- Automne 2008-janvier et février 2009
  - 1 se donner les moyens de définir le "message pertinent" et d'analyser les cibles à toucher, pour chaque activité de changement qui est conduite
    - Un plan de communication par projet
      - Elaboré avec le chef de projet, avec le conseil par la cellule de coordination
      - Mis en oeuvre par le service de com
  - 2 Faciliter l'adhésion : en se donnant les moyens d'une participation plus large de la communauté
    - Une stratégie de concertation, visible et sur laquelle on communique
      - Par l'organisation d'événements de concertation, ciblés
        - En appui sur les instances existantes
          - 3 CA
          - 3 CS
          - 3 CEVU
          - 3 CTP
        - Au travers de séminaires dédiés
          - Séminaire mensuel élus du personnel
            - Cible : élus du personnel
            - Objectif : faire le point sur l'état d'avancement du projet et l'impact pour les personnels
          - Séminaire mensuel des directeurs de composantes
            - Cibles : directeurs de composantes
            - Objectif : associer les directeurs de composantes à la réflexion sur les projets qui impactent les composantes (fonctionnement, articulation sur l'administration centrale)
          - Séminaires Conduite de projets UdS
            - Cible : chefs de projet et équipes projet
            - Objectif : Permettre l'échange entre les chefs de projets, faire circuler l'info sur l'avancement des projets, former à la conduite de projet
          - 2 séminaires partenariats-environnement
            - Objectif :
              1. Tenir les partenairs locaux informés de l'état d'avancement du projet.
              2. Initier avec eux des partenariats sur les aspects du projet qui s'y prêtent (par exemple la communication)
      - En préparant ces événements comme des actions de communication
        - Tenir un argumentaire mis à jour en support de l'animation de ces réunions, nourri et Validé en bureau restreint à disposition sur le site intranet
          - décliné sur les différents types d'acteurs
          - Difficultés/solutions apportées
          - actualité du projet
        - Avoir un jeu de diapos présentant l'état courant du projet, avec des diapos pour chaque projet critique (en mettant les chefs de projets à contribution)
      - Travailler la visibilité et la communication sur la concertation
        - Faire apparaître la concertation comme "une ligne à part entière" du macro-planning
        - En ayant une rubrique "Concertation sur le site intranet"
        - En ayant une rubrique "Concertation dans la lettre d'info"
          - donnant les dates
      - Forum de discussion sur le site intranet
        - modéré par les VPs communication qui répondent aux questions
  - 3 Faciliter le "basculement" identitaire
    - Aider la communauté à se projeter dans ce que sera la nouvelle université
      - Une communication interne sur la cible " ce que sera demain la nouvelle université", concrètement
        - Solliciter chaque chef de projet pour produire une demi-page sur "la cible (à court et moyen terme)
        - Avoir une rubrique "Quelle cible pour demain" dans la lettre d'info
        - donner le feu vert pour le supplément ORS sur l'université de Strasbourg
    - que la nouvelle université soit prioritairement visible, partout où c'est possible
      - Une visibilité maximale du projet sur les sites de chacune des universités
        - élargir la part faite au projet sur chaque site
        - réunion des webmasters et stratégie commune
      - Activer au maximum la diffusion de brèves sur le projet 1 brève par jour
  - 4 Utiliser la com externe comme levier de communication interne (montrer l'intérêt que le projet suscite ailleurs)
    - Relayer à l'externe la dimension exemplaire du processus de fusion
    - s'appuyer sur les partenaires locaux : un plan de com externe en partenariat
      - avoir un chargé de mission dédié
  - 5 Se donner les moyens dès janvier de bien faire circuler l'information
    - conduire une expertise à échéance de décembre 2008
      - stagiaire?
    - Tracer la typologie des canaux existants
      - sur les canaux d'information existants dans les trois universités
      - sur la nature de l'information amenée à circuler
      - sur les lieux d'émission
      - sur les médias existants de circulation de l'information
      - sur les cibles
      - en s'interrogeant sur l'efficacité
    - Définir une typologie cible des canaux d'information, en fonction des besoins de la nouvelle université (identifiés grâce aux projets en cours)
    - Définir un plan d'action pour améliorer la circulation de l'info sur les 4 prochaines années du quadriennal