

emlyon alumni

Assemblée Générale

16/03/2023

em
lyon
business
school

 early makers
since 1872





Agenda

Renouvellement du Conseil d'Administration

- Rappel de la méthodologie
- Taux de participation
- Résultats

Allocution de bienvenue aux nouveaux administrateurs

Bilan de l'activité et plan d'actions

Méthodologie

Commission d'Investiture

Composée de :

- Anne-Sophie Bouy
- François Rod
- Isabelle Darlow
- Jean-Marc Doucet
- Marc Thiollier

Chaque candidat a été rencontré par un binôme de la commission d'investiture pour valider avec lui sa motivation et sa disponibilité

Règles pour être élus :

- Les élus sont choisis **alternativement** dans le classement des hommes et des femmes afin de favoriser la parité, dans la limite du nombre de postes ouverts
- Il faut avoir recueilli **25% des voix** de son collège
 - 159 voix pour le collège Ile de France
 - 155 voix pour le collège Régions
 - 153 voix pour le collège International
- Si le seul homme ou la seule femme n'a pas recueilli 25% des voix de son collège, il ou elle n'est pas élu et le choix se porte ensuite sur le candidat du sexe opposé sous réserve qu'il ait obtenu 25% des voix

Taux de Participation

663 votants sur au moins un des 3 collèges
32 n'ont pas voté pour les 3 collèges

	Collège Ile de France	Collège Régions	Collège International
Electeurs	23987	23987	23987
Votants en ligne	631	615	609
Votants par courrier	3	3	3
Total des votants	634	618	612
Seuil des 25%	159	155	153

Les promos 2019, 2020 et 2021 représentent 18% des votants

Les promos 2010 à 2018 représentent 26% des votants

Les promos 2000 à 2009 représentent 16% des votants

Les promos 1990 à 1999 représentent 23% des votants

Les promos 1980 à 1989 représentent 14% des votants

Les promos 1960 à 1979 représentent 4% des votants

16 candidats sur 3 collèges

Ile de France : 2 élus au total		Régions : 3 élus au total		International : 2 élus au total	
Hommes					
AH1 Bruce Roch	PGE 1996	BH1 Duncan Bocé	PGM 2021	CH1 Jérôme Caille	PGE 1989
		BH2 Victor Bouin	PGE 2017	CH2 Frédéric Pergola	PGE 2006
		BH3 Sébastien Dufour	PGE 1998		
		BH4 Vincent Leroux	MBA 2004		
		BH5 Marc-Emilien PONCET	PGE 2021		
Femmes					
AF1 Sylvie Gomes	MBA 2019	BF1 Soumya Loughreit	PGM 2019	CF1 Danni Geng	PGM 2012
AF2 Josette Michaud/Pagliano	MBA 1980			CF2 Céline Veyrenche	PGE 2000
AF3 Manon Pichereau	PGE 2019			CF3 Brigitte Zeller	PGE 1981
AF4 Dounia Zellou	PGE 2014				

Résultats du Vote :

Collège Ile-de-France

Elus :

Bruce Roch

Sylvie Gomes

Inscrits						23987
Votants en ligne						631
Votants par courrier						2
Total des Votants						633
Seuil des 25%						158,3
<u>Candidats Ile-de-France</u>	<u>ID</u>	<u>Cor</u>	<u>OL</u>	<u>Total</u>	<u>Rg</u>	<u>%</u>
Bruce Roch	AH1	2	289	291		46%
Sylvie Gomes	AF1	1	236	237		37%
Dounia Zellou	AF4		159	159		25%
Josette Michaud/Pagliano	AF2		148	148		23%
Manon Pichereau	AF3	1	122	123		19%
Votes par correspondance refusés :						1

Résultats du Vote :

Collège

Régions

Elus :

Sébastien Dufour

Soumya Loughreit

Vincent Leroux

Inscrits				23987		
Votants en ligne				615		
Votants par courrier				2		
Total des Votants				617		
Seuil des 25%				154,3		
<u>Candidats Régions</u>	<u>ID</u>	<u>Cor</u>	<u>OL</u>	<u>Total</u>	<u>Rg</u>	<u>%</u>
Sébastien Dufour	BH3	2	262	264		43%
Soumya Loughreit	BF1		245	245		40%
Vincent Leroux	BH4	1	225	226		37%
Marc-Emilien Poncet	BH5	1	141	142		23%
Victor Bouin	BH2	1	130	131		21%
Duncan Bocé	BH1		76	76		12%
Votes par correspondance refusés :				1		

