

Relevé de décisions du Comité de pilotage du 31 janvier 2008

Étaient présents lors de la séance du 31 janvier :

ULP : Alain Beretz, Jean Deroche, Jean-Marc Jeltsch, Sylvie Lefèvre-Dalbin

UMB : Bernard Michon, Michel Deneken, Jacqueline Igersheim, David Peil

URS : Florence Benoît-Rohmer, Dominique D'Ambra, Eric Pimmel, Claudine Wernert

PUES : Robert Loye

IUFM : Jean-Claude Bove, Michel Herr

Inter-U : Anne Goudot

Expert extérieur : Josette Soulas

Président de séance : Florence Benoît-Rohmer

Rapporteurs : Josette Soulas et Anne Goudot

Sommaire :

I. Ordre du jour de la réunion	3
II. Relevé des décisions prises par les Présidents	3
1. Questions diverses	3
a. Comment organiser la campagne d'emplois 2008 ?.....	3
b. Processus de validation des documents relatifs au projet.....	3
c. Organisation du congrès du 26 février	3
d. Mission « Recherche »	4
e. Actions pilotes.....	4
2. Les outils de communication de l'Université de Strasbourg	4
3. Le projet d'établissement commun.....	4
a. Modalités de production du document destiné aux membres des conseils.....	4
b. Points d'arbitrage concernant le document en l'état.....	4
III - Relevé d'information et de discussions.....	5
Annexe : Préparation des outils de communication de l'Université Unique, proposition d'une démarche	6
1. Le projet « Identité Université de Strasbourg »	6
Quel résultat attendu ?	6
A quel moment ?	7
Comment ?	7
2. Le projet « Evénements autour de la naissance de l'Université de Strasbourg »	8
Quels résultats attendus ?	8
Quel calendrier ?	8
Comment ?	8
Rétro-planning	9
3. Un projet « Internet/intranet/ENT ».....	9
Quels résultats ?	9
Quel calendrier ?	10
Comment ?	10
Conclusion.....	10

I. Ordre du jour de la réunion

- ▶ Ouverture de la séance (F. Benoit-Rohmer)
- ▶ Questions diverses et urgentes
- ▶ Proposition d'une démarche pour la réalisation des outils de communication de l'Université de Strasbourg (A. Goudot pour le groupe APcom)
- ▶ Elaboration du projet d'établissement commun
 - ◆ Modalités de finalisation et plan révisé d'après la circulaire de la vague C
 - ◆ Statuts
 - ◆ Collégiums
 - ◆ Actions pilote
 - ◆ Reconfiguration des fonctions de gestion
 - ◆ Projets par chapitres

II. Relevé des décisions prises par les Présidents

1. Questions diverses

a. Comment organiser la campagne d'emplois 2008 ?

Faut-il l'engager en même temps pour toutes les universités ? Comment aborder la question de la masse salariale ? Dans le cadre de leurs missions, Jean Déroche, ses collègues secrétaires généraux et Josette Soulas, présenteront aux Présidents pour le 15 février une étude détaillée sur les modalités à mettre en œuvre pour que la campagne de recrutement et les opérations relatives à la gestion des carrières des enseignants chercheurs et des personnels BIATOS soient réalisées sans régression en 2008-2009.

b. Processus de validation des documents relatifs au projet

Compte tenu du volume de ces documents, les Présidents se réservent de valider les documents les plus importants (comme les relevés de décision du CP), et délèguent à un VP ou à l'équipe projet la validation de documents intermédiaires (ex : CR du groupe Organisation et Gouvernance)

c. Organisation du congrès du 26 février

Les Présidents adoptent l'organisation suivante :

- ▶ L'ensemble des conseils des trois universités seront accueillis à partir de 15 heures à l'amphithéâtre Carré de Malberg (URS).
- ▶ La séance commencera à 15h30.
- ▶ La séance sera présidée par les trois Présidents et conduite par Florence Benoît Rohmer.
- ▶ Les présidents seront entourés de leurs VP statutaires.
- ▶ Le vote se déroulera à mains levées, sauf demandes contraires expresses
- ▶ La convocation sera commune.

d. Mission « Recherche »

Les présidents donnent leur accord pour confier à Francis Fischbach une mission d'appui aux responsables des services recherche, dans la réalisation d'un état des lieux des services existants à la disposition des chercheurs, des acteurs qui pilotent la recherche et des services qui en assurent la gestion.

e. Actions pilotes

Pour la validation des actions pilotes, les présidents soulignent qu'il faut distinguer les actions qui sont réellement des actions pilotes des dispositifs qui s'inscrivent dans le cadre de politiques jugées prioritaires par les Présidents et qui figureront dans leur préambule politique (par ex : Europe, Culture, Sciences et Société, Politique des langues...)

