



Les 18 travaux de la Fédération Française des Anciens Elèves LaSalliens

Rédacteur : Aymeric Dezobry

Mail : aymeric.dezobry@gmail.com

Portable : 06.64.71.08.69

Date de création du document : septembre 2018

MAJ : V6 27 novembre 2018

Préambules : les missions évoquées ci-dessous sont le fruit d'observations et d'échanges réalisés aux cours des derniers rassemblements du réseau Lasalle auquel j'ai pu participer (Réunions campus Lasalle, WE fraternités, AMEL, Réunions fédérations, visites d'établissements). Toutes les idées ont été retranscrites, même les plus ambitieuses. L'objectif est maintenant d'échanger avec les membres du réseau Lasalle concernés pour valider leur pertinence et les hiérarchiser.

Nous avons ainsi bien conscience que tout ne pourra se mettre en place simultanément et que les ressources humaines/financières que ces projets demanderont vont pour certains au-delà des capacités actuelles de la fédération.

Une nouvelle dynamique semble se dessiner pour certains établissements qui prennent conscience du rôle que pourraient avoir les alumni dans le fonctionnement et le développement de leur ancienne école. La fédération des anciens élèves nous paraît légitime pour accompagner ce mouvement.

Point important : Nous devons faire attention à ne pas être « intrusifs » dans la vie des établissements. Nous proposons un service, un lien renforcé, une collaboration plus nette avec les associations d'anciens élèves ou établissements s'il n'y a pas d'associations.

Parenthèse sur la notion d'engagement

Que ce soit pour la fédération ou les associations d'anciens du réseau, ces structures sont dépendantes du niveau d'engagement de ses représentants. Un phénomène qui s'accroît quand il n'y a que des bénévoles pour animer ces structures associatives.

Le document mis en annexe 1 de ce document met bien en évidence la mutation que nous constatons sur la notion d'engagement, sur le lien que peut avoir une personne avec une structure morale. Nous en retenons que de nouveaux leviers doivent être activés pour mobiliser les plus jeunes générations dans nos structures.

Ci-dessous la synthèse d'une réflexion que j'ai eue à propos de ce texte avec mon équipe de EDC de Compiègne (Entrepreneurs et dirigeants chrétiens).

- L'engagement, hier, plus automatique, naturel et collectif est désormais différent ; Il a moins d'effet sur le collectif et est plus tourné vers l'engagement personnalisable, à la carte. L'engagement aujourd'hui repose sur une liberté individuelle et conduit à un engagement plus fort (le collectif n'est plus là pour supporter). L'engagement relève du risque. Chacun a une énergie qu'il peut canaliser. Il faut admettre que cela va nous changer. Les grandes institutions sont les premières victimes de cette mutation du changement avec souvent des crises de vocations (ex : l'Armée, l'Eglise, les Coopératives, Associations d'anciens élèves). On s'engage un peu pour soi mais aussi pour les autres.
- Je suis devenu ce que je suis devenu par mes engagements.
- En s'engageant, on témoigne. Et c'est le témoignage qui fait changer le monde.
- L'engagement est aujourd'hui plus instinctif, éphémère et plus intéressé que dans le passé. Pour autant, il est aussi sain. Il faut se préparer à des engagements plus courts. Il faut donc aller chercher l'engagement sur des périodes plus courtes. C'est plus fatiguant en termes de management à cause des cycles plus courts mais peut être plus dynamique.
- L'engagement des salariés dans la durée s'est altéré en même temps que l'entreprise s'est séparée plus facilement de ses employés.
- Avec des collaborateurs de longue date, comment fait-on pour les garder dans une motivation ? Revenir au sens et au bien commun.
- On voit l'engagement quand les gens dépassent leurs objectifs ou font des projets qui n'étaient pas prévus.
- Ceux qui ont des engagements en ont souvent beaucoup et ceux qui n'en ont jamais pris, n'en prendront sans doute jamais : en fait, c'est un entraînement.
- Être engagé, c'est être responsable de ses actes et accepter de prendre des risques.

→ De ces réflexions j'en conclus qu'au niveau de la fédération, nous devons également nous remettre en question sur notre manière d'impliquer les volontaires. C'est la raison pour laquelle j'ai décliné les travaux à effectuer en missions. Nous pourrions ainsi imaginer non plus des mandats d'administrateurs de la fédération basé sur une durée, mais plutôt basé sur une tâche que nous confirions à une personne compétente.

Mission n°1 : Proposer un outil de gestion de base de données qui aiderait les établissements à structurer le lien avec leur réseau d'anciens élèves.

- Proposer un outil de gestion des bases de données
- Proposer une expertise sur l'outil des gestions de bases de données
- Proposer une expertise sur la méthode de collecte des données

Constats: A l'exception des plus gros établissements d'enseignements supérieurs, nous constatons que la plupart des établissements n'ont pas d'outils efficaces pour gérer une base de données de leurs anciens élèves.

Objectifs: répondre au besoin stratégique des établissements et du réseau Lasalle France à rester connecté avec leurs anciens élèves.

Rester connecté pour :

- Communiquer sur l'actualité de l'école auprès des anciens élèves.
- Faire revenir les Alumni dans l'école (moments de convivialités, témoignages auprès des élèves, coaching/mentoring, implication dans les CA/OGEC).
- Solliciter les alumni pour financer des bourses d'études et/ou projets de développement de l'école.

Plan d'action du chargé de mission

- Par l'intermédiaire d'un questionnaire, mesurer les attentes des plus gros établissements du réseau (cibler les établissements campus LaSalle).
- Finaliser les comparaisons des logiciels des outils de gestion de bases de données. Comparer les progiciels (Alumnforce, Netanswer) et les solutions de développement sur mesure (cf. contact alumni Reims).
- Développer une expertise sur les méthodes de collecte des données.
- Rédiger une procédure/boite à outils à destination des établissements.
- Être en assistance des établissements sur l'outil informatique.

Echéances :

Plusieurs établissements recherchent des solutions. Nous préconisons de ne pas tarder à proposer une solution pour ne pas laisser les établissements partir

sur des solutions différentes que nous ne pourrions pas mutualiser à l'échelle nationale (en termes de coûts et de maintenance).

Janvier à juin 2019 : étudier le besoin des établissements, définir le cahier des charges de l'outil, étudier les solutions disponibles sur le marché, choisir l'outil.

Second semestre : livraison et déploiement de l'outil.

Estimation des ressources humaines : 7 heures par semaine

Estimation des ressources financières :

Remarque Campus Lasalle du 26/11/2018 :

- François Brugière (Clermont Ferrand) évoque le besoin de tracer le parcours des anciens élèves pour faire des enquêtes.

- Exemple de Thonon qui fait une enquête auprès des anciens élèves avec 25% de réponse. Cela constitue une base qui permet de faire venir des anciens élèves pour présenter de nouveaux métiers.

Mission n°2 : Faire une étude sur le potentiel de l'outil LinkedIn.

Constat : Les réseaux sociaux se sont imposés face aux annuaires d'anciens élèves des établissements. Parmi tous les réseaux sociaux, LinkedIn semble être le plus pertinent et le plus utilisé pour échanger avec un réseau d'anciens élèves. Les établissements ne pourront jamais rivaliser face à ces outils. L'enjeu est davantage de bien connaître leurs fonctionnalités et savoir les mettre au service de l'animation de son réseau. Ces constats ont été en grande partie réalisés lors du dernier colloque CGE sur les Alumni le 5 juin 2019 (Cf vidéo sur le site de CGE et le compte rendu du colloque en annexe 2).

Objectifs : Développer une expertise sur le potentiel de LinkedIn

Plan d'action :

- Rencontrer un représentant de LinkedIn : balayage des fonctionnalités, études des versions gratuites/payantes/professionnelles, interactions possibles avec un outil de bases de données.
- Etablir une boîte à outils sur LinkedIn dédiée aux établissements.
- Définir également la complémentarité avec Facebook.

Echéances : 2019

Estimation des ressources humaines : à définir

Estimation des ressources financières : à définir

Mission n°3 : Outil de mise en page et diffusion de newsletters

Constats : certains établissements rencontrés ne sont pas équipés d'outils dédiés à la diffusion de newsletters. Un outil qui pourra également servir à la fédération pour l'envoi de sa propre newsletter.

Objectifs : Proposer un outil aux établissements permettant la création, la mise en forme et la diffusion de newsletters. Cet outil sera relié à la base de données des anciens élèves.

Plan d'action :

- Faire un travail de prospection des solutions existantes dans les autres écoles. Voir si les progiciels de gestions de bases de données proposent ce module.
- Mise en place et formation sur le fonctionnement de l'outil.
- Plan de communication pour le proposer aux établissements.
- Animation et suivis de l'utilisation de l'outil.

Echéances : à définir

Estimation des ressources humaines : à définir

Estimation des ressources financières : à définir

Mission n°4 : Plateforme de coaching/Mentoring

Constats : Les jeunes diplômés sont en attente de retours d'expériences de la part de leurs aînés sortis quelques années plus tôt. Dans certaines universités (principalement anglo-saxonnes), les alumni ont accès à des plateformes permettant de mettre en relation un alumni volontaire pour coacher avec un alumni en recherche d'accompagnement. On parle en général de coaching pour un accompagnement sur une courte durée (ex : trouver son 1^{er} emploi). La notion de mentoring est quant à elle utilisée pour un accompagnement sur une plus longue durée (projet de création d'entreprise par exemple).

Objectifs : Mettre à disposition des établissements une plateforme informatique permettant de mettre en relation les alumni. Cet outil pourrait être lié à l'outil de gestion de base de données.