Résultats du Vote : Collège International

Elus :
Brigitte Zeller
Jérôme Caille

Inscrits				23987		
Votants en ligne				609		
Votants par courrier				1		
Total des votants				610		
Seuil des 25%				152,5		
<u>Candidats International</u>	<u>ID</u>	<u>Cor</u>	<u>OL</u>	<u>Total</u>	<u>Rg</u>	<u>%</u>
Brigitte Zeller	CF3	1	280	281		46%
Jérôme Caille	CH1	1	226	227		37%
Céline Veyrenche	CF2		218	218		36%
Frédéric Pergola	CH2		129	129		21%
Danni Geng	CF1		105	105		17%
Votes par correspondance refusés :				2		



Agenda

Renouvellement du Conseil d'Administration

- Rappel de la méthodologie
- Taux de participation
- Résultats

Allocution de bienvenue aux nouveaux administrateurs

Bilan de l'activité et plan d'actions



Agenda

Renouvellement du Conseil d'Administration

- Rappel de la méthodologie
- Taux de participation
- Résultats

Allocution de bienvenue aux nouveaux administrateurs

Bilan de l'activité et plan d'actions

Rappel de notre Projet

Tisser des liens entre les alumni emlyon, l'école et notre environnement commun, afin d'accueillir et de faire grandir tout au long de leur vie, une communauté engagée de talents solidaires, pluriels et éclairés, et contribuer au rayonnement d'emlyon dans le monde

Objectifs stratégiques 2021-2024

Personnaliser et démultiplier

- Segmenter les alumni en fonction de leur niveau d'engagement et de leurs besoins
- Proposer une offre différenciée visant un plus grand nombre, dans les régions et à l'international, grâce à la densité géographique et fonctionnelle du réseau et les technologies de communication.

Participer : **20.000**

Engager et partager durablement

- Pour que l'école intègre dans sa pédagogie et sa recherche les pratiques et les problématiques concrètes issues de leur expérience sur le terrain
- Pour aider l'Ecole à recruter de manière sélective les alumni de demain.
- Pour favoriser la solidarité intergénérationnelle
- Pour accompagner le « life long learning » des diplômés (université d'été, accès Recherche...)

Soutenir : **10.000**

Transformer et Innover

- Mieux expliquer les convergences d'intérêt et les synergies entre l'école et son réseau d'alumni.
- Relancer la Fondation pour favoriser l'égalité des chances et la diversité du recrutement
- Mettre en œuvre l'ouverture du capital de l'Ecole aux Alumni dans une démarche bienveillante de soutien non spéculatif

Se mobiliser : **2.000**

Bilan de l'année : de janvier 2022 à avril 2023

Une année marquée par la **reprise d'événements en présentiel** au sein du réseau des alumni mais également par de **nouvelles initiatives destinée à engager les alumni en soutien de leur école** :

- Après un premier pilote réussi, amplification du **programme de mentorat** en collaboration avec les programmes et la Direction de l'Engagement Social et Environnemental : 100 étudiants boursiers suivis majoritairement par des alumni
- Présence notable des alumni à la cérémonie de remise des diplômes « 2021 » en juin 2022 : Intervention et stands
- La **célébration alumni des 150 ans** au Palais de la Mutualité a pour la première fois réuni 1000 diplômés pour découvrir les projets de leur école dans une ambiance pleine d'émotion. Célébration des promos 2019 et 2020 dont la remise des diplômes avait été empêchée par le COVID
- Reprise des **anniversaires de promo** (promo en 3) avec un cadre imposé pour éviter les initiatives désynchronisées des diplômés qui étaient contre-productives en terme d'image
- Lancement du **magazine alumni** « Le Fil », un cahier de 100 pages financé majoritairement par des publiportages et par de la publicité, qui permet d'informer les alumni et nos parties prenantes sur la transformation de leur école, les développements de la recherche et de l'enseignement et bien sûr l'actualité du réseau.
- Mise en œuvre d'une **segmentation comportementale des alumni** pour identifier, reconnaître et valoriser l'engagement des diplômés les plus mobilisés en soutien de leur école
- **Poursuite du chantier de qualité des données** qui passe par le redémarrage des API et le choix d'**une plate-forme plus souple et plus performante**, dont les fonctions correspondront mieux à nos objectifs opérationnels (fundraising, mentorat, Data, Carrières, Evenementiel, etc...)
- Le **renouvellement partiel du Conseil d'Administration de l'Association des Diplômés** (rebaptisé emlyon alumni) lors d'une campagne qui est un vrai test de la sérénité retrouvée du réseau après les élections de 2021.