2. Les outils de communication de l'Université de Strasbourg

Anne Goudot présente le plan d'action présenté par le service de Communication des Universités de Strasbourg, exposé dans la note donnée en annexe et distribuée au comité de pilotage. Ce plan vise à doter l'Université de Strasbourg des outils de communication de base, et d'un plan de communication pour l'année 2009.

- ▶ Le plan est accepté, mis à part le recours à un prestataire externe pour le projet « Événement autour de la création de l'Université », qui n'est pas retenu. Les Présidents déclarent que la priorité est la création d'un internet Université de Strasbourg. Concernant le recrutement d'un chef de projet multimédia, les secrétaires généraux feront à Anne Goudot des propositions éventuelles de candidatures internes, sur la base d'un profil de poste que fournira celle-ci. Si aucune candidature ne peut être retenue en interne, qui corresponde au profil de poste, un recrutement externe sera opéré.
- ▶ Un point sur le nom de domaine dans l'Université de Strasbourg sera présenté lors du Comité de pilotage du 25 février 2008 par Anne Goudot. Pierre David sera sollicité pour un point sur la question de la téléphonie de la nouvelle université.

3. Le projet d'établissement commun

a. Modalités de production du document destiné aux membres des conseils

- ▶ La mouture du PEC issue de la compilation des chapitres sera, si tout le monde remet sa copie à la cellule de coordination en temps, terminée vendredi soir et transmise aux trois responsables de la relecture et du lissage. S'étant entendus sur l'ordre dans lequel ils allaient travailler, ces derniers devraient être en mesure d'achever le lissage lundi matin.
- ▶ Les Présidents produiront en début de semaine prochaine le préambule politique du projet
- ▶ Les Présidents assureront ensemble la relecture finale dans le courant de la semaine suivante (créneau à définir).
- ▶ La cellule de coordination pourra alors procéder au tirage et à l'acheminement vers les membres des conseils.

b. Points d'arbitrage concernant le document en l'état

Statuts

Le projet soumis aux conseils inclura un chapitre portant sur les principes statutaires.

Sur la base du déterminant que constituent les quatre secteurs de formation, les Présidents s'accordent sur l'application d'une pondération :

Conseil scientifique

- ▶ Enseignants chercheurs : 3 par secteurs ($3 \times 4 = 12$), + 8 répartis au prorata du nombre des enseignants chercheurs par sections de CNU regroupées par secteur.
- ▶ Docteurs : 1 par secteur ($1 \times 4 = 4$), + 4 répartis selon le nombre de docteurs par secteurs

CEVU

- ▶ Enseignants chercheurs : répartition égalitaire entre les différents secteurs soit : $4 \times 4 = 16$
- ▶ Etudiants : au prorata des effectifs inscrits par grands secteurs

Actions pilotes

Le comité de pilotage valide comme actions pilotes les deux propositions dernièrement reçues du groupe Offre de formation :

- ▶ Réussir en Licence
- ▶ Une semaine d'accueil pour tous en L1.

III - Relevé d'information et de discussions

Collégiums

La liste des projets de Collégiums pourra-elle être jointe au dossier PEC transmis au ministère ? Ce dossier pourrait être produit au cours de la négociation. Les Présidents doivent mener les discussions permettant d'aboutir à cette liste.

Offre de formation

Les SCUIO se préparent à fusionner.

Recherche

La finalisation du chapitre est ralentie en raison de la non-production des grandes priorités de recherche par l'ULP. Des discussions ont lieu sur la question suivante : fléchage (BQR, PPF...) ou budget global impliquant un choix de l'Université ?

