	Le plan de déploiement du logo et de la charte graphique sera une des principales missions confiée à l'agence de communication qui aura été retenue pour la création du logo (cf. MAPA...), en étroite collaboration avec Brigitte Got et Jérôme Castle du Service communication des universités de Strasbourg.
Planning de réalisation	<p>Octobre – novembre 2008 : finalisation du plan de déploiement du logo et de sa charte graphique</p> <p>Décembre 2008 : information des personnels et étudiants sur l'utilisation du nouveau logo via des temps de rencontres, les sites web des universités et les journaux électroniques et papiers</p> <p>1^{er} semestre 2009 : poursuite des réunions d'information</p> <p>Rentrée 2009 : présentation du logo dans l'agenda pour les étudiants et le livret d'accueil des personnels</p> <p>2^e semestre 2009 : suite de la mise en œuvre du déploiement du logo et de la charte graphique sur les éléments de signalétique externes et internes</p>
Ressources humaines	Chargé de communication : 160 h Webmaster : 100 h Graphiste : 750 h
Budget	À définir en collaboration avec l'agence de communication retenue pour la création et le déploiement du logo et de la charte graphique de l'Université de Strasbourg. Prévisionnel : 50 000 €
Partenariat externe	Agence de communication retenue pour la création et le déploiement du logo et de la charte graphique de l'Université de Strasbourg.
Décision à prendre par le comité de pilotage	Validation du plan d'action et du budget

Fiche – action n° 12 : Protocole de signature des documents

Juillet – décembre 2008

Axe de communication : interne

Objectif principal	Mettre à disposition des outils pour l'affichage de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Protocole de communication et de signature des documents pour la période juillet – décembre 2008.
Objectif opérationnel	Apporter une ligne de conduite claire et précise quant à l'utilisation des logos des universités, du projet « Demain l'Université de Strasbourg » et du nouveau logo de l'Université de Strasbourg jusqu'à la fin décembre 2008
Objectif(s) secondaire(s)	Informar dès le mois de septembre les personnels et étudiants du lancement du nouveau logo de l'Université de Strasbourg pour le mois d'octobre 2008
Public(s) cible(s)	Personnels, étudiants.
Description de l'action	<p>Note informative qui devra être mise à disposition le plus largement possible dès la rentrée 2008 auprès de l'ensemble des personnels des trois universités.</p> <p>Ce document sera mis sur les sites web des 3 universités, du Pôle universitaire, du projet « Demain l'Université de Strasbourg » et des ENT. Il pourrait également figurer dans les lettres d'information électroniques et papiers des universités, il inclut la procédure à suivre pour les différents supports : édition et web.</p> <p>Programme prévisionnel : Fin juillet 2008 : finalisation de cette note d'information</p>
Planning de réalisation	<p>Début de l'action : juillet 2008</p> <p>Finalisation de l'action : décembre 2008</p>
Ressources humaines	Chargé de communication : 10 h
Décision à prendre par le comité de pilotage	Aucune : validation par le bureau restreint (juillet 2008)

Fiche – action n° 13 : Objets promotionnels de l'Université de Strasbourg

Axe de communication : interne et externe

Objectif principal	Mettre à disposition des outils pour l'affichage de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Objets promotionnels de l'Université de Strasbourg
Objectif opérationnel	Asseoir l'identité visuelle de l'Université de Strasbourg et développer le sentiment d'appartenance à cette nouvelle institution
Objectif(s) secondaire(s)	Rentrée budgétaire si décision est prise de proposer certains de ces objets promotionnels à la vente
Public(s) cible(s)	Personnels, étudiants, partenaires externes
Description de l'action	À l'heure actuelle, les universités de Strasbourg proposent des objets promotionnels tels que stylos, clefs USB, mallettes, etc. De nombreux autres objets promotionnels (T-shirt, cravates, tasses, etc.) sont envisageables, il s'agira de formaliser une sélection en collaboration avec l'agence de communication retenue pour la mission de création et de déploiement du logo et de la charte graphique de l'Université de Strasbourg.
Planning de réalisation	Octobre – novembre 2008 : finaliser la liste de la première vague de réalisation d'objets promotionnels de l'Université de Strasbourg Décembre 2008 : fabrication des objets promotionnels sélectionnés Février 2009 : présentation et diffusion des objets promotionnels lors des cérémonies de lancement de l'Université de Strasbourg Finalisation de la première phase de l'action : septembre 2009
Ressources humaines	Chargé de communication : 40 h Assistant de communication : 30 h Chargée d'événements : 60 h
Budget	10000 euros à redéfinir en octobre 2008 en collaboration avec l'agence de communication retenue pour la création et le déploiement du logo et sa charte graphique.
Partenariat interne	
Partenariat externe	Agence de communication retenue pour la création et le déploiement du logo et de la charte graphique de l'Université de Strasbourg.
Évaluation	Analyse de l'inventaire
Proposition du bureau restreint	Choix laissé au nouveau président et à la nouvelle équipe de direction sur des propositions du service communication
Décision à prendre par le comité de pilotage	Approbation de la proposition du bureau restreint

