

Projet IDEX

Université Grenoble Alpes

- Rappel du calendrier
- Retour du jury
- Dossier de soumission – la forme
- Dossier de soumission – le contenu
- Trajectoire

- Dossier de soumission : 22 octobre 2015
- Oral : semaine du 18 janvier 2016

Les 12 critères d'évaluation

Synthèse d'évaluation			Grade
Stratégies: recherche, formation, ouverture et partenariats	Recherche	1. Puissance et intensité scientifique	A
		2. Qualité et crédibilité de l'ambition scientifique	A
	Formation	3. Attractivité et cohérence de l'offre de formation	A
		4. Formation : ambition et innovation	A
	Ouverture et partenariats	5. Partenariats économiques, valorisation et transfert	A
		6. Politique internationale et européenne	B
Gouvernance, pilotage and moyens	Gouvernance	7. Gouvernance actuelle	B
		8. Gouvernance: transformation et structuration à 4 et 10 ans	B
	Pilotage	9. Qualité de la trajectoire, de la programmation et des jalons associés	B
		10. Efficacité des procédures et maîtrise de la gestion	B
	Moyens	11. Qualité des modes d'allocation des ressources	B
		12. Ambition et dynamisme de la politique des ressources humaines (HR)	B

Présélection du projet UGA

Appréciation générale du projet

Proposition très prometteuse construite sur l'excellence scientifique et un engagement pour l'innovation avec des liens étroits avec les entreprises et la région. Des progrès considérables ont été accomplis en vue de construire une université de rang mondial.

Proposition de présélection	IDEX
Principaux points forts du projet : - Très fort potentiel scientifique. - Fort engagement en faveur de l'innovation et du transfert technologique avec des liens établis aussi bien avec les entreprises qu'avec la région. - Les contributions des collectivités locales montrent leur engagement. - Conception passionnante et convaincante de synergies enseignement/recherche.	
Principaux points faibles du projet : - Une visibilité internationale pas à la hauteur de l'excellence scientifique. - La gouvernance manque de détails. - La politique des ressources humaines doit être plus développée et renforcée.	

3 projets retenus sur
7 (Lille, Nice,
Grenoble)

Recommandation en
Isite (Montpellier,
Lorraine)

Axes d'amélioration – modifications nécessaires :

- Un plan stratégique clair pour améliorer la visibilité internationale devrait être élaboré.
- En s'appuyant sur les progrès déjà réalisés en matière de gouvernance, un engagement continu doit être démontré par la mise en œuvre d'une feuille de route chronologiquement détaillée.
- En tenant compte des résultats déjà obtenus en matière d'innovation, envisager une approche systémique de l'innovation.

- 25 pages, trois parties :
 1. Réponses aux remarques du jury
 2. Réponses aux demandes adressées à tous les projets
 1. Structure du groupement
 2. Projets lauréats du PIA
 3. Forces et Faiblesses
 4. Partenariats socio-économiques
 - 4.1 Exemples de partenariats
 - 4.2 Évolution des partenariats
 5. Ambition de l'Initiative
 6. Actions
 7. Trajectoire
 8. Ressources humaines
 - 8.1 Politique d'attractivité des talents
 - 8.2 Politique des ressources humaines: définition et mise en œuvre
 9. Principaux engagement
 10. Gouvernance, organisation et pilotage
 3. Partie libre
- 45 pages : dossier de pré-soumission reprenant les 25 pages en anglais et en français (1 mois plus tard)
- Plusieurs tableaux à renseigner

Document delta – partie spécifique

Principaux points faibles et axes d'amélioration ou modifications nécessaires	Document Δ
« Une visibilité internationale pas à la hauteur de l'excellence scientifique. » « Un plan stratégique pour améliorer la visibilité internationale devrait être élaboré. »	Une stratégie de communication pour déployer la marque UGA Démarche pour les classements internationaux Construire le sentiment d'appartenance à UGA des étudiants actuels et futurs Action auprès des partenaires académiques au niveau international
« La gouvernance manque de détails. » « En s'appuyant sur les progrès déjà réalisés en gouvernance, un engagement continu doit être démontré par la mise en œuvre d'une feuille de route chronologiquement détaillée. »	<i>Cf. les diapositives à la fin</i>
« La politique de RH doit être plus développée et renforcée. »	<i>Un argumentaire pour démontrer que le « tenure track » n'est pas ce dont on a besoin</i> <i>Augmenter le nombre de thésards et postdoctorants</i> <i>Soutenir l'indépendance académique au plus tôt dans la carrière</i> <i>Stratégie pour attirer des scientifiques et des personnels de haut niveau en mettant en avant les atouts du site</i>
« En tenant compte des résultats déjà obtenus en matière d'innovation, envisager une approche systémique de l'innovation. »	Des projets recherche structurants et interdisciplinaires dont l'approche est globale et systémique, en lien avec des enjeux socio-économiques mais pas uniquement Une approche globale à l'innovation en articulant les différents instruments de valorisation et créer de la synergie et de la simplification