Plan d'action :

- Déterminer à quel niveau met-on les Alumni en relation. Se contente-t-on de mettre en relation des Alumni d'un même établissement ? Relier des Alumni entre établissements ?
- Faire un travail de prospection des solutions existantes dans les autres écoles. Voir si les progiciels de gestions de bases de données proposent ce module.
- Mise en place et formation sur le fonctionnement de l'outil
- Plan de communication pour le proposer aux établissements
- Animation et suivis du fonctionnement de la plateforme

Echéances : à définir

Estimation des ressources humaines : à définir

Estimation des ressources financières : à définir

Remarque Campus Lasalle du 26/11/2018 :

- Voir l'expérience de l'association Frateli (www.frateli.org)
 - Voir Yves Richez qui fait des formations au mentorat
- Remarque de Cécile Clédou-Rebière (St Genès Bordeaux): le mentoring n'improvise pas, et c'est un projet mobilisant qui nécessite de la méthode et des formations.

Mission n°5 : Diffusion des actualités du réseau LaSalle et promotion du charisme Lasallien

Constats : l'entretien avec la chargée de mission de l'ECAM Alumni de Lyon a mis évidence que cette dernière fonctionnait en totale autonomie vis-à-vis du réseau Lasalle. Elle n'éprouve pas de besoins de mutualisation humain ou matériel avec les autres écoles Lasalle. Notons toutefois leur intérêt pour connaître d'avantage le fonctionnement du réseau Lasalle et ses actualités qu'elle pourrait relayer.

Notons que cette action est déjà mise en place au sein de la fédération avec la diffusion 4 fois par an d'une newsletter, un site internet, une page Facebook et un évènement annuel.

Interrogation : visibilité des informations diffusées ? Evaluation de la pertinence de l'information par les lecteurs ?

Objectifs : développer un sentiment d'appartenance des associations d'anciens élèves au réseau Lasalle et rappeler les aspirations de ce dernier.

Plan d'action pour 2019 :

- faire un point sur la visibilité des outils de communication existants (newsletters, site internet, page Facebook).
- Evaluer la pertinence du contenu auprès des lecteurs, définir leurs attentes.
- Mettre en place des outils de mesures de l'audience par supports de communication.
- Nommer un chargé de mission en charge de coordonner la publication des informations (« chemin de fer », animer une équipe de rédacteur, superviser la mise en forme et la diffusion des informations sur les différents canaux). Ce chargé de mission aura également la fonction de coordonner la communication de la fédération avec celles des services Lasalle.

Echéances : courant 2019

Estimation des ressources humaines : à définir.

Estimation des ressources financières : à définir

Mission n°6 : Concours du meilleur projet Lasallien

Constats : la première édition du concours a eu lieu en 2019. Plusieurs établissements ont répondu présents avec 4 dossiers candidats.

Objectifs : détecter au sein du réseau Lasalle des initiatives remarquables et faisant la promotion des valeurs Lasalliennes (engagement, service ; souci du plus pauvre,...).

Plan d'action :

- Révision/ actualisation du cahier des charges.
- Appels à candidatures dans les établissements (Janvier à Juin).
- Collecte des dossiers et communication avec les candidats
- Convocation du Jury en septembre pour élire le meilleur projet.
- Inviter le lauréat aux rencontres Lasalliennes de la fédération en Janvier.

Echéances : Janvier 2019

Estimation des ressources humaines :

Estimation des ressources financières : 500€ premier prix – 300 € deuxième prix.

Mission n°7 : Organisation des Rencontres Lasalliennes

Constats : la fédération organise chaque année (Janvier) une journée rassemblant les représentants des associations d'anciens élèves pour évoquer des sujets allant au-delà de la simple assemblée générale. Une journée qui paraît pertinente et attendue par certaines associations.

Objectifs : Proposer aux associations d'anciens élèves une journée pour faire le bilan des actions menées par la fédération (dont assemblée générale) et échanger sur une thématique qui leur permettra de progresser dans leur fonction d'animateur de réseaux.

Plan d'action :

- Déterminer une date (en général en Janvier)
- Réserver une salle adaptée (en général rue de Sèvres).
- Envoyer un « Save the date » à la rentrée de septembre
- Déterminer le programme de la journée et réserver d'éventuels intervenants.
- Envoyer une invitation aux représentants des associations et les services du réseau Lasalle concernés (Octobre)

Remarques : ont été évoqués deux idées d'interventions pour les rencontres Lasalliennes

- Témoignages des lauréats du concours lasallien de l'année
- Témoignage des participants à la formation annuelle des leaders lasalliens.

Echéances : cf. plan d'action

Estimation des ressources humaines : organisée par le président

Estimation des ressources financières : 250 euros de location de salle + pris en charge partielle des frais de bouche ? + Intervenants ?

Mission n°8 : Formation des leaders LaSalliens de la RELEM

Constats : En novembre 2018 a été lancé un chantier de réflexion au sein de la RELEM sur l'organisation d'une formation des leaders Lasalliens.

Objectifs : identifier et proposer à des élèves ou anciens élèves de chaque pays de la RELEM une formation leur permettant de renforcer leurs connaissances sur le charisme Lasallien.

Plan d'action :

- Poursuivre la construction (contenus, intervenants) de la formation avec Aidan Kilty et les représentants des autres fédérations de la RELEM.
- Identifier une date (prévue au 2nd semestre 2019).
- Identifier dans le réseau France des candidats pour la formation.
- Envoyer les invitations et modalités d'organisation aux participants
- Participation à la formation.
- Après la formation, faire une synthèse avec les participants sur les thèmes abordés et préparer l'intervention pour les rencontres Lasalliennes.

Echéances : 2nd semestre 2019.

Estimation des ressources humaines : organisée par Aymeric au niveau France

Estimation des ressources financières : prise en charge de frais de déplacements ?

Mission n°9 : Organiser des évènements inter-établissement

Constats : La représentante des Alumni de l'ECAM Lyon a exprimé son intérêt pour rencontrer les autres écoles Lasalle de Lyon. L'idée d'organiser des afterworks Lasalliens a été évoquée.

Objectifs : Créer du lien entre les établissements et alumni d'une même région. Et ainsi développer le sentiment d'appartenance au réseau Lasalle.

Plan d'action :

- Faire le point sur le concept des inter-amicales organisées actuellement (nombre, participation, bilan, ...)
- Définir le concept de l'afterwork Lasallien (ou autres idées) et créer une boîte à outils.
- Identifier des villes dans lesquelles il paraît cohérent de créer un lien entre les écoles (cibler les grandes villes).
- Contacter les établissements cibles pour proposer le concept.
- Définir un objectif annuel du nombre de rencontres.
- Animer les établissements concernés pour s'assurer de la tenue des évènements. Si possible s'assurer de la présence d'un membre de la fédération.
- Remonter les informations à communiquer au pôle communication de la fédération.

Echéances : 2019

Estimation des ressources humaines : à définir

Estimation des ressources financières : à définir

Mission n°10 : Participation aux travaux sur le Label Campus Lasalle

Constats : depuis 2017, le président de la Fédération participe aux réunions campus LaSalle. Une participation qui permet d'être au contact de représentants d'établissements et de donner de la visibilité à la fédération. Cela permet également de contribuer à l'éclosion de nouvelles idées autour de la thématique des anciens élèves (exemple : BDEA).

Objectifs : Intégrer les problématiques des anciens élèves dans le label campus LaSalle.

Plan d'action :

- Continuer de participer aux réunions.
- Faire des comptes rendus aux conseils de la fédération.
- Accompagner les établissements dans leur réflexion d'animation du réseau des anciens élèves.
- tester et évaluer la cohérence du concept du BDEA auprès des établissements pilotes.

Echéances : 2019

Estimation des ressources humaines : à définir

Estimation des ressources financières : à définir

Mission n° 11 : Contribuer à l'organisation d'évènements ponctuels

Constats : Un évènement tel que 300 ans mobilise tout le réseau Lasalle. Les anciens élèves ont été sollicités mais la communication sur l'évolution des différents projets manque de fluidité.

Objectifs : Pour tout évènement dans lequel la fédération a un rôle à jouer, nommer un ou des interlocuteurs qui seront en charge de représenter la fédération et être force de proposition pour que les anciens élèves soient bien contributeurs de l'évènement.

Plan d'action :

Echéances : à définir

Estimation des ressources humaines : à définir

Estimation des ressources financières : à définir

Mission n°12 : Recherche de compétences pour les conseils d'administrations /OGEC des établissements.

Constats : L'établissement d'IGNY recherchait un administrateur avec une sensibilité agricole pour intégrer son OGEC. Christine François, sa présidente, s'est rapprochée de la fédération pour trouver des compétences parmi les anciens élèves de l'école d'agriculture Unilasalle Beauvais. Une offre d'engagement a été créée et diffusée. Cela a abouti à la remontée de 4 candidats.

Objectifs : Accompagner des établissements dans leur recherche de compétences pour leur CA/OGEC en sollicitant le réseau des anciens élèves.

Plan d'action :

- Faire un bilan du test réalisé avec IGNU
- Formaliser une proposition d'accompagnement pour les établissements.
- Faire une campagne de communications auprès des présidents d'OGEC/chefs d'établissements.
- Le chargé de mission devra également identifier des ressources humaines pour réaliser l'accompagnement des établissements :
 - Visiter l'établissement en demande d'accompagnement
 - Elaboration de la proposition d'engagement en collaboration avec les représentants de l'établissement.
 - Diffusion de la proposition d'engagement dans le réseau des anciens élèves en ciblant des compétences.
 - Collecter les candidatures
 - Etablir un premier contact avec les candidats et s'assurer de la bonne compréhension de la mission.
 - Fournir à l'établissement un dossier avec le profil de chaque candidat.

Echéances : 2019

Estimation des ressources humaines : à définir

Estimation des ressources financières : à définir

Mission n°13 : Susciter des vocations d'éducateurs chez les anciens élèves.