Fiche – action n°14 : Document de présentation de l'offre de formation

Axe de communication : Communication externe

Objectif principal	Susciter l'intérêt des partenaires autour des projets de cette nouvelle université et attirer les futurs étudiants et enseignants-chercheurs
Intitulé de l'action	Document de présentation de l'offre de formation
Objectif opérationnel	Présenter l'offre de formation aux futurs étudiants en mettant en relief l'attractivité du site strasbourgeois et l'aspect interdisciplinaire des formations
Public(s) cible(s)	Etudiants français et étrangers : Futurs bacheliers, parents d'élèves, CIO, CDI, établissements français et étrangers (cibles à définir avec SCUIO et RI) Etudiants de licence et étudiants en cours de parcours
Planning de réalisation	Début de l'action : juillet 2008 Comité éditorial : Les 3 VP Formation Les responsables des SCUIO des 3 universités et les responsables de scolarité. Un responsable de service des relations internationales Réunion du comité : 19 septembre 2008 Finalisation du cahier des charges : 30 septembre 2008 <i>Programmation :</i> Phase de rédaction : 2-28 octobre 2008 Validation du contenu rédactionnel par le comité éditorial : 30 octobre 2008 Adaptation du document en anglais : 15 novembre 2008 Conception : Maquette validée par les présidents : Fin novembre 2008 B.A.T. : 6 novembre 2008 Remise à l'imprimeur : début décembre 2008 Livraison : mi-décembre 2008 Date d'évaluation : Septembre 2009
	Chargé de communication : 100 h Assistant de communication : 200 h
Budget	15 000 €
Partenariat interne	Division des enseignements, SCUIO, R.I
Partenariat externe	Agence de conception graphique Traducteur Imprimeur
Évaluation	Enquête auprès des étudiants et des relais destinataires de la plaquette
Décision à prendre par le comité de pilotage	Aucune : validation par le bureau restreint (juillet 2008)