Document delta – partie spécifique

Principaux points faibles et axes d'amélioration ou modifications nécessaires

Document Δ

Développement des sciences humaines et sociales

Les axes :

- Créations artistiques et littéraires
- Processus cognitifs
- Territoires
- Innovation et marchés

Les actions :

- Implication plus forte des organismes de recherches
- Développement des échanges à l'international
- Encourager les publications dans des journaux reconnus
- Développement de MOOC
- Augmentation des ressources propres
- Une politique RH ambitieuse

« La gouvernance manque de détails. »

« En s'appuyant sur les progrès déjà réalisés en gouvernance, un engagement continu doit être démontré par la mise en œuvre d'une feuille de route chronologiquement détaillée. »

Cf. les diapositives à la fin

« La politique de RH doit être plus développée et renforcée. »

Un argumentaire pour démontrer que le « tenure track » n'est pas ce dont on a besoin

Augmenter le nombre de thésards et postdoctorants

Soutenir l'indépendance académique au plus tôt dans la carrière

Stratégie pour attirer des scientifiques et des personnels de haut niveau en mettant en avant les atouts du site

« En tenant compte des résultats déjà obtenus en matière d'innovation, envisager une approche systémique de l'innovation. »

Des projets recherche structurants et interdisciplinaires dont l'approche est globale est systémique, en lien avec des enjeux socio-économiques mais uniquement

Une approche globale à l'innovation en articulant les différents instruments de valorisation et créer de la synergie et de la simplification

- Dans cette partie, les porteurs ont à fournir plusieurs caractéristiques de l'« Université cible ». Celle-ci doit s'entendre comme l'établissement d'enseignement supérieur et de recherche compétitif - quelle que soit la forme d'organisation choisie - auquel la trajectoire conduit, et qui rassemble, de façon visible à l'international, les forces de recherche et de formation aujourd'hui trop dispersées et trop peu visibles.
- La trajectoire doit montrer comment une université fortement visible à l'international se met en place et se développe.
- Partant du groupement formé de l'ensemble des partenaires du projet, décrire l'émergence / la construction de la structure qui, par transformations, formera à 10 ans l'« Université cible ».
- L'« Université cible » sera caractérisée aux trois jalons suivants: à l'instant initial, au bout de la période probatoire (4 ans), à l'échéance de 10 ans.
-
- *In fine*, la caractérisation de « l'Université cible » doit comprendre : le statut de l'« Université cible » (l'intitulé administratif du type de structure peut suffire), ses membres (s'il y a différents cercles correspondant à différents niveaux d'implication, les expliciter), ses compétences et le degré d'intégration des membres du groupement portant l'Initiative, son mode de gouvernance (instance de décision avec sa composition, mode de prise de décision : majorité, unanimité...). Si l'« Université cible » n'a pas de réalité juridique à l'instant initial de l'Initiative, sa date de création sera précisée.

- Statut :
 - Un EPSCP de plein exercice
 - Avec responsabilités et compétences élargies
- Gouvernance adaptée aux ambitions d'une université de rang mondial qui doit permettre :
 - Une représentation majoritaire des personnels et étudiants
 - Une ouverture au monde socio-économique et culturel
 - Un équilibre disciplinaire, respect des spécificités des communautés scientifiques
 - Une pleine participation des écoles dans le cadre d'UGA-Cible
 - Une implication forte des composantes
 - Une autonomie, responsabilité et subsidiarité à construire avec les communautés selon la structuration de cette université
 - Un partenariat fort avec les organismes de recherche contribuant à la stratégie recherche et sa mise en œuvre
- Réflexion sur les détails de la gouvernance et de la structuration à élaborer avec les communautés d'ici 2018 pour une mise en œuvre en 2020

- UGA-cible en terme de classement et visibilité création 2016
- UGA-cible en terme d'intégration fonctionnelle 2016-2018
- UGA-cible en terme de structuration des composantes, pleine participation des écoles et transformations institutionnelles nécessaires le cas échéant
 - Réflexion 2016-2018
 - Mise en œuvre institutionnelle 2020

- Fil conducteur : Être considéré comme une entité par nos interlocuteurs et en premier lieu :
 - Les étudiants
 - À l'international
 - Les partenaires socio-économiques
- Les dimensions :
 - Identité = UGA
 - La visibilité, la communication et la marque, un système de marque = UGA+ déclinaisons
 - Les relations internationales
 - La recherche, la valorisation et la formation
 - La vie étudiante
 - La politique RH

- Loi 2013 :
 - Communauté d'établissements
 - Université fusionnée
 - Conventions
- Des combinaisons
- Aucun schéma ne répond aujourd'hui aux principes ci-dessus sans dérogation

