

RAPPORT

MORAL & FINANCIER

AG 2018



GOUVERNANCE



HÉBERGEMENT



RÉSEAU



IMT Mines Alès
Alumni



MOT DU PRÉSIDENT

Le rapport moral 2016 s'intitulait « La transformation en marche » et depuis lors, notre association a connu bien des évolutions.

Cette transformation souhaitée et engagée n'a d'autre but que de mieux préparer l'association pour les années à venir.

Grâce au concours des administrateurs, des commissions, des élèves, de l'École et des salariés de l'association, nous avons pu arrêter des orientations stratégiques.

La feuille de route est désormais tracée jusqu'à l'horizon 2022.

Des actions ont d'ores et déjà été réalisées avec succès et des projets structurants et fédérateurs le seront prochainement.

Comme chaque année depuis mon élection, j'ai souhaité partager avec vous les informations utiles et les réalisations de cette année 2018. Je les ai mises en perspectives avec nos axes stratégiques et vous invite donc à les découvrir dans les pages suivantes.

Que cela ne vous empêche cependant pas de venir à notre Assemblée Générale du 1^{er} décembre prochain, à laquelle je vous attends nombreux.

Bien amicalement,

Sébastien DEVEAUX (Alès IG, 1998)



UNE TRANSFORMATION À DESSEIN

Depuis 2015, les membres du Conseil d'Administration ont lancé et soutenu le projet de transformation de l'association.

Dans un premier temps, il s'est agi de réviser la gouvernance, d'apporter quelques nouveaux outils et de changer la culture d'entreprise afin de pouvoir plus facilement aborder les mutations nécessaires à la mise en œuvre de nouvelles orientations stratégiques ; lesquelles définies et arrêtées par le Conseil d'Administration du 4 juin 2018 peuvent se résumer ainsi :

LA MISSION DE L'ASSOCIATION

Tandis que son environnement est en profonde mutation, la mission de l'association, sa raison d'être revêt encore tout son intérêt ; **l'intérêt d'un réseau fort et solidaire pour accompagner les diplômés, les élèves et l'École face à des changements sociétaux, technologiques ou comportementaux toujours plus nombreux et rapides.**

SES VALEURS

Les valeurs de notre association inculquées par l'École sont issues bien évidemment de l'histoire des mines. Ainsi, **travail, humilité, solidarité