Fiche – action n° 15 : Site institutionnel – volet internet

Axe de communication : externe

Document établi en collaboration avec le chef de projet multimédia

Objectif principal	Susciter l'intérêt des partenaires autour des projets de cette nouvelle université et attirer les futurs étudiants et enseignants-chercheurs
Intitulé de l'action	Site Institutionnel – Volet internet
Objectif opérationnel	Présenter et renforcer l'image de l'institution, offrir du contenu informatif sur l'établissement, présenter l'offre de formation, donner une visibilité aux activités de recherche scientifique et d'enseignement, favoriser l'afflux de nouveaux étudiants et personnels.
Objectif(s) secondaire(s)	Promouvoir les services aux étudiants et personnels : Agora de l'étudiant, Carte culture, portail des formations, plan des campus, covoiturage, service des campus, Centre de mobilité Alsace.
Public(s) cible(s)	Enseignants-chercheurs, étudiants, futurs étudiants, étudiants étrangers, anciens étudiants, étudiants handicapés, adultes en reprise d'études, médias, entreprises (fournisseurs, marchés publics - appels d'offres, emplois, stages), personnels de l'université, futurs personnels, partenaires « industriels » et institutionnels, personnes extérieures.
Planning de réalisation (indicatif)	<p>Délimitation des périmètres et de l'articulation intranet/ENT/site web en cours de finalisation par le chef de projet multimédia</p> <p>Constitution d'un réseau d'experts / correspondants ayant pour mission d'aider l'équipe projet à structurer l'arborescence et à identifier les potentiels apporteurs de contenus (<i>en cours</i>)</p> <p>1ère validation, par le bureau restreint, de l'arborescence définie par les webmasters sous la direction du chef de projet multimédia : fin septembre 2008</p> <p>Cahier des charges technique et hébergement / réseau du CMS, réalisé et validé en collaboration avec la direction informatique : fin septembre 2008</p> <p>Validation de l'arborescence détaillée et du calendrier d'élaboration des contenus, en fonction des priorités indispensables à court terme, moyen terme, long terme par le comité de pilotage de l'Université de Strasbourg.</p> <p>Développement de l'arborescence détaillée : mi-octobre 2008</p> <p>Rédaction du cahier des charges fonctionnel et opérationnel pour les rédacteurs et contributeurs : 2ème quinzaine de septembre 2008</p> <p>1ère phase de collecte des contenus rédactionnels et iconographiques (photographies, illustrations) et rédaction en Français, Anglais et Allemand : fin septembre 2008 à fin novembre 2008</p> <p>Création et développement du CMS (Content Management System - système de gestion de contenus) pour l'Université de Strasbourg en collaboration avec les services informatiques pour la partie structure d'hébergement et des réseaux : fin octobre 2008</p> <p>Validation de la charte graphique (en cours)</p>

	<p>Création d'un kit graphique / CMS pour les sites actuellement indépendants du site institutionnel en collaboration avec la direction informatique : tributaire de la livraison de la charte graphique</p> <p>Formation des rédacteurs internes au service communication et des correspondants Web à l'utilisation du CMS et à l'écriture sur le Web (ateliers Web) : de début novembre 2008 à mars 2009</p> <p>Mise en ligne du contenu rédactionnel et graphique du site : novembre et décembre 2008</p> <p>Validation mi-décembre par le comité de pilotage du site</p> <p>Modification du contenu et réajustement mi-décembre</p> <p>Formation des composantes au kit/CMS proposé en dehors du site de l'université : début novembre 2008</p> <p>Accompagnement des sites existants pour l'adoption de la nouvelle charte graphique : début décembre 2008</p> <p>Mise en ligne le 1er janvier 2009.</p> <p>Deuxième phase de réajustement de l'arborescence et du contenu. 2e phase de collecte des contenus rédactionnels et iconographiques (photographies, illustrations) et rédaction en Français, Anglais et Allemand : 1er trimestre 2009</p> <p>Opération de communication en interne et en externe à partir du 1er janvier 2009</p>
<p>Equipes projets</p>	<p>Chef de projet multimédia</p> <p>4 Webmestres (rédaction de l'arborescence trilingue, rédaction du cahier des charges technique, rédaction des pages Web et des outils Web, adaptation de la charte graphique, formation des correspondants, mise aux normes et test des outils techniques retenus) : 2894 h (4 mi-temps)</p> <p>2 Chargés de communication (rédaction, avec les webmestres, du cahier des charges opérationnel, et coordination des rédacteurs, rédaction de contenu) : 723 h</p> <p>1 coordonnateur (chargé de communication) : 100 h</p> <p>Informaticien référent</p> <p>Assistant de communication (collecte et rédaction de contenu) : 823 h</p>
<p>Budget estimatif</p>	<p>60 000 euros de rédaction/traduction – anglais, allemand et pigistes</p> <p>8 000 euros pour la mise en place d'une stratégie de référencement et de publicité (Google, publicité dans Studyrama, page dans les magazines...)</p> <p>20 000 euros design du site : charte déclinable pour les sites Web indépendants.</p>