ELEMENTS DU CONTRAT IDEX

- *UGA-Cible porte l'Idex.*
- *UGA-cible porte le contrat de site.*
- *UGA-cible permet une coordination et une implication multilatérale avec les organismes de recherche.*
- *L'évaluation HCERES d'établissement est intégrée sur le périmètre d'UGA-cible.*
- *L'identité principale est UGA-Cible.*
- *Une stratégie de communication unique est définie pour UGA-Cible et ses composantes*
- *Un système de marques est établi. « Université Grenoble Alpes » est la marque principale portée par UGA-cible et ses composantes. Les marques des composantes sont développées en leur adjoignant la marque « Université Grenoble Alpes ». Ce système de marque est décliné sur tous les supports de communication internes et externes (dont sites web).*
- *Tous les personnels et étudiants ont une adresse email de la forme @univ-grenoble-alpes.fr.*
- *La représentation institutionnelle suit la structure cible. Les composantes représentent UGA-Cible sur leurs champs de compétences.*
- *UGA est seule classée dans les classements internationaux généraux (dont ARWU, THE, QS).*
- *Les composantes apparaissent dans les classements spécifiques, en respectant la stratégie de marque.*
- *Une stratégie internationale unique est élaborée par UGA-Cible avec ses composantes et les organismes partenaires.*
- *Les accords internationaux majeurs de site sont signés par UGA-cible et la mise en œuvre fait appel à une délégation adéquate. UGA-cible devra être mentionné dans tous les accords.*
- *Les composantes sont autonomes dans la définition de l'offre de formation dans un cadre stratégique co-défini avec UGA-Cible.*
- *UGA-cible confie à ses composantes l'inscription des étudiants.*
- *La stratégie de vie étudiante et les services étudiants sont uniques. Cette stratégie doit développer le sentiment d'appartenance à UGA-Cible et à ses composantes.*
- *UGA-Cible se dote d'une stratégie en matière de politique d'emploi pour mettre en œuvre sa politique scientifique. Les pôles de recherche et les composantes concernées pour les postes d'enseignant-chercheur, de chercheurs et de personnels techniques et administratifs préparent la stratégie à soumettre aux conseils concernés.*

- *CUGA porte l'Idex.*
- *Une stratégie de communication unique est définie sur le périmètre de l'Idex.*
- *Un système de marques est établi : « Université Grenoble Alpes » est la marque portée par les partenaires de l'Idex. Les marques des partenaires de l'Idex et des composantes sont développées en leur adjoignant la marque « Université Grenoble Alpes ». Ce système de marques est décliné sur tous les supports de communication internes et externes (dont sites web).*
- *Tous les personnels et étudiants ont une adresse email de la forme @univ-grenoble-alpes.fr.*
- *La représentation du périmètre Idex est assurée par le porteur de l'Idex.*
- *Les partenaires de l'Idex et leurs composantes représentent le collectif de l'Idex sur leurs champs de compétences.*
- *UGA est seule classée dans les classements internationaux généraux (dont ARWU, THE, QS).*
- *Les partenaires de l'Idex et leurs composantes apparaissent dans les classements spécifiques, en respectant la stratégie de marque.*
- *Une stratégie internationale unique sur le périmètre Idex est élaborée avec les partenaires de l'Idex et composantes.*
- *Les accords internationaux majeurs de site sont signés par CUGA et la mise en œuvre fait appel à une délégation adéquate.*
- *La stratégie globale de formation est élaborée dans le cadre de CUGA.*
- *Toutes les mentions de master sont portées conjointement par les partenaires de l'Idex concernés.*
- *La marque « Université Grenoble Alpes » est apposée sur la carte d'étudiant et tous les diplômes délivrés par un partenaire de l'Idex.*
- *La stratégie de vie étudiante est commune et les services étudiants sont uniques. Cette stratégie doit développer le sentiment d'appartenance à UGA-Cible et à ses composantes.*
- *La stratégie globale de recherche est définie dans le cadre de CUGA.*
- *Toutes les publications des personnels du périmètre Idex sont signées « Univ. Grenoble Alpes » en premier. Cette signature se substitue à la mention des établissements de l'ES partenaires de l'Idex.*
- *Il existe une stratégie collective et unique en matière de politique d'emploi des partenaires de l'Idex pour mettre en œuvre la politique scientifique du site. Les pôles de recherche et les composantes concernées pour les postes d'enseignant-chercheur, de chercheurs et de personnels techniques et administratifs préparent la stratégie à soumettre aux conseils concernés.*
- *Une politique commune pour l'attractivité en matière de ressources humaines est définie.*
- *Les personnels ont une carte d'usager commune qui donne accès à des services communs (restauration, activités culturelles et sportives, accès aux ressources documentaires.....).*
- *La stratégie patrimoine et les projets opérationnels stratégiques du site sont élaborés par CUGA, en concertation avec ses membres et les partenaires de l'Idex.*
- *La stratégie numérique du site est définie et mise en œuvre par CUGA, ses membres et les partenaires de l'Idex.*
- *Une politique d'achats commune est définie.*