Constats : Lors de l'AMEL 2018, le thème des vocations a été abordé. A été mis en évidence que les établissements souffraient en majorité d'un manque d'éducateurs. L'hypothèse de solliciter des vocations d'éducateurs au sein du réseau des anciens élèves a été évoquée.

Objectifs : soutenir les établissements dans leur recherche d'éducateurs

Plan d'action :

- En relation avec les services vocation et communication, réfléchir à l'élaboration d'une campagne de communication auprès du réseau des anciens élèves. Cette campagne aurait pour objectif de faire un état de lieu des vocations d'éducateurs en France, des processus de formations et des opportunités d'orientations de carrières pour nos anciens élèves.
- Pour cette campagne de communication, il serait intéressant d'identifier les populations d'anciens (Age, sexe, formation, expériences) susceptibles de répondre favorablement.

Echéances : à définir

Estimation des ressources humaines : à définir

Remarque Campus Lasalle du 26/11/2018 :

Voir pratiques du diocèse de Nanterre évoquées par Raphaëlle Hannezo qui fait du recrutement de prof parmi la population des parents d'élèves.

Reponsable du diocèse : François de Chaillé

A contacter de la part de Raphaëlle Hannezo : Béatrice Roubaud (06.64.43.55.02), assistante RH du diocèse de Nanterre, ancienne assistante de direction de Passy-Buzenval.

Mission n°14: Etudier la possibilité de proposer des missions d'engagements aux élèves ou jeunes anciens élèves.

Constats : De nombreux jeunes partent pour des durées déterminées (6 mois à 2 ans) pour des missions le plus souvent à l'étranger. Des missions en réponse à des jeunes en quête de sens et motivés pour s'engager. Ces missions sont proposées et encadrées par des institutions bien organisées (MEP, points cœur, ...).

Objectifs : En collaboration avec les services du réseau Lasalle, étudier dans quelle mesure le réseau LaSalle pourrait proposer des missions en France ou à l'étranger à nos anciens élèves. Cela permettrait de répondre à des attentes tout en faisant la promotion d'un réseau international. Ces missions pourraient également être utilisées comme leviers pour mettre des jeunes en situation d'éducateurs et provoquer des vocations.

Une idée qui est le fruit d'une discussion avec le Frère Jacques-Vincent le Dréau.

Plan d'action : à définir

Echéances : à définir

Estimation des ressources humaines : à définir

Estimation des ressources financières : à définir

Remarque Campus Lasalle du 26/11/2018 :

Voir le lien à faire avec les jeunes Lasalliens

Mission n°15 : Place des anciens élèves au sein des fraternités

Constats : les fraternités Lasalle sont maintenant en place au niveau des établissements et au niveau national. Sont impliqués les éducateurs et représentants des services du réseau Lasalle. Nous avons constaté que les anciens élèves n'avaient pas de place clairement identifiée au sein de ces communautés (à l'exception du président de la fédération pour les évènements nationaux)

Objectifs : En collaboration avec les services du réseau Lasalle, définir dans quelles mesures nous pourrions proposer aux anciens élèves de s'impliquer dans les fraternités Lasalle (locales ou nationale).

Il sera également demandé de mener une réflexion sur l'intérêt de créer une fraternité propre aux anciens élèves des écoles Lasalle.

Plan d'action :

- Faire le point sur le fonctionnement actuel des fraternités et mener une réflexion sur le sens d'y impliquer des anciens élèves.
- Lister les intérêts pour le réseau LaSalle de créer une fraternité dédiée aux anciens élèves. Aussi il faudra mesurer les attentes des anciens élèves et des associations d'anciens pour un tel engagement (fréquence, contenu, niveau d'implication). Une fraternité dont la vocation serait d'inviter les anciens élèves à appliquer le charisme Lasallien dans leur famille et leur travail (s'inspirer d'un mouvement du type EDC qui rassemble chaque mois une équipe en locale pour appliquer les principes chrétiens au sein de leur entreprise).

Quelques éléments de réflexion :

- Le réseau Lasalle a-t-il un intérêt d'avoir des anciens rassemblés en fraternités
- Si une fraternité dédiée aux anciens élèves était amenée à se mettre en place, elle devra sans doute prendre en compte l'attente des nouvelles générations en termes d'engagement. A savoir :
 - Des engagements pour une missions plus que pour une durée.
 - Des engagements qui permettent aux personnes de vivre des expériences nouvelles et de transformer des paroles en action.

Echéances : 2019

Estimation des ressources humaines : à définir

Estimation des ressources financières : à définir

Mission n°16 : Etude sur les levées de fonds des établissements auprès de leur réseau d'anciens élèves.

Constats : Le soutien financier de l'état dans les établissements baisse depuis plusieurs années. Certains établissements ont créé une fondation pour collecter des dons en sollicitant, entre autres, ses anciens élèves. Un sujet largement évoqué lors du colloque de la CGE sur les alumni en juin 2018. Cf CR du colloque en annexe 2.

Objectifs : Etudier l'intérêt et la faisabilité de solliciter un réseau d'anciens élèves pour financer le fonctionnement/développement d'un établissement ou du réseau Lasalle.

Plan d'action :

- En relation avec les services du réseau, faire le point sur cette pratique au sein du réseau Lasalle et de ses établissements.
- Etudier ce genre de pratiques dans d'autres écoles en France et même à l'étranger.
- Définir en quoi la fédération peut avoir un rôle à jouer dans la promotion de tels mécanismes.

Echéances : 2019

Estimation des ressources humaines : à définir

Estimation des ressources financières : à définir

Mission n° 17 : Suivre et animer les associations en région

Constats : Le conseil de la fédération se rassemble 3 à 4 fois par an. Certains membres du conseil sont l'interlocuteur et relai de la fédération dans leur région.

Objectifs :

- Remonter à la fédération les informations des régions à la fédération.
- Communiquer les plans d'actions de la fédération en région

Plan d'action : - Faire un point sur l'efficacité du dispositif
- Faire un point avec les frères assesseurs

Echéances : déjà en place

Estimation des ressources humaines :

Estimation des ressources financières :

Mission n°18 : Boite à outils pour les associations d'anciens élèves

Rédigée par Bertrand Barrieu le 14/01/2019

Constats : La Fédération, les Associations et leurs Responsables sont régulièrement confrontés à de multiples sollicitations et questions relevant de divers domaines et qui peuvent parfois provoquer des difficultés ou aboutir à de véritables problèmes, pour la résolution desquels ils manquent parfois de connaissances, de recul, d'expertise, ce qui met en évidence, pour y répondre, la problématique d'une formation.

La Fédération peut sans doute y répondre par la mise en place de « formations thématiques », voire en constituant une « boite à outils » à disposition de ceux qui le souhaiteraient et qui pourraient, éventuellement, l'enrichir en y participant.

Besoins identifiés (Liste non exhaustive). Il peut s'agir :

Formation de nos Leaders / Responsables d'Associations.
Créer, caractériser, gérer et animer son Association lasallienne.
Identifier et connaître le réseau lasallien.
Travailler ensemble, en réseau, ...
Au service de son établissement et du réseau.
Créer des partenariats.
Management.
Communication.
Organisation d'événementiel.
Jean-Baptiste de La Salle et le Charisme lasallien.
.../...

Objectifs :

Permettre à la Fédération de mettre en place une démarche en son sein et auprès des Responsables d'Associations afin qu'ils bénéficient, via des formations actives fondées sur l'expérience, de méthodes et outils concernant divers sujets auxquels ils sont régulièrement ou ponctuellement confrontés.

Leur offrir la possibilité de créer, de gérer et animer leur Association et d'être force de proposition auprès des Anciens élèves, afin qu'ils soient bien contributeurs pour l'Association et au service de leur établissement et du réseau lasallien.

Plan d'action :

- * Journées thématiques proposées à intervalle régulier, en présentiel ou en distanciel.
- * Ateliers thématiques lors de la rencontre annuelle.

Echéances : à définir

Estimation des ressources humaines :

Le Président. Le Frère Assesseur national.
Un ou plusieurs Membres du Conseil d'Administration.
Les intervenants-experts sollicités.

Estimation des ressources financières : à définir

Mission n° :

Constats :

Objectifs :

Plan d'action :

Echéances :

Estimation des ressources humaines :

Estimation des ressources financières :

Annexe 1 : L'engagement. Envies d'agir, raisons d'agir par Jean-Philippe Pierron

Dijon, professeur de philosophie, Auteur de *Le passage du témoin, philosophie du témoignage*, Cerf, janvier 2006

Dans notre modernité, l'engagement a quitté les terres lointaines de la codification. Le militant, l'intellectuel engagé, le syndicaliste acharné n'offrent plus des postures très engageantes. Il s'est éloigné des temps reculés qui connaissaient sa mise en forme autoritaire et autorisée. Il n'est plus le temps de l'engagement qui fut un temps du code. On s'avancait alors vers l'engagement en rangs serrés. L'engagement pouvait être militaire, religieux, missionnaire ou sanitaire, il était toujours communautaire. Casernes, monastères, hospices, partis ou syndicats fleurissaient, les murs craquant sous la ruée des engagés volontaires. L'engagement avait un goût de vocation. On se disait « appelé ».