Réseau de correspondants	<p>Un correspondant pour chaque domaine suivant :</p> <p>Services à l'étudiant, offre de formation (interlocuteur politique), offre de formation (interlocuteur opérationnel), recherche, école doctorale, valorisation de la recherche et publication, culture (Action culturelle / Mission culture scientifique & technique), vie étudiante (BVE / Maison de la culture / SIUAPS / SIMPS), orientation et aide à l'insertion professionnelle des étudiants, site des anciens (évaluation de l'insertion professionnelle) et fondation, formation continue (SEFOC) et validation des acquis de l'expérience (VAE), ressources humaines, relations internationales, ENT / TICE, service commun de la documentation (SCD), communication, direction de cabinet</p> <p>Dans un deuxième temps, ce réseau intégrera également des intervenants extérieurs à l'Université de Strasbourg (CNRS, INSERM, EUCOR, CCI, collectivités territoriales, club de la presse etc....)</p>
Partenariat externe	<p>1 rédacteur en allemand, 1 rédacteur en anglais</p> <p>1 rédacteur Web et un vacataire (pour la récupération et la réécriture des pages Web).</p> <p>Agence pour le référencement et les mots clefs</p> <p>Photographe</p>
Évaluation	<p>Mise en place d'un outil de statistique et de reporting des visiteurs et des contributeurs</p> <p>Enquête auprès des rédacteurs, des composantes et questionnaire en ligne (pour les usagers du site)</p> <p>Mise en place d'un forum dédié sur l'intranet du site 'Demain l'Université de Strasbourg'</p>
Décision à prendre par le comité de pilotage	Validation de la composition du réseau de correspondants Validation de l'action et du budget

Fiche – action n° 16 : Plaquette institutionnelle synthétique

Axe de communication : externe

Objectif principal	Susciter l'intérêt des partenaires autour des projets de cette nouvelle université et attirer les futurs étudiants et enseignants-chercheurs
Intitulé de l'action	Plaquette institutionnelle synthétique
Objectif opérationnel	Disposer, dès sa création, d'un premier affichage de l'identité et des valeurs de l'Université de Strasbourg auprès de ses partenaires existants et potentiels
Public(s) cible(s)	Partenaires institutionnels nationaux et internationaux, entreprises
Planning de réalisation	<p>Début de l'action : Réunion d'un comité de définition du contenu : Début octobre 2008</p> <p>Validation du cahier des charges par le groupe de suivi : 16 octobre 2008</p> <p>Programmation des activités :</p> <p>Elaboration du contenu : 17 octobre 2008</p> <p>Validation du contenu par le groupe de suivi : 20 novembre 2008</p> <p>Traduction : Début décembre 2008</p> <p>Maquette : Début décembre 2008</p> <p>Validation finale du contenu et de la maquette par les présidents : 15 décembre 2008</p> <p>Conception : 5 janvier</p> <p>Validation par le nouveau président : 12 janvier</p> <p>Impression : 19 janvier 2009</p> <p>Finalisation de l'action : Livraison fin janvier</p> <p>Date d'évaluation : Janvier 2010</p>
Ressources humaines	<p>Chargé de communication : 100 h</p> <p>Assistant de communication : 300 h</p> <p>Graphiste : 20 h</p>
Budget	20 000 €
Partenariat interne	Services des relations internationales, Chargée de communication de ULP industrie, 1 VP étudiant, Michel Deneken (VP CA et Com), 1 VP recherche, 1 VP CEVU (comité de définition du contenu)
Partenariat externe	<p>Partenariat institutionnel : La ville et la CUS</p> <p>Partenariat Technique : Graphiste Imprimeur</p>
Évaluation	Enquête
Proposition du bureau restreint	Validation de la version finale par le nouveau président
Décision à prendre par le comité de pilotage	Validation de l'action et du budget et validation de la proposition du bureau restreint

Fiche – action n° 17 : Carte de vœux Université de Strasbourg

Axe de communication : externe

Objectif principal	Affirmer l'identité de l'Université de Strasbourg et positionner l'Université de Strasbourg comme acteur économique, social et culturel majeur de l'espace rhénan
Intitulé de l'action	Carte de vœux Université de Strasbourg
Objectif opérationnel	Annoncer la création de l'Université de Strasbourg au niveau local national et international
Objectif(s) secondaire(s)	Interne : Message de remerciement et d'encouragement des 3 présidents à la communauté universitaire
Public(s) cible(s)	Réseau enseignement supérieur, partenaires
Planning de réalisation	Programmation des activités : Elaboration du contenu : Mi-septembre 2008 Traduction : 1er octobre 2008 Maquette : 13 octobre 2008 Validation finale du contenu et de la maquette par les présidents : 25 octobre 2008 Conception : 3 novembre 2008 Impression : 17 novembre 2008 Finalisation de l'action : Livraison 1er décembre 2008
Ressources humaines	Chargé de communication : 30 h Assistant de communication : 30 h Graphiste : 10h
Budget	5 000 €
Partenariat interne	
Partenariat externe	Graphiste, imprimeur
Évaluation	Enquête
Décision à prendre par le comité de pilotage	Validation de l'action et du budget