Bilan intermédiaire de notre impact

	Point de départ	Cible	Au 16/3/2023
Participent	6.000	20.000	12.511
Soutiennent	600	10.000	910
Se mobilisent	800	2.000	863

- **8000** diplômés ont participé à un évènement du réseau depuis 2016, en augmentation de 33%
- **3000** lecteurs actifs (clicks) de notre newsletter en 2022, en augmentation de 40% (environ 10.000 alumni ouvrent la newsletter au moins une fois dans l'année)
- **592** alumni mobilisés pour les oraux d'admission
- **325** diplômés ont aidé à collecter de la Taxe d'Apprentissage
- **152** diplômés sont venus présenter leur entreprise aux Journées Carrière
- **8000** diplômés et **5400** étudiants ont visité la plate-forme alumni depuis le 1/1/2022 dont 4887 diplômés depuis 6 mois et 4000 étudiants

1. Personnaliser et démultiplier

Améliorer le maillage de nos ambassadeurs

en développant des nouveaux relais d'information au sein du réseau des alumni : Ambassadeurs de **Promo** et Ambassadeurs en **Entreprise**. Développer le concept d'alumni²

Segmenter les alumni en fonction de leur niveau d'engagement et de leur besoins

Mettre en place une nouvelle approche centrée sur les besoins et les aspirations des alumni

- Améliorer la segmentation alumni pour mieux **personnaliser la relation** et différencier **l'offre** autour de Personae
- **Valoriser l'engagement** des alumni à travers notre offre et nos programmes de **reconnaissance**
- Intensifier les **actions carrières** qui restent les plus attendues de la part de nos diplômés. Libérer un effectif pour renforcer cette activité
- Concevoir et mettre en œuvre **une offre « Certifiés »** réservée à des certificats prestigieux, pour associer de nouveaux talents à notre réseau. Créer un mini réseau indépendant autour de « La Toile »

S'appuyer sur des outils digitaux capable de démultiplier notre impact

Migration de la plate-forme alumni vers une plate-forme plus **riche** fonctionnellement (mentorat, Fundraising, etc), plus **souple** (modèle de données) et mieux **intégrée** avec les systèmes de l'école (SIS, Arpège, Fondation de France) et les **réseaux sociaux** (LinkedIn, WhatsApp, Facebook). Uniformiser la nomenclature des Identifiants pour **simplifier** les accès de nos alumni à notre offre

2. Engager et Partager durablement

Poursuivre la mobilisation des alumni en soutien du réseau et de leur école par des actions impactantes de communication et d'événements (*friendraising before fundraising*):

- Edition 2 et 3 du **Magazine Alumni**
- Organisation d'une **soirée Alumni à Paris** en Octobre 2023
- Préparation de la Grande **Université d'été 2024** qui a pour objectif de mobiliser les alumni autour de leur école, du nouveau campus et de lancer la première vague de collecte de l'ouverture du Capital aux Alumni
- Organisation du **Tournoi de Golf**, événement autofinancé du Club Immobilier
- **Anniversaire de Promo** en 4 (à combiner avec l'Université d'été le cas échéant)

Favoriser la collaboration et la solidarité intergénérationnelle

Faire connaître les alumni aux étudiants

- Intensifier (et mettre à l'échelle) le **mentorat**
- Augmenter la communication sur les **actions alumni auprès des étudiants** (exemple World Employability Tour)
- Favoriser la **collaboration entre les clubs et les association d'étudiants**.
- Favoriser les actions **verticales** de type Club Media associé à un cours

Nourrir l'enseignement et la recherche avec l'expérience des alumni et la partager auprès du plus grand nombre

Associer les alumni aux cours, études de cas, projets de recherche, conférences & webinars

3. Transformer et Innover

S'associer à la relance de la Fondation et à ses missions autour de l'égalité des chances en apportant la puissance de notre réseau dans ses actions de sensibilisation et de collecte. Assoir notre représentation au sein du Comex de la Fondation

En collaboration avec le Groupe Galileo, **créer les conditions pour que les alumni puissent devenir Sociétaires de leur école** en grand nombre et dans une démarche de soutien non spéculatif, avec une première vague de collecte dès 2024

Reformuler et **actualiser le Comodat pour en faire un guide de la collaboration** entre l'école et ses alumni en prenant en compte la nouvelle structure de l'école et la volonté des alumni de la soutenir dans sa Mission et sa raison d'être. Communiquer sur les apports de ce nouveau comodat.

Continuer à se **benchmarker avec les réseaux d'alumni** d'autres écoles en France et à l'International en prenant en compte l'importance de la stratégie d'hybridation

Plan de route pluri-annuel