2

Autres temps, autres mœurs. La crise des vocations est une crise d'évocation. L'engagement connaît aujourd'hui sa dévaluation. Les colonnes d'engagés se sont peu à peu clairsemées. Dans une post-modernité marquée par ce que Jean-François Lyotard appela *La fin des grands récits*, l'engagement est moins collectif qu'individuel. Ne croyant plus aux effets de l'engagement sur le monde, on en attend les effets pour soi. Au langage de la vocation de la religion, et au langage de la convocation de la raison s'est ainsi substitué celui de la motivation. L'engagement ne tire plus tant son autorité de raisons transcendantes, mais sa légitimité vient de la force intérieure de la motivation. La sincérité de l'engagement individuel paraît plus authentique que l'autorité des engagements traditionnels. *Toutes les feuilles de vigne sont fanées. Il ne nous reste plus que la sincérité*, écrit Gombrowicz [\[1\]](#) Yvonne, princesse de Bourgogne, Théâtre, Folio-Gallimard,.... Sincère sur le plan individuel, mais sceptique collectivement, l'engagement a changé d'expression. Il est désenchanté pour ne pas dire désabusé. Pour être humanitaire, il ne veut plus être communautaire. Pour être solidaire, il refuse d'être collectivement prédéfini. Et l'engagement se déplace du politique vers le social, de l'éthique de conviction du syndicat vers l'éthique de responsabilité de la coordination. En un mot, l'engagement craint la statique de son institution, lui privilégiant la dynamique de l'intuition. Les traditions ne le devançant

plus, on veut inventer son engagement. Ainsi il se personnalise, s'individualise, s'atomise. Mais que l'on entre dans l'engagement par la porte de la vocation ou par celle de la motivation, l'engagement n'en demeure pas moins l'expression la plus haute de notre liberté. Que met-on en gage dans l'engagement d'ailleurs, si ce n'est sa liberté ? [2][2] L'étymologie rappelle que l'engagement suppose de « mettre... Prendrait-on une juste mesure de ses capacités d'initiatives sans s'engager ?

L'engagement, un antidestin ?

3

Penser l'engagement relève d'une gageure dans une culture qui a réinventé le Destin. Le destin ? Le monstre anonyme de la mondialisation, la « main invisible » – main de fer dans un gant de velours qui régule les marchés – ou « despotisme doux » d'un lien social réduit au lien marchand. De fait, un vertigineux écart se creuse entre la paralysie des initiatives qu'impose la nécessaire et inéluctable mondialisation et les forces que peut mobiliser l'engagement individuel. Face au Goliath des nécessités et des gigantesques rouages de l'activité technico-économique mondiale, l'engagement prend l'allure d'un minuscule David de l'initiative. En effet, grande est la disproportion entre les attentes vis-à-vis de l'engagement et les possibilités qui lui restent d'ouvrir des perspectives. D'où des questions. L'engagement ne manifeste-t-il pas la capacité d'ouverture d'une brèche sur le futur, là où s'affirme la clôture des nécessités et des mécanismes sociaux condamnant à la répétition mortifère ? Si l'engagement opère une libération des possibles, après le saint, le génie, le héros, le témoin n'en initie-t-il pas une forme pensable à l'ère de l'individu ? L'engagement ne trouve-t-il pas dans la force du témoignage, une tentative de vivre la liberté sans céder à la tentation de se prendre pour une incarnation de la vérité ?

Envie d'agir, raisons d'agir

4

Entre les envies d'agir et les raisons d'agir prend place une tension inhérente à l'engagement. Pas d'engagement sans envies ni raisons. Cette tension oppose pourtant une approche intellectualiste et une approche volontariste de l'engagement. Pour la première, l'engagement pensé dans une logique du calcul rationnel suppose des raisons

et de la délibération. Tel est le choix délibéré chez Aristote. Pour la seconde, on est engagé avant même d'en avoir délibéré, la délibération ne faisant à l'extrême que rationaliser un coup de tête. La force de la volonté, l'envie d'agir ou l'énergie du désir – l'engagement est ici pensé en termes de motivations – excède la justification. Le dépassement de cette opposition dans une conception plus globale du sujet engagé restaure la tension. Les envies d'agir désignent dans l'intériorité ce qui la mobilise indiscutablement, là où les raisons d'agir pointent vers l'extériorité. Les raisons, relevant de l'ordre de l'argument, ouvrent sur la sphère publique du partageable et du discutabile. Ainsi, les envies sont-elles la matière de l'engagement, mises en forme par des raisons d'agir. Les raisons tirent ainsi les envies vers le haut de la liberté et de l'humanité. Inversement, les envies entretenant des fraternités secrètes avec l'involontaire en nous donnent aux raisons une motricité, une impulsion, une chair. Mais, si les envies sont marquées par leur force de propulsion du sujet dans le monde, les raisons sont des instances d'évaluation, interrogeant la valeur des envies d'agir. Car, pour être pluriel, tous les engagements se valent-ils ?

5

C'est dire que l'effectivité d'un embarquement ne fait pas encore un engagement. Le « volontaire désigné d'office » est ainsi la caricature de l'engagement que révèle la passivité de l'être engagé sans s'y être engagé. C'est que l'engagement suppose une mobilisation de soi, une capacité puissante d'innovation, une puissance vitale, un *conatus* ! Avant tout, il est puissance. *Pouvoir de*, capacité d'initiative, et *pouvoir sur*, puissance d'initier. Il vient alors rompre l'ordre établi, la fixité des choses par la mouvance de la vie. La question du « qui » dans le « qui est le sujet de l'engagement » est ainsi essentielle.

6

Pour autant, l'engagement est fils du temps. Il ouvre le temps parce qu'il accepte d'y entrer. Tout engagement est en ce sens inaugural, à la façon de l'engagement que siffle l'arbitre au début d'un match. Il ouvre une brèche dans la clôture des possibles que signent nos certitudes ou qu'imposent nos pseudo-fatalités, leur opposant une puissance de libération. Reprise de l'initiative, il sera peut-être la chance d'un à venir. Porteur de la puissance de l'impulsion, il coupe court aux tergiversations, sans nécessairement savoir où il va. Tel est le « bon, alors, on y va » de l'adolescent, l'envie d'en découdre sans vraiment savoir quoi lier. Il faut s'arrêter un instant sur cette indétermination initiale de l'engagement. On sait pourquoi on s'engage dira-t-on,

mais c'est aller trop vite. De l'envie de s'engager aux raisons de s'engager, la conséquence n'est pas nécessairement bonne.

7

Sur le plan de la motivation, avant les raisons d'agir, il y a des envies d'agir. Ces envies neutres éthiquement, les raisons les informeront, les mettront en forme. Il y a d'ailleurs une envie de s'engager dans une secte, un groupe paramilitaire ou une bande qui n'est pas moindre que l'envie d'agir pour le bien commun ou une autre mondialisation. Le rôle de la transmission éducative est ainsi d'apprendre à déterminer et à canaliser ses envies pour les « élever ». La motivation questionne l'engagement sur le terrain du passage à l'acte. La puissance de soi a envie d'en découdre avec les résistances du réel. Entre les motivations et le monde, il y a la capacité de se projeter dans le temps. Aussi, ne pas élever ces motivations a pour effet de voir le passage à l'acte, au lieu de se faire projet d'engagement dans le monde, se fait projection sur soi-même dans le suicide adolescent ou les conduites à risque.

8

La force de l'engagement, de ce point de vue, c'est « sur le tas » qu'on la mesure, c'est dans une mise en œuvre qu'on la constate. L'engagement est ainsi pris entre une spontanéité mal contrôlée, – celle de l'impulsif ou du fougueux qui ne manque pas d'énergie ni d'envie de se mobiliser – et l'expertise ratiocinante du précautionneux. L'engagement relève d'une *logique du risque*, là où la précaution relèverait d'une *logique de l'assurance*. Sans être d'une démesure inconséquente, l'engagement suppose la captation de mobiles et de motifs psychiques puissants – l'envie d'agir – qui interroge. Il y a une audace de l'engagement. Celle qui ose initier un commencement. Audace du premier pas. Mais alors une objection de taille se lève. Et si l'engagement n'était qu'une affaire de tempérament ? La grandeur de l'engagement pourrait n'être que le masque vertueux d'une complexion naturelle. Mais ne confond-on pas là l'engagement avec sa caricature, celle de l'agité ? Toujours est-il qu'à la mesure de la raison, l'engagement adjoint la démesure motrice de la spontanéité. L'engagement suppose d'être motivé...

9

Sur le registre temporel d'un enduré du temps, l'engagement est un exercice volontaire de la fidélité, visant l'entre-deux de l'hésitation et de l'entêtement. Il faut de la constance, de la persévérance, et parfois de l'opiniâtreté pour tenir un engagement. L'engagement suppose « d'être volontaire », aux deux sens de l'expression. Mais ce

dernier se parodie lorsque, prenant la forme pour le fond, l'engagé se fait obstiné, entêté et bientôt borné. La volonté se fait alors tyrannique et déraisonnable. La fidélité à une promesse faite de s'engager, *îlot de certitude dans un océan d'incertitude*, dirait Arendt, ne se confond pas avec l'obstination exaltée de qui croit être l'incarnation définitive de la vérité ni avec l'intransigeance du têtard. S'il y a de la beauté dans l'engagement tenu et maintenu, force de la constance et de la fidélité à la parole donnée, il y aurait faiblesse à se crisper sur lui comme à une pieuse habitude ou à une obsession. Bêtise de tenir son engagement pour tenir son engagement sous prétexte qu'on a dit qu'on le tiendrait. Parce qu'il est fils du temps, parce qu'il est temps enduré, l'engagement connaît les évolutions, les changements temporels. Tenir son engagement revient alors le renouveler en tenant compte des circonstances. Et cette intelligence-là n'est pas le « retourner sa veste » de l'opportuniste !

10

Mais si l'engagement pratique n'exclut pas l'hésitation théorique, l'engagement se refuse à la faiblesse – littéralement un manque de volonté –, que l'on trouve dans l'irrésolution, l'indécision, l'atermoiement voire le fatalisme. Ceux-ci, pour n'être pas encore des fautes morales, le deviennent suprêmement dans la veulerie et la lâcheté. L'engagement présuppose un exercice de la volonté. Il parie que de la volonté, on ne peut pas manquer.