Fiche – action n° 18 : Campagne promotionnelle

Axe de communication : externe

Objectif principal	Affirmer l'identité de l'Université de Strasbourg et positionner l'Université de Strasbourg comme acteur économique, social et culturel majeur de l'espace rhénan
Intitulé de l'action	<p>Campagne promotionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Créer un visuel et slogan pour « fêtons l'université de Strasbourg » ◆ Production d'affiches, affichettes, flyers, programmes des festivités ◆ Campagne d'affichage au niveau local et régional
Objectif opérationnel	Annoncer la concrétisation de l'Université de Strasbourg
Objectif(s) secondaire(s)	Créer de l'image Université de Strasbourg en interne et externe
Public(s) cible(s)	Public local et régional
Description de l'action	<p>► Conception et réalisation de visuels et de slogans annonçant la naissance de l'université et les festivités.</p> <p>► Affichage des visuels annonçant la naissance de l'Université de Strasbourg sur différents supports possibles :</p> <p>Option 1 : Rayonnement « grandes villes alsaciennes » :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Affichage Decaux Alsace (Strasbourg, Mulhouse, Colmar), une semaine, 23600 € <p>Option 2 : Rayonnement Alsacien via réseau TER :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Affichage TER Alsace, un mois 10000 € <p>Option 3 : Rayonnement strasbourgeois seul :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Affichage arrières de bus Strasbourg, une semaine, 15000 € ◆ Trams décorés (2) 7 000 € (si accord de la CTS) ◆ Pavoisement des rues 500 € (si accord de la Ville) <p>Les différentes formules peuvent se combiner : on peut imaginer une campagne complète ou un choix entre les différents supports, également en fonction du budget.</p>

Planning de réalisation	<p>Début de l'action : septembre 2008 Finalisation du cahier des charges : octobre 2008 Validation du cahier des charges : octobre 2008 Programmation des activités : octobre 2008 Consultation d'un groupe test : novembre 2008 Finalisation de la fabrication : décembre 2008 Affichage fin janvier –début février 2009 Date d'évaluation : mars 2009</p>
Ressources humaines	<p>Chargé de communication : 115 h Assistant de communication : 100 h Graphiste : 20 h</p>
Budget	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 16 900 euros pour la création et la fabrication des affiches ◆ budget d'affichage à définir selon l'option choisie (cf. description de l'action)
Partenariat interne	gouvernance
Partenariat externe	Ville de Strasbourg/CUS pour réseau d'affichage et le département et la Région
Évaluation	Enquête (micro-trottoir) de notoriété
Décisions prises par le bureau restreint	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Lancement de l'opération avec consultation d'un groupe test pour le visuel et le slogan ▶ Accord pour contact des collectivités territoriales afin d'étudier le partenariat financier et de communication autour du lancement de l'Université de Strasbourg
Décision à prendre par le comité de pilotage	<p>Choix du ou des réseaux d'affichage en fonction du rayonnement souhaité (rubrique description de l'action). En fonction de la décision liée au rayonnement, le budget sera finalisé.</p>

Fiche – action n° 19 : Conseil pour la communication en fundraising

Axe de communication : externe

Objectif principal	Accompagner la démarche de valorisation de l'université et de recherche de fonds
Intitulé de l'action	Conseil pour la communication en fundraising
Objectif(s) secondaire(s)	Promouvoir l'Université de Strasbourg au niveau local, national et international
Public(s) cible(s)	Anciens étudiants de l'Université Entreprises et partenaires externes
Description de l'action	Elaboration du plan de communication de la fondation et réalisations liées au lancement de la fondation Exemples de réalisations : <ul style="list-style-type: none"> ◆ logotype et charte graphique ◆ document de présentation ◆ documents destinés aux levées de fonds ◆ événements de lancement
Planning de réalisation	Début de l'action : juillet 2008 Finalisation de l'action : décembre 2009
Ressources humaines	Chargé de communication : 200 h
Budget	40 000 euros
Partenariat interne	Présidence, Fondation de l'Université de Strasbourg
Partenariat externe	Agence de communication - graphistes
Évaluation	Retours financiers
Proposition du bureau restreint	Prise en charge du budget par la fondation
Décision à prendre par le comité de pilotage	Validation de la proposition du bureau restreint