M. Jeltsch et Eric Pimmel travaillent à une étude sur le SAIC.

Annexe : Préparation des outils de communication de l'Université Unique, proposition d'une démarche

Groupe APcom - Le 30 janvier 2008

Introduction : Objectif de la note

L'Université de Strasbourg, dès sa création au 1^{er} janvier 2009, devra être dotée d'un panel d'outils de communication :

- ◆ contribuant à l'émergence d'une nouvelle identité institutionnelle, matérialisant cette dernière, et la faisant connaître
- ◆ permettant le rayonnement de l'Université de Strasbourg tant aux plans local, national, qu'international, et ceci dès les premiers jours d'existence de la nouvelle université
- ◆ assurant une circulation efficace de l'information interne, de manière à faciliter la connaissance mutuelle et à informer la communauté des nouveaux modes de fonctionnement qui seront progressivement mis en place ainsi que des nouvelles possibilités qui seront offertes

Un atelier du groupe APcom a été consacré à l'identification des outils qui permettraient de répondre à ces objectifs, et à la définition d'une démarche pour progresser dans la mise en place de ces outils. Cette note, qui sera soumise au comité de pilotage le 31 janvier 2008 présente les propositions du groupe APcom résultant de cet atelier. Ces propositions se déclinent en trois projets distincts :

- ◆ Un projet « Identité Université de Strasbourg »
- ◆ Un projet « Internet/intranet/ENT »
- ◆ Un projet « Evénements autour de la naissance de l'Université de Strasbourg »

1. Le projet « Identité Université de Strasbourg »

Quel résultat attendu ?

- ▶ Un nom : « Université de Strasbourg » (validé lors du vote du projet d'établissement commun du 26/02 ?)
- ▶ Une naissance annoncée, par une substitution de plus en plus systématique, de mars 2008 jusqu'au 1^{er} janvier 2009, des trois logos des universités par le logo « Demain l'Université de Strasbourg » et par une campagne de communication conduite de septembre 2008 au 1^{er} janvier 2009.
- ▶ Un message élaboré et diffusé portant sur la spécificité de l'Université de Strasbourg
- ▶ Une identité visuelle : Un logo, une charte graphique et un visuel d'affiches

- ▶ Un déploiement du message et de l'identité visuelle :
 - ◆ En interne : Sur les « murs » de l'Université de Strasbourg, sur les réseaux numériques, sur tous les supports diffusés sur les différents canaux
 - ◆ A l'extérieur de l'Université : dans la cité, sur les sites de tous les partenaires de l'Université de Strasbourg

A quel moment ?

- ▶ Pour bien marquer la naissance de la nouvelle université, le groupe APcom propose de lancer officiellement le déploiement de la charte et du logo à partir du jour de la naissance de la nouvelle université, le 1^{er} janvier 2009.
- ▶ Par contre, la communauté pourrait être activement préparée à la création de l'Université de Strasbourg par une campagne de communication spécifique conduite de septembre à décembre 2008.
- ▶ Un déploiement effectif de la charte et du logo au 1^{er} janvier 2009 supposerait un travail de préparation du déploiement dès septembre 2008 (intégration réalisée sur les différents supports).

Comment ?

Pour atteindre ces résultats, le groupe APcom suggère la démarche suivante :

Des principes

1. Se mettre en capacité de mener à bien un travail lourd de :

- ▶ Planification : en se donnant des dates limites pour le déploiement, en définissant les acteurs à associer à la réflexion (par exemple pour le logo, conviendra-t-il d'organiser un concours interne, d'en passer par une agence de communication, ou bien de lancer un concours externe), en définissant les procédures de validation et les moyens nécessaires (par exemple, la ville pourrait-elle contribuer au financement des actions).
- ▶ Conception
- ▶ Réalisation
- ▶ Validation
- ▶ Eventuellement de communication sur les outils et d'assistance à l'utilisation (par exemple pour les gabarits de charte graphique)

2. Veiller à associer les acteurs en interne pour le choix du logo et de l'identité graphique, parce que l'implication de la communauté universitaire facilitera l'appropriation de cette nouvelle identité visuelle

3. Se donner les moyens d'une démarche professionnelle, compte tenu des enjeux et de l'ampleur de la tâche

La méthode proposée

1. Adopter une démarche de projet, en se donnant le temps de l'étude :

- ▶ Construire un plan d'action précis, en évaluant les moyens nécessaires pour les différents scénarii possibles
- ▶ Présenter aux présidents ces différents scénarii, avec leurs avantages et inconvénients respectifs pour faciliter la prise de décision

- ▶ De manière à avoir un cahier des charges validé pour fin avril, et commencer la mise en œuvre dès le mois de mai.