11

Sur le plan de l'action, l'engagement ne saurait ne confondre ni avec l'emportement qui en fait un activisme, ni avec une agitation aux limites du divertissement, ni non plus, mais cela va de soi, avec la nonchalance de l'indifférence ou l'apathie du léthargique. S'engager n'est pas simplement s'occuper, ni même s'affairer. L'engagement n'est pas l'emportement. Certes, tous deux concernent notre disposition à agir, indiquent que l'action puise dans les ressorts secrets de l'involontaire une puissance motrice et des éléments mobilisateurs. Engagement et emportement mettent un terme aux indéterminations affectives – le j'y vais, j'y vais pas de l'atermoiement – ou aux indécisions de la conscience – je voudrais bien mais je ne peux point –. Mais là où l'emporté voit sa force Vitale prendre le devant sur sa capacité de projeter, l'engagé place ses motivations sous la discipline de son projet. On pourrait dire que l'engagement pointe le pôle volontaire de l'action, là où l'emportement en désigne la part involontaire. Certainement que l'engagement capte les énergies involontaires de

l'être. Mais forces centrifuges chez l'emporté qui casse ce qu'il voudrait construire, elles sont centripètes chez l'engagé qui les coordonne, les unifie et les oriente.

12

Envers de l'indécis, l'engagé est un décidé parce qu'il s'est décidé. L'indécision diffère l'engagement au profit d'une pesée des bonnes raisons d'agir trouvant toujours des raisons de suspendre son engagement. Ce n'est jamais « vraiment » le bon moment de s'engager ! Mais on ne peut prendre les ratiocinations de l'indécis pour des raisons. L'engagement met un terme au calcul dans le choix d'une option. Nom sommes embarqués, il faut choisir, disait déjà Pascal ! L'engagement se fait ainsi résolution pratique d'une irrésolution théorique. Croisant ensemble l'axe des motivations intérieures et l'axe des raisons, ici la fougue du sensible est la terre nourricière d'un engagement éclairé et mesuré.

13

Trop de raison nuit à l'engagement dans l'indécision. Trop peu aussi dans l'emportement. Seulement, la volonté de faire quelque chose ne saurait se confondre avec la volonté de bien faire. Il s'agit alors d'interroger la part des raisons de s'engager. L'engagement se commande-t-il ? Si tel n'est pas le cas, l'engagement prendra-t-il alors la forme d'un coup de tête ? S'engage-t-on sur un coup de tête ? Certes, l'emporté prend la force de ce qui le mobilise pour des raisons d'agir. Il confond la nécessité de se mobiliser avec la finalité de la mobilisation. Les raisons sondent bien plus profondément en nous que les justifications de la bonne conscience. Les raisons de s'engager imposent une explicitation des finalités de l'action dans un projet, mais exige également une vigilance critique. À l'intelligence de l'engagement doit faire écho l'exigence de la lucidité. Ce n'est qu'à ce prix que l'engagement ne dérive pas en enrôlement dans les dogmatismes, mais c'est au prix de cette mobilisation intégrale de soi. Mais il n'y a mobilisation que si l'on se mobilise. En ce sens, la radicalité de l'engagement tient à ce qu'il convoque l'intégralité d'une subjectivité sans céder à la tentation de l'intégrisme.

14

Lié à cette part involontaire d'envies d'agir qui nous révèlent notre *conatus*, *l'incitation à persévérer dans notre être*, dont parle Spinoza, l'engagement n'est pas la velléité d'engagement du « j'aimerais bien m'engager ». On tient son engagement parce que c'est le sceau de la liberté qui tient debout le sujet en nous.

15

Alors, s'engager est-ce perdre ou affirmer sa liberté ? Exercice de la liberté, l'engagement en est une des plus hautes formes en ce qu'il concerne nos puissances d'agir et notre capacité d'initiative. L'engagement n'est pas renoncement à la liberté, comme le pense l'inconséquent, le versatile ou le capricieux. Il croit qu'être libre, c'est faire ce que l'on veut dans l'inconstance du caprice. L'engagement participe d'un vouloir enduré, grandissant dans sa liberté au fur et à mesure du temps, parce qu'il y prend l'épaisseur de l'effectivité. C'est pour cette raison que l'engagement a à voir avec la promesse. On devient soi-même dans la continuation de ses choix et de ses engagements, on y construit une figure de soi dans une persévérance que l'on ne saurait assimiler à une perpétuation mortifère ou à une répétition mécanique. C'est pourquoi, également, l'engagement affecte l'estime de soi, précise et explicite l'idée et l'image que j'ai de ma capacité d'initier.

16

Mais s'il engage le soi dans le « se » du s'engager, l'engagement est-il indifférent à ses conditions sociologiques de réalisation. Pour s'engager, ne faut-il pas déjà être persuadé des vertus de l'engagement ? Si l'engagement est exercice d'une liberté capable de commencer absolument que nous avons tous en partage, sommes-nous égaux devant la possibilité de l'engagement ?

Quelques paradoxes contemporains

17

1. *L'engagement a des allures peu engageantes.* L'engagement connaît une désaffection parce qu'il parle le langage vieilli des formes de solidarités anciennes. La résistance politique (celle de la guerre d'Espagne ou celle de la deuxième guerre mondiale) est devenue pour les plus jeunes d'entre nous un mythe d'avant le temps. Les associations caritatives sont faites par des « Vieux ». Les engagés volontaires d'hier sont devenus les retraités actifs d'aujourd'hui. Généreuse, mais peu engageante, la codification de l'engagement s'est formalisée dans des institutions qui ont fini par en user l'intuition. La part d'impulsion initiatrice attachée à l'engagement disparaît et perd de sa radicalité dans la lourdeur des institutions qui le mettent en œuvre. Principe d'économie, le trait caractéristique et parfois douloureux des institutions est qu'elles vivent un exode, sinon une dérive, par rapport aux engagements individuels qui les ont initiés. L'engagement veut tracer son chemin là où les institutions prédéfinissent des

formes *a priori* de l'engagement. L'engagement est une disposition de la liberté, les engagements institués se figent dans des dispositifs constitués. Ne pouvant faire que l'engagement soit assuré, on fit en sorte qu'il soit codifié. Mais si l'engagement sans l'institution est inefficace, l'efficacité de l'institution sans l'engagement se fait routinière. Et les engagements monumentalisés, réifiés font peur ou passent inaperçus. Statique de l'institution, dynamique de l'intuition dans l'engagement. Morale close contre morale ouverte, dirait Bergson. Car, en quoi réside la force de l'engagement si ce n'est dans cette forme d'intelligence sensible qui se rend attentive aux nuances et anfractuosités du réel dans lesquelles la liberté peut s'immiscer pour initier une voie. L'engagement manifeste l'intuition qu'un chemin est possible, là où tout semble impossible. Inviter à l'engagement n'est-ce pas alors faire retrouver la vitalité de l'intuition qui initia les grandes institutions qui humanisent le monde des hommes ?

18

2. *S'engager mais que cela n'engage à rien.* La survalorisation de l'engagement s'accompagne d'un engagement désimpliqué. On est frappé du contraste d'un temps qui survalorise l'engagement pour en faire un geste généreux, novateur, libérateur mais qui, dans le même temps, le dévalorise dans un scepticisme de méthode, voire un cynisme *a priori*, qui en pointe l'impuissance et la faiblesse. Le dessein de l'engagement semble bien pauvre face au poids du destin de nos modernités, la fatalité de la mondialisation vis-à-vis de laquelle on ne peut rien. L'engagement valorisé va de pair avec un destin réinventé dans sa nécessité. Le « tout devoir » de l'engagement se fait concomitant du ne « rien pouvoir » de nos nouveaux destins.

19

Et l'on convoque les figures fragiles, presque démunies, de l'enfant-sauveur. On attend des jeunes qu'ils s'engagent, on attend de l'enfance qu'elle renouvelle le monde parce que l'enfance est l'âge des possibles. On pense ainsi à ces figures de l'enfant-sauveur qui hantent l'imaginaire collectif du renouveau social. Le jeune hobbit du Seigneur des anneaux qui doit vaincre l'axe du mal, Harry Potter chargé de combattre le maléfique Voldemore, ou l'éducation à la citoyenneté qui risque d'étouffer la jeunesse sous l'écrasante responsabilité d'une sur-citoyenneté. Comme si l'on attendait que les plus jeunes portent la responsabilité d'un monde déserté par des adultes cachant mal leur impuissance. Hannah Arendt a bien montré comment notre modernité a fait de l'enfant, de sa spontanéité et de sa vitalité, capable d'engagement et d'innovation, *le miracle qui sauve le monde*. L'invitation à l'engagement est aujourd'hui

contemporaine de la faiblesse d'une culture qui renonce à l'apprentissage de la transmission au profit des stratégies de la communication. Se sauver, s'en sortir plutôt que s'engager. Quelle est l'essence de la transmission, en effet, si ce n'est de garder une mémoire vive d'expériences d'engagements dans tous les domaines du monde humain qui font sens et vie ? Or, quand on n'ose plus se reconnaître les fils de..., sous l'effet d'une saine habitude critique de toutes les traditions autoritaires, mais aussi par rêve d'auto-engendrement, on communique sur des engagements ponctuels – la belle générosité lors des grandes catastrophes, mais qui retombe aussi vite qu'un soufflet lorsque l'incandescence de la médiatisation brûle sur d'autres lieux – mais on ne transmet plus. Méfions-nous des modèles inaccessibles mais recherchons et reconnaissons nos témoins.