Fiche – action n° 20 : Magazine Université de Strasbourg

Axe de communication : interne et externe

Objectif principal	Faire connaître l'actualité interdisciplinaire de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Publication magazine Université de Strasbourg
Objectif(s) secondaire(s)	Favoriser la connaissance mutuelle
Public(s) cible(s)	Personnels et partenaires externes
Description de l'action	<p>Il s'agit de faire évoluer le magazine trimestriel en deux temps pour garantir l'information des personnels et des partenaires et conserver les avantages liés à l'obtention du numéro de commission paritaire depuis 2000 (économie de 7500 euros par numéro publié)</p> <p>Première phase Changement à minima du magazine : modification du titre en référence à l'Université de Strasbourg, élargissement des sujets à l'ensemble des disciplines, élargissement de la diffusion pour l'envoi du magazine à l'ensemble du personnel et des partenaires des 3 universités constituant l'Université de Strasbourg.</p> <p>Deuxième phase Mise en place d'un comité éditorial pour la création d'une nouvelle formule et lancement de cette publication en janvier 2010.</p>
Planning de réalisation	<p>1^{re} phase : Modification de la publication à minima Changement du titre, élargissements des sujets, élargissement de la diffusion (de 10 000 à 15 000 exemplaires) Début de l'action : septembre 2008 Réalisation 4 numéros 15 sept - décembre 2008 / parution : janvier 2009 15 janvier - mars 2009 / parution : avril 2009 15 mars – juin 2009 / parution : juillet 2009 15 juin – fin septembre 2009 : octobre 2009 Finalisation de l'action : octobre 2009 Date d'évaluation : décembre 2009</p> <p>2^e phase : Mise en place d'une nouvelle formule Début de l'action : mars 2009 Finalisation du cahier des charges : avril 2009 Validation du cahier des charges : mai 2009 Consultation – mise en concurrence : juin-septembre 2009 Réalisation : octobre – décembre 2009 Date d'évaluation : octobre 2010</p>

Ressources humaines	Chargé de communication : 240 h Assistant de communication : 180 h Pigistes : 6 pigistes
Budget	2008 : 15 000 euros 2009 : 80 000 euros 1 ^{re} phase > 53 700 euros 2 ^e phase > 26 300 euros (Magazine nouvelle formule et Appel d'offre graphique) Budget pour un numéro de l'Université de Strasbourg : 18 000 euros Piges : 4000 euros Mise en page : 4 200 euros Impression : 5 400 euros Routage : 1 300 euros Affranchissement : 3 000 euros
Partenariat interne	Tous services, composantes et unités de recherche
Partenariat externe	Pigistes professionnels
Évaluation	Enquête
Proposition du bureau restreint	Validation de l'action et du budget
Décision à prendre par le comité de pilotage	Aucune : validation de l'action et du budget par le bureau restreint

Fiche – action n° 21 : Actions presse locale et nationale : création et animation d'un réseau

Axe de communication : externe

Objectif principal	Faire connaître l'actualité interdisciplinaire de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Actions presse locale et nationale : création et animation d'un réseau
Objectif opérationnel	Faire remonter efficacement l'actualité universitaire recherche, formation, culture dans la presse
Objectif(s) secondaire(s)	Travailler la notoriété de l'Université
Public(s) cible(s)	grand public via la presse
Description de l'action	<ul style="list-style-type: none"> ◆ créer un réseau de journalistes ◆ créer un rendez-vous trimestriel avec eux ◆ créer un réseau d'informateurs en interne pour donner des infos aux journalistes
Planning de réalisation	Action à long terme
Ressources humaines	Chargé de communication : 250 h Assistant de communication : 723 h Attachée de presse recherche : 1200 h
Budget	1300 € de frais divers
Partenariat interne	Réseau d'informateurs
Partenariat externe	Presse locale/correspondants locaux des journaux nationaux
Évaluation	Quantité et qualité des relations presse
Proposition du bureau restreint	Validation de l'action et du budget
Décision à prendre par le comité de pilotage	Aucune : validation de l'action et du budget par le bureau restreint