2. Assurer un pilotage opérationnel interne par un des chargés de communication du service central (?), en appui sur le service de communication pour la réalisation du projet

3. Recourir à une agence de communication dès le montage du projet, dans un premier temps pour un conseil en communication dans l'élaboration du cahier des charges, puis pour une assistance à la conception et à l'élaboration des outils

4. Associer la communauté en constituant un comité de réflexion avec des membres des trois universités

2. Le projet « Evénements autour de la naissance de l'Université de Strasbourg »

Quels résultats attendus ?

Une inauguration de style académique ? Une série de festivités ? Un festival « in » (parcours fléché Université de Strasbourg dans la ville, fête spéciale logo ?) ? Un festival off ? 3 jours de fête ? Une fête des étudiants ? ...

Quel calendrier ?

Apporter des réponses pertinentes à ces questions implique :

- ▶ D'identifier les scénarii possibles avec les coûts correspondants
- ▶ D'associer divers acteurs en interne (étudiants, EUCOR, ...)
- ▶ De bénéficier du conseil d'un professionnel de la communication et d'un professionnel de l'organisation d'événements (l'expérience en interne n'est pas suffisante compte tenu de l'envergure de l'événement à marquer : la création d'une nouvelle université)

Comment ?

Une démarche globalement identique à celle du projet « Identité Université de Strasbourg » est proposée par le groupe APcom pour progresser dans l'organisation d'événements autour de la création de l'Université de Strasbourg :

1. Une démarche par projets avec :

- ▶ La construction d'un plan d'action précis avec l'évaluation des coûts des différents scénarii identifiés
- ▶ La présentation aux présidents de ce plan d'action le 21 avril, pour la définition du cahier des charges avant fin mai.
- ▶ La préparation de juin à décembre 2008.

2. Un pilotage interne, par Caroline Laplane et Agnès Villanueva

3. Le recours à une agence de communication pour l'élaboration du cahier des charges, puis à une agence d'organisation d'événements pour la préparation et l'organisation.

4. Une participation active du service de communication pour la mise en œuvre.

5. Une contribution de la communauté universitaire au travers d'un comité de réflexion rassemblant des membres des trois universités (voir en Annexe la proposition de composition de ce comité)

Rétro-planning

- ▶ Appel d'offre lancé le 1^{er} février, sur un cahier des charges élaboré par le service de communication (C. Laplane), validé par les secrétaires généraux
- ▶ Fin février : Définition des scénarii possibles par le comité de réflexion, avec la participation de l'agence de communication
- ▶ Mars-avril : élaboration du programme et du cahier des charges
- ▶ 21 avril : présentation au comité de pilotage
- ▶ Mai : début de la préparation

3. Un projet « Internet/intranet/ENT »

Site internet, site intranet et ENT sont des outils clés, en ce qu'ils apportent des réponses aux trois objectifs poursuivis pour la communication pendant les premiers mois de mise en place de l'Université de Strasbourg :

- ▶ Contribuer à l'émergence d'une nouvelle identité institutionnelle, la matérialiser et la faire connaître
- ▶ Permettre le rayonnement à l'extérieur dès les premiers jours d'existence de la nouvelle université (zéro régression)
- ▶ Assurer une circulation efficace de l'information interne de manière à faciliter la connaissance mutuelle et à informer la communauté des nouveaux modes de fonctionnement qui seront progressivement mis en place (et des nouvelles possibilités offertes)

Quels résultats ?

Les résultats suivants pourraient être attendus, dans le cadre défini par ces objectifs :

Site internet

- ▶ Une forte visibilité sur le net, forgeant l'image de l'Université de Strasbourg à l'international
- ▶ Un accès facile, pour les publics cibles de l'Université (Partenaires, Futurs étudiants, Entreprises), aux « bons » guichets
- ▶ L'illustration, par le site Web, de la nouvelle structuration de l'Université (et par là-même, vecteur de création d'identité)

Espace numérique interne (intranet/ENT)

- ▶ La mise à disposition efficace de l'information en interne, tant générale que ciblée (composantes, directions, étudiants, services, enseignants-chercheurs)
- ▶ La mise à disposition d'espaces de dialogues et d'échanges internes
- ▶ La mise à disposition d'outils d'appui aux missions de l'Université (par exemple des bases de données de ressources, des outils d'aide à la publication numérique, des outils de gestion de projet, etc)

Une cohérence de l'ensemble « internet/intranet/ENT »

- ▶ Dans les modes d'accès
- ▶ Dans les déclinaisons
- ▶ Avec la redondance minimale acceptable

Une connaissance de ces outils par toute la communauté universitaire

Quel calendrier ?

- ▶ Compte tenu des objectifs, l'Université de Strasbourg devrait disposer de son propre site internet et de son environnement numérique au 1^{er} janvier 2009.
- ▶ L'environnement numérique interne (intranet/ENT) devrait être prêt dès septembre 2008 pour permettre un basculement progressif des différents espaces vers ce nouvel espace Université de Strasbourg.

Comment ?

Par une méthode rigoureuse

- ▶ Une démarche projet
- ▶ Associant, dans un travail en partenariat, le service de communication (en particulier les webmestres), les services informatiques, les services communiquant au travers de ces outils (Scolarité, Relations internationales, SCIO, etc)
- ▶ L'élaboration d'un cahier des charges, au travers :
 - ◆ D'une étude de besoins menée en concertation avec les acteurs concernés (voir ci-dessus) et incluant un état des lieux des outils existants (avantages/inconvénients des outils par rapport aux objectifs fixés)
 - ◆ D'une analyse des réponses possibles, avec les coûts, les avantages et les inconvénients correspondants, pour permettre un choix éclairé des politiques (par exemple sur le recours éventuel à un prestataire extérieur)

Par des moyens appropriés

- ▶ Un chef de projet à plein temps :
 - ◆ Polyvalent : compétences sur les usages (ergonomie, accessibilité, etc), la communication, la dimension technique du développement multimédia
 - ◆ Neutre : recruté à l'extérieur pour la durée de la conduite du projet (2ans), travaillant à l'interface entre les différents services, les usagers et les politiques
- ▶ En appui sur une équipe délocalisée : webmestres du service de communication, un chargé de communication référent, un informaticien référent
- ▶ Affecté à la cellule de coordination pour faciliter le caractère interuniversitaire et inter-service du projet
- ▶ Suivi par un VP référent
- ▶ Rendant compte de ses travaux au comité de pilotage

Conclusion

Cette démarche, au travers de la conduite de projets distincts, conduirait les trois universités à se doter d'un plan d'action (au travers de cahiers des charges, de programmes, de dossiers de projet) bien définis à la fin du mois d'avril, se donnant ainsi presque six mois pour la réalisation des divers outils de communication de l'Université de Strasbourg.

Elle implique un investissement significatif des trois universités dans la préparation et la réalisation des outils et du plan de communication de la future Université unique, à la mesure des besoins importants en communication engendrés par le processus de fusion, et des enjeux de renforcement du positionnement international du site universitaire de Strasbourg : le recrutement d'un chef de projet

multimédia, le recours à une ou des agences de communication et à une agence d'organisation d'événements. Elle implique également un soutien politique à la conduite de ces projets, pour faciliter notamment la collaboration des différents services concernés. Par ailleurs, le renforcement du service de communication regroupé devrait être reconsidéré, la perte d'effectifs (4 postes perdus en 6 mois) rendant difficile aujourd'hui la conduite des missions qui s'accumulent sur les personnels (montage du projet de réorganisation, poursuite des activités courantes de communication pour chacune des trois universités, contribution à la communication du projet Demain l'Université de Strasbourg, et participation à la mise en place des outils de communication de l'Université de Strasbourg).