Engagement et individualisme

20

Les temps sont durs pour l'engagement, imposent de dire les considérations précédentes. L'exaltation de l'individu semble aller de pair avec une désaffection pour l'engagement public. Car, dans l'engagement, s'il est question de soi, il est également question d'autres que de soi. Manière spécifique d'être au monde, l'engagement porte en germe le devenir du monde. L'homme est le seul animal par qui quelque chose arrive au monde. Il apporte la force de sa détermination dans l'océan de l'indéterminé, donnant au monde un avenir par sa puissance de faire advenir. Individualisme et engagement sont-ils compatibles alors ? Sans confondre individualisme et égoïsme et sans céder au fatalisme, l'individualisme moderne consacre-t-il la disparition de l'engagement ou sa métamorphose ?

21

La vocation. L'exemplarité des vies de saints ou des gestes guerriers héroïques furent pendant longtemps la mise en forme traditionnelle de l'engagement. La tradition du monde commun portait un imaginaire de l'engagement centré sur les figures du saint, du génie ou du héros. Figures, ils étaient en même temps des idéals types, définissant *a priori* ce que s'engager voulait dire. La mise en forme de l'acte libre par la tradition faisait de l'engagement une vocation. S'engager n'était pas se dessaisir de son initiative mais être appelé à cette initiative. Au temps de la vocation, l'engagement était alors porteur d'une sacralité, d'une forme de transcendance. La vocation, qu'elle

soit sacerdotale ou militaire, sanitaire ou salubre, marchait dans les pas des prédécesseurs dont elle était l'héritière. Bref, on ne s'engageait pas, on était appelé à s'engager. La tradition ne dispensait pas de l'engagement, elle le disposait. Que veux-tu faire quand tu seras grand ? Et la réponse allait de soi : saint-cyrien, jésuite ou médecin...

22

La militance. La figure séculière du militant, figure essentiellement politique, syndicale ou associative, a rompu avec une sacralisation de l'engagement dans les formes de l'autorité traditionnelle, religieuse ou autre. Le militant est une figure désacralisée qui a choisi de se salir les mains, prenant à bras-le-corps les affaires du monde. Pour le militant, s'engager c'est assumer les affaires du Siècle par le siècle : aller au charbon, coller des affiches, faire les sorties d'usine ou d'université pour distribuer des tracts. L'humilité des tâches à remplir est mobilisée par l'idée d'un combat de la liberté. Seulement l'individualisme s'accorde mal avec la militance. Ce qui dissuade dans la figure du militant, ce n'est pas son engagement mais c'est la soumission de l'individuel à l'efficacité collective. Le militant imputait la responsabilité et l'efficacité de son action à un système collectif, dont il était convaincu du bien-fondé. Marxiste, maoïste, l'engagement pour la cause imposait d'éviter qu'on la remette en cause, jusqu'à l'aveuglement. En ayant retenu les leçons, l'engagement contemporain revendique quant à lui la responsabilité individuelle, toute la responsabilité de son action, de ses décisions et de ses échecs.

23

Le témoignage. Les formes post-modernes de l'engagement livrent donc un engagement mis à nu, désaffilié vis-à-vis des traditions ou des institutions qui le portaient jusque-là. L'engagement, à l'ère de l'individu, invente une forme fragile mais possible d'initiative. Il devient une affaire éminemment personnelle et par là *psychiquement épuisante*, comme dirait Marcel Gauchet puisqu'*il ne tient qu'à moi*, – aux deux sens de l'expression ! Certes, il peut se perdre dans les labyrinthes narcissiques du ressenti – la sincérité de l'engagement prise pour seule norme d'évaluation de l'engagement oubliant qu'on peut sincèrement se tromper –, dans la dérive esthétisante de l'image complaisante de soi, ou dans la fatigue de l'isolement. Tel est l'atomisme de l'engagement à l'âge individualiste. Mais la critique manque de justesse lorsqu'elle ne reconnaît pas dans l'engagement qui se fait témoignage, cette nécessité de retrouver le témoin sous le témoignage, de personnaliser l'engagement

dans l'éminence de la liberté qui s'y sculpte et s'y découvre. L'individualisme ne refuse pas l'effectif de l'engagement, mais il exige qu'il soit en plus en harmonie avec les tonalités affectives de la subjectivité. Pour autant, il ne manque pas de radicalité. De ce fait, le témoignage devient le nom moderne de l'aventure.

24

La grandeur de l'engagement vient de ce qu'il fait advenir quelqu'un, un quelqu'un qui ne préexiste pas à son engagement. Car « qui » s'est engagé n'est plus le même avant et après s'être engagé. Tout engagement dans le temps est une révélation de soi devant l'autre. L'engagement raconte l'histoire de celui qui s'y est engagé, de telle sorte qu'il découvre, après s'être engagé, un visage de lui-même qu'il n'aurait pas imaginé. Écriture de soi dans l'histoire, l'engagement inscrit une biographie. Il relève de l'estime de soi : je suis devenu ce que j'ai engagé dans mes choix. L'engagé ? Un être libre.

S'engager ?

25

On l'a dit, l'engagement suppose de s'engager. La dimension réflexive compte ici. Pas d'engagement si l'on n'y met du sien. L'engagement convoque le soi en soi. S'il y a une forme de passivité dans le fait d'être engagé, il y a une reprise d'initiative dans le fait de s'engager. L'engagement n'est donc pas du registre de l'avoir mais du registre de l'être. On n'a pas un engagement comme on a une voiture, on est engagé. Un engagement suppose la liberté de se désengager parce qu'il exige une convocation de soi. C'est ce qui en fait à la fois la grandeur et la faiblesse. Grandeur de celui qui opte pour telle forme d'engagement, option qui ne tient qu'à lui de refuser. Il ne se commande pas, il est une forme de commandement en soi imposée par une attestation originale : « je » dois y aller ! Pléonasme alors que de parler « d'engagé volontaire ». D'ordre existentiel et non contractuel, l'engagement est relation de soi à ses décisions que nulle loi ne peut forcer ou encadrer. Certes le droit, les habitudes ou les codes sociaux se chargent bien vite de formaliser ou de rabattre les engagements sur la forme du contrat, mais c'est là une dérive. Ce qui fait tenir son engagement, ce n'est pas la sanction légale ou la disqualification sociale du « cochon qui s'en dédit ». Tenir son engagement, c'est interroger la justesse de l'idée que l'on a de soi, de ses capacités d'initiative sur le monde. Quel homme, quelle femme je veux être, faire advenir dans

l'à venir de l'engagement pris. Car l'engagement habite là, dans cet intervalle du soi et du monde.

26

Croisant l'axe des *envies d'agir*, plan de la motivation et l'intériorité et celui des *raisons d'agir*, plan de sa réalisation et de son exode en extériorité, l'engagement coordonne l'idée que l'on se fait de soi, — l'estime de soi, de son pouvoir et de son vouloir — et une mobilisation en vue d'un agir sur le monde. Non seulement l'engagement rêve d'un autre monde mais il l'invente en s'engageant. Il tend à articuler la disposition spontanée à l'agir et l'explicitation des raisons d'agir, supposant qu'il y en ait auxquelles se confronter. Tel est le défi que rencontre une éducation morale entendue comme éducation à la liberté, à l'initiative, et donc à l'engagement. Le rôle d'une pédagogie de l'engagement ne serait-il pas alors de donner, par l'explicitation des raisons d'agir, forme à l'encore informe des envies d'agir ? **L'engagement : l'autre nom de l'identité personnelle en situation.**

Notes

[1]

Yvonne, princesse de Bourgogne, Théâtre, Folio-Gallimard, 2001, p. 57.

[2]

L'étymologie rappelle que l'engagement suppose de « mettre quelque chose en gage ». L'engagement n'est donc pas gratuit. Il coûte, il est coûteux, voire onéreux. Le prix à payer de l'engagement, c'est la mobilisation de sa liberté. Forme d'enduré du temps, l'engagement se fait par-là exercice plénier de la liberté.

Annexe 2 : Résumé du colloque CGE 2018 « Les Alumni, acteurs de leur avenir »

Vidéo 1- matinée du 5 juin 2018

Lien youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=utPEQx069KI>

12'00 début de la conférence présentée par Justin Vernaect (consultant chez Capgemini)

13'08 Présentation du CNAM et introduction de la conférence

Intervenant : Olivier Faron – Administrateur général du CNAM.

Question à se poser pendant la conférence : comment les Alumni peuvent soutenir les établissements ?

23'00 Présentation du colloque par Anne-lucie Wack, Présidente de la CGE

30'00 Etat des lieux des associations Alumni des écoles de la CGE en France

Intervenant : Celica Thellier – cofondatrice de ma Choosecompagny

Les associations ont pour la plupart des structures hybrides (salarié de l'école ou association + une équipe de bénévoles). Il y a entre 3 et 5 personnes qui sont impliqués dans les structures.

1/3 des écoles ont une gouvernance ouverte vers l'international avec des délégations par pays.

Budget : moyenne de 350K€ - 80% travaille avec 500K€ ou moins. Les écoles d'ingénieurs ont les plus petits budgets sauf Polytechnique.

L'âge est le facteur principal d'engagement des Alumni dans leur association.

Les associations ont pour principale mission de prolonger le service orientation/carrière des écoles alors que les Alumni souhaitent d'avantage aider l'école à bien recruter et alimenter leur réseau.

Diversification des moyens de communication mais la relation directe reste la plus importante.

Ateliers et conférences sont les services les plus plébiscités par les alumni les plus expérimentés. Les plus jeunes préfèrent les services d'accompagnement/mentoring.

47'00 Intervention de Jean-Dominique Senard – Président du groupe Michelin (Alumni de HEC)

Michelin accorde beaucoup d'importance au lien avec les grandes écoles. C'est important pour la visibilité du groupe envers de potentiels futurs collaborateurs.

Michelin entretient un réseau de campus manager pour entretenir la relation avec les écoles.

Plusieurs objectifs :

- Attirer des talents
- Promotions des convictions et valeurs du groupe
- Promouvoir l'apprentissage

La concurrence va devenir de plus en plus vive à l'international. Les entreprises et les écoles de France ne peuvent plus vivre atomisées. Michelin encourage ses salariés à s'investir et s'engager dans les écoles ou autres associations.

Tout ce qui peut être fait pour créer un lien entre les écoles et les entreprises doit être mis en œuvre. Les entreprises, à travers les alumni et les fondations, ont un rôle à jouer dans le bon fonctionnement des écoles.

Autre enjeu pour les écoles : développer les compétences transversales. Aujourd'hui diriger une entreprise nécessite une multitude de compétences. Il faut encourager les écoles à faire fonctionner en associations (écoles de management avec écoles d'ingénieurs par exemple).

1'12 Intervention de Peter Todd – DG de HEC

Les Alumni ont un rôle capital à jouer dans les écoles : faire rayonner la marque de qualité de l'école. On peut même dire que les Alumni sont la marque de l'école.

« L'école fait la personne et la personne fait l'école (marque, réputation) ».

L'engagement des alumni peut être déterminant pour l'avenir des écoles.

Alumni serviteurs des entreprises, serviteurs de la société.

Chaque école a des Alumni ambassadeurs au sein des entreprises.

Toutefois l'engagement des Alumni dans l'accompagnement de leur école est encore trop faible en France (en temps et moyens financiers).

1^{er} exemple de McGill au Canada.

Innovation pour se connecter les Alumni. En 2018 ils organisent des levées de fonds en 24 heures avec des dons de 4500 alumni.

2^{ème} exemple : Houston. Campagne de 1 milliard de Dollars. Dons de 50% des 130000 alumni. L'engagement est devenu viral.

3^{ème} exemple : Université publique de Virginie (2000 étudiants). Organisation de WE sur le campus pendant lequel 164 millions de dollars ont été levés.

4^{ème} exemple : Princeton University (8000 étudiants -92000 Alumni). 25% des alumni reviennent tous les ans sur le campus. 25000 alumni sont bénévoles auprès des étudiants. 90% des alumni sont donateurs.

Princeton lève 277 millions pour financer des bourses d'étudiants. 60% des étudiants sont boursiers pour financer des frais de scolarité très élevés.

En France le financement des écoles par les Alumni est peu exploité.

1'37 Pause de la conférence

2'07 Les étudiants en situation de handicap

Intervention de Julien Monnet- Directeur de Tadeo

Utilisation des nouvelles technologies pour donner accès aux formations à des étudiants en situation de handicap.

Intervention de Dominique Gillot – présidente du CNCPH (Conseil National Consultatif des Personnes Handicapées).

Projet de mobiliser les Alumni pour accompagner des handicapés dans le suivi des études, en particulier au moment des examens. Ces étudiants ont besoin d'un secrétaire d'examen. Pour faire face au manque de secrétaires d'examen, les réseaux d'alumni sont sollicités avec une aide faite à leur entreprise pour leur libérer du temps.

2' 25 Interview vidéo de Gilles Bousquet- Professeur et conseiller de l'université du Winsconsin

Investissement auprès des Alumni doit se faire sur le long terme.

Fondation créée. Service pour gérer les investissements et la relation avec les donateurs.

Les dons sont fléchés sur des projets choisis par les anciens élèves. La fondation a 250 salariés.

Les anciens élèves contribuent à l'excellence de l'école (mentoring, financement de chairs par des anciens élèves).

2'32 Table ronde « Je t'aime moi non plus », L'école a-t-elle besoin de ses Alumni et réciproquement ?

Animatrice : Julie Joly, DG du centre de formation des journalistes

Intervenant 1 : Grégory Barrère, responsable représentation du BNEI

Intervenante 2 : Marie-Christine Huau, présidente d'Agro ParisTech Alumni

Intervenant 3 : Benoit Legait, Ex directeur général des Mines et président de la fondation

Intervenant 4 : Xavier Michel, administrateur de CASE Europe

Pourquoi faut-il changer la relation école/anciens ?

- **Benoit Legait : Anciens élèves et fondation au service de l'école.**

Fondation : 84 M€/an dont les $\frac{3}{4}$ viennent des entreprises pour financer des chairs. Les anciens servent de portes d'entrée dans les entreprises, sans être pour autant décisionnaires.

- Xavier Michel, Les anciens élèves sont un outil de transformation pour l'école. Il faut trouver une place aux anciens qui souhaitent s'engager dans l'école.

Comment inciter les anciens à s'engager auprès des étudiants pour les aider dans leur orientation ?

- Il faut que les anciens trouvent du sens à s'engager avec les Alumni. Pour cela le lien doit être maintenu.

- Il faut aussi faire en sorte que les étudiants s'impliquent quand ils sont à l'école.

- MC Huau : il faut arrêter de vivre en silo (élèves et anciens chacun de leur côté).

Aussi organiser des évènements intergénérationnels ?

Xavier Michel : pas de réseau d'anciens sans intensité de vie au sein de l'école. Ce sont aussi les souvenirs vécus entre les étudiants qui favorisent le retour des anciens par la suite.

Aujourd'hui on parle d'Alumni. Ne devient-on pas Alumni dès l'entrée dans l'école ? Le réseau Peut être étendu aux parents et autres amis de l'école.

Qu'est-ce que les étudiants attendent de leurs anciens ?

- Des retours d'expérience dans les parcours pro.

- Se rassurer sur l'image de marque de l'école chez les pro.

Les étudiants ont-ils conscience des besoins de l'école pour se financer ?

→ Pas assez.

→ Il serait intéressant de sensibiliser les étudiants sur la valeur (en €) réelle de leur formation, notamment en école publiques. Sans doute seront-ils plus sensibles à ses besoins lorsqu'ils seront en mesure de faire des dons. En particulier pour financer des bourses de nouveaux étudiants.

La gouvernance école/association/fondation

Anciens élèves : avoir une représentativité des âges et des parcours.

Il peut y avoir des représentations croisées entre les 3 entités.

Il faut faire en sorte que les 3 entités travaillent ensemble, en particulier sur le dossier du partage des données.

Questions/réponses à la salle.

Vidéo 2 -après-midi du 5 juin 2018.

Lien youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=kwCZhf7MRUI>

5'00 « Battle » Association autonome ou département intégré

Intervenant 1 : Marc Ventre-Président IESF (société des ingénieurs et Scientifiques de France)

Intervenant 2 : Frédérico Pasin Secrétaire Général HEC Montréal

HEC montréal est passé un à système avec département intégré (les cotisations ont été supprimées). Ils ont créé en même temps une fondation pour collecter et diriger l'argent. Avant, l'association des anciens était au service de ses adhérents. Avec l'arrêt des cotisations, l'école finance elle-même le réseau et se tourne désormais vers toute sa communauté d'anciens élèves en leur demandant comment ils peuvent contribuer à ce que l'école aille encore mieux. Un système de don a été mis en place. « Il faut se donner la peine de le renseigner celui qui a donné ». De réelles synergies ont été créées en rassemblant les salariés de l'association, de l'école et de la fondation. De plus cela a supprimé beaucoup de confusions chez les Alumni qui ne reçoivent désormais qu'une seule communication de l'école, qui ne parle que d'une seule voie.

La notion d'adhérent limite, car on décide qu'il y a 2 groupes. Alors qu'il faudrait considérer tous les Alumni comme une grande famille. « Il faut dire aux étudiants qu'ils vont goûter au plaisir de recevoir » pendant leurs études et les premières années professionnelles. Aussi leur dire qu'un jour « ils pourront goûter au plaisir de redonner, au moment où ils le voudront ».

Marc Ventre- IESF

On retrouve beaucoup en France le Triptyque « école –association – fondation ». Ces 3 structures doivent marcher main dans la main. Les gouvernances doivent être partagées et croisées.

Le principal objectif des associations d'Alumni est aujourd'hui de survivre. Elles doivent se réinventer pour être présente demain.

Elles doivent revenir aux fondamentaux :

- Mettre en avant les services rendus et développer le sentiment d'appartenance.
- Promouvoir la marque
- témoigner des valeurs
- Développer les marques de reconnaissance envers l'école (en temps et/ou en argent).

29'30'' Intervention en anglais de Amber Wigmore Alvarez – Directrice du département Talents et carrière – IE business School.

Son rôle est d'augmenter l'employabilité des étudiants de l'école puis des Alumni après la sortie dans les différentes parties du monde. Un travail particulier est réalisé auprès des plus grandes entreprises pour promouvoir l'école et les profils des élèves/alumni. L'école a des bureaux partout dans le monde pour recruter de nouveaux élèves et animer le réseau localement (rencontres, mentoring).

54' Réseau Alumni et réseaux sociaux : rivalité ou complémentarité ?

Intervenant 1 : Manuel Canévet – Consultant en stratégie Universités et grandes écoles

Intervenant 2 : Jean-Francois Fiorina- Directeur Adjoint de GEM (école de management)

Les entreprises ont changé leur processus de veille. Au lieu de balayer tous les CV que pouvaient communiquer une école, elles utilisent de plus en plus Linked in pour contacter directement les étudiants. Les étudiants n'ont plus forcément besoin de l'école pour contacter les entreprises et inversement. En cela linked in est un concurrent.

Aussi linkedin est un concurrent car en capacité de proposer des formations en fonction des compétences. En revanche si les formations d'une école sont promues par linkedin, ce dernier devient un partenaire et donc complémentaire.

La force de Linked in : les alumni s'y inscrivent volontairement.

Linked in a besoin tous les ans de faire inscrire les nouveaux diplômés. En cela un partenariat est possible avec les établissements.

Intérêt de linkedin pour les établissements : relation candidats, relation élèves, relation Alumni, relation : salariés ou futurs salariés, relation entreprise, promotion de la marque.

Linked in ne se positionne pas comme prestataire de service des écoles. Difficile d'avoir un interlocuteur ou des conseils de la part des réseaux sociaux.

Cœur de métier : exposer des CV et offres d'emplois. D'autres fonctionnalités apparaissent depuis le rachat de Microsoft. Par exemple la fonction de mentoring est apparue en 2017. A noter que des fonctions apparaissent puis peuvent disparaître rapidement si elles ne rencontrent pas le succès attendu. Ces mouvements rapides qui caractérisent les réseaux sociaux peuvent être perturbateurs pour des établissements scolaires qui ont plus d'inertie.

Face à ces mouvements, les écoles doivent garder leur propre CRM et trouver malgré tout de la valeur ajoutée. L'école conserve le rôle d'aider l'étudiant à travailler son profil linkedin, sa e-réputation et augmenter son employabilité.

Quels efforts faire dans les établissements ?

Il ne sert à rien de vouloir résister face à la force d'un réseau comme linked in. Lancer son propre réseau interne est peine perdue. En revanche l'établissement peut travailler sur l'expérience et favoriser les rencontres réelles entre ses Alumni. La faiblesse de linked-in est que toutes les relations restent numériques.

Attention toutefois de ne pas se rendre trop dépendant de linked in. On ne sait pas ce que le réseau deviendra demain. Les données de base doivent être conservées dans l'établissement.

Linked in peut être vecteur de communication pour la marque école. Toutefois la communication descendante semble ne pas bien fonctionner (info de l'école diffusée par sur linked in pour toucher ses alumni). En revanche ce qui semble fonctionner, et qui est sous-estimé, ce sont les groupes. Aussi ce qui fait la force d'une page d'école linked in n'est pas le contenu de la page lui-même mais plutôt les CV ou profils d'Alumni qui y apparaissent. Ils ne sont pas toujours bien valorisés. En effet les écoles ont tendance à se contenter d'alimenter la page en informations et à ne pas animer les communautés. C'est censé être le métier de base du community manager.

Il y a de nombreux réseaux sociaux. Dans quel réseau doit s'impliquer l'école ? Comment les aborder ? Quels moyens y affecter ?

Questions/réponses de la salle.

1'30''00 Intervention de Mickael Hirsch (chroniqueur / humoriste)

1'38''00 Pause

2''00'00 Rapport d'étonnement de Gilles Duthil - secrétaire général de AAEENA (Associations des anciens élèves de l'ENA).

Evolution du cadre pour les écoles :

- Nouvelles exigences fixées aux écoles
- Massification et internationalisation de l'enseignement supérieur
- Les doubles/triples diplômes

Ces enjeux ont-ils été pris en compte pour l'association des anciens élèves ?

2''06'00 Table ronde « cours après moi que je t'attrape »- Créer, développer et maintenir du lien avec les Alumni.

Animée par Laurent Batsch- Président de la fondation Paris-Dauphine

Intervenante 1: Dominique Bonet - IPAG Business School

Intervenant 2 : Christian Mouillon- Président de la fondation ESCP Europe

Hervé Biausser- DG Central Supélec

Laurent Pieuchot – Coordinateur CNAM Alumni

Thèmes : Quels rôles et actions des Alumni ? Organisation ? Forces et faiblesses ?

ESCP : Avant les Alumni attendaient de leur association qu'elle les connecte entre eux. Ce n'est plus le cas, les réseaux sociaux le font bien. Les Alumni attendent d'être informés des actualités de leurs écoles et impliqués dans des projets.

Supélec : fonctionnement école/ association/ fondation. Important que chacun ait son rôle. 3 Enjeux majeurs : Rayonnement de l'école/réseau, Emploi/Carrière et financement de l'école. Ce qui intéresse le plus les anciens c'est l'école et non pas l'association des anciens élèves en elle-même. Pour que le réseau des anciens fonctionne, il faut y consacrer du temps.

CNAM : les Alumni sont fiers de leur formation. Comment mettre cette fierté au service du collectif ?

Quels liens entre les Alumni et les étudiants :

ESCP : il faut expliquer aux étudiants le rôle de l'association des anciens mais aussi de la fondation. Il faut une communication unifiée entre école/fondation/ Alumni. Si ce n'est pas cohérent, les Alumni se perdent.

SUPELEC : le DG explique aux étudiants la situation financière de l'école, le vrai cout de la formation (part de l'état, de l'étudiant, des entreprises, des anciens).

CNAM : incitation à devenir Alumni militants.

Fondation

ESCP : dons des fondations nécessaires pour limiter l'augmentation des frais de scolarité. La culture du don en France est faible malgré les incitations fiscales.

SUPELEC : les fondations vont devenir indispensables pour le financement des écoles et de ses projets de développement.

Rapport de force entre Alumni et Ecole ? Alumni contre-pouvoirs ?

ESCP et Supelec: Ca ne doit pas être des enjeux de pouvoirs. Les Alumni doivent valider ce que fait l'école en apportant leur point de vue de professionnels travaillant en entreprise. Ils doivent laisser l'école sur les cursus scolaires et son fonctionnement interne. Les anciens-élèves sont un partenaire et pas un contre-pouvoir. Les Alumni ne doivent pas se substituer à la direction de l'école.

Les réussites des écoles grâce aux Alumni et la fondation :

- IPAG : contribution financière
- ESCP : rénovation d'amphi pris en charge par des promo
- SUPELEC : réponse d'Alumni à un grand sondage dédié à indiquer à l'école sur les secteurs/métiers porteurs pour proposer de nouveaux cursus.
- CNAM : club des entrepreneurs faisant le lien entre les écoles du CNAM.

2''58'00 : Conclusion par Anne-Lucie Wack – Présidente de la CGE

Mise en place d'un groupe de travail sur les Alumni au sein de la CGE.

1. On ne peut pas ignorer la puissance de feu des Alumni
2. Les Alumni sont la marque des écoles.
3. Les Alumni aiment leur école. Le lien entre Alumni et son école évolue.
4. L'effet des Alumni dépend de leur niveau d'engagement.
5. Les leviers pour engager les alumni sont divers : sentiments d'appartenance, proposer des services, des postes d'engagements.
6. Les mécanismes de financements et gouvernance sont en pleine évolution (des associations d'Alumni mais aussi des écoles).
7. Finalité du lien entre école et Alumni : construire des écoles plus performantes et plus inclusives. Aussi faire grandir les écoles au profit des étudiants.

Annexe 3 : Synthèse de la consultation des frères assessseurs par frère Claude le 7 novembre 2018

AE FED **les 16 travaux** résumé

Sondage réalisé auprès des Frères assessseurs régionaux : attribuer à chaque projet de 1 à 5 points (5 points étant le meilleur) à chaque projet, selon qu'il vous paraît pertinent et à mettre en oeuvre en priorité. (7 novembre 2018).

1. Proposer un outil de gestion de base de données qui aiderait les établissements à structurer le lien avec leur réseau d'anciens élèves.	13 points	
2. Faire une étude sur le potentiel de l'outil Linkeldn	8	
3. Outil de mise en page et diffusion de newsletter	13	
4. Plateforme de coaching/mentoring	11	
5. Diffusion des actualités du réseau La Salle et promotion du charisme lasallien	20	
6. Concours du meilleur projet lasallien	18	
7. Organisation des rencontres lasalliennes	18	
8. Formation des leaders lasalliens de la RELEM	12	
9. Organiser des évènements inter-établissements	18	
10. Participation aux travaux sur le Label Campus La Salle	18	
11. Contribuer à l'organisation d'évènements ponctuels	18	
12. Recherche de compétences pour les conseils d'administration/ogec des établissements	21	*
13. Provoquer des vocations d'éducateurs chez les anciens élèves	29	***
14. Etudier la possibilité de proposer des missions d'engagements aux élèves ou jeunes anciens élèves	27	**
15. Les fraternités d'anciens élèves	13	
16. Etude sur les levées de fonds des établissements auprès de leur réseau d'anciens élèves.	18	

Annexe 4 : Synthèse de la consultation du comité Campus Lasalle le 26/11/18

Sondage réalisé auprès du comité Campus Lasalle : attribuer à chaque projet de 1 à 5 points (5 points étant le meilleur) à chaque projet, selon qu'il vous paraît pertinent et à mettre en œuvre en priorité.

n°	mission	total
1	Proposer un outil de gestion de base de données qui aiderait les établissements à structurer le lien avec leur réseau d'anciens élèves.	66
2	Faire une étude sur le potentiel de l'outil Linkeldn	61
12	Recherche de compétences pour les conseils d'administration/ogec des établissements	59
10	Participation aux travaux sur le Label Campus La Salle	56
17	Suivre et animer les associations en région	52
3	Outil de mise en page et diffusion de newsletter	49
14	Etudier la possibilité de proposer des missions d'engagements aux élèves ou jeunes anciens élèves	49
6	Concours du meilleur projet lasallien	48
7	Organisation des rencontres lasalliennes	48
13	Provoquer des vocations d'éducateurs chez les anciens élèves	48
16	Etude sur les levées de fonds des établissements auprès de leur réseau d'anciens élèves.	48
11	Contribuer à l'organisation d'évènements ponctuels	45
5	Diffusion des actualités du réseau La Salle et promotion du charisme lasallien	44
18	Boite à outils pour la création des associations d'anciens élèves (sujet rajouté - tout le monde ne l'a pas noté)	43
9	Organiser des évènements inter-établissements	41
4	Plateforme de coaching/mentoring	40
8	Formation des leaders lasalliens de la RELEM	36
15	Les fraternités d'anciens élèves	25