Fiche – action n° 22 : Développement d'une politique de relations presse en direction des médias internationaux

Axe de communication : externe

Objectif principal	Faire connaître l'actualité interdisciplinaire de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Développement d'une politique de relations presse en direction des médias internationaux
Objectif opérationnel	Faire connaître l'université de Strasbourg, ses formations, sa recherche, ses possibilités d'accueil d'étudiants à l'international
Objectif(s) secondaire(s)	Travailler la notoriété de l'Université à l'international Réussir le lancement de l'Université de Strasbourg dans la presse internationale
Public(s) cible(s)	Grand public et décideurs internationaux (pays cibles à affiner avec le SRI)
Description de l'action	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Identifier des médias internationaux porteurs ◆ Identifier des journalistes cibles dans ces médias ◆ Développer une politique d'informations triées dans leur direction
Planning de réalisation	<p>Si externalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Septembre 2008 : Définition des événements à communiquer et des cibles. Rédaction du cahier des charges ◆ Octobre 2008 : lancement appel d'offre ◆ Novembre 2008 : choix du prestataire et élaboration du planning de réalisation <p>Ou recrutement de 2 attachés de presse bilingue</p>
Ressources humaines	<p>Chargé de communication : 50 h</p> <p>Attaché de presse recherche : 247 h</p> <p>2 attachés de presse bilingues (anglophone/germanophone) à plein temps (si choix option 2)</p>
Budget	<p>Option 1 : Externalisation (rédaction, diffusion, et relance de 8 communiqués de presse par an + d'autres prestations moindres, liées aux relations presse) : 34 000 €</p> <p>Option 2 : Recrutement de 2 attachés de presse bilingues : 76800 € 1500 € de frais divers (voyages, abonnements journaux étrangers...)</p>
Partenariat interne	Service des relations internationales
Partenariat externe	Institutions régionales et nationales d'aide au développement international (Région Alsace, Edufrance, etc...)
Évaluation	Quantité et qualité des retombées dans la presse internationale
Proposition du bureau restreint	Le bureau restreint recommande l'option 2 mais pour 1 seul recrutement
Décision à prendre par le comité de pilotage	Validation de la proposition du bureau restreint de recruter <u>un</u> attaché de presse bilingue dès octobre 2008

Fiche – action n° 23 : Iconographie

Axe de communication : interne et externe

Objectif principal	Transversal : Accompagner l'ensemble des actions de communication par la production de photographies de qualité afin de garantir l'image de l'Université de Strasbourg
Intitulé de l'action	Réalisation de reportages photographiques (argentique et numérique) pour les événements et productions éditoriales et multimedia du Service de la communication et des différentes composantes de l'université dans le respect des délais. Finition et retouche des images Mise en place d'une photothèque <u>en ligne</u> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Réalisation d'un inventaire complet du fonds photographique réalisé depuis 1998 et classement des images par composantes ◆ Choix les images à numériser et engager la numérisation du fonds ◆ Réalisation d'un reportage de fond par an
Objectif(s) secondaire(s)	Accompagner l'ensemble des actions de communication par la production de photographies de qualité
Public(s) cible(s)	Personnels et partenaires externes
Description de l'action	> Programme de reportages thématiques : étudiants, formation, recherche, culture > Couverture des événements > Réalisation des photographies spécifiques pour le magazine de l'Uds, les éditions, le site web institutionnel > Prises de vues pour le compte des composantes
Planning de réalisation	Début de l'action : juillet 2008 Finalisation de l'action : décembre 2009
Ressources humaines	Chargé de communication : 50 h Assistant de communication : 10 h Chargée d'événements : 10 h Chargé du projet Savoirs en commun : 10h Photographe temps plein (si choix option 2)
Budget	Option 1 : 45 000 euros (externalisation) Option 2 : 21 600 euros (poste de technicien photographe (6 ^e échelon – indice brut 382)

Partenariat interne	-
Partenariat externe	-
Évaluation	Qualité des images
Décision à prendre par le comité de pilotage	Choix de l'option 1 (externalisation) ou de l'option 2 (recrutement d'un photographe dès octobre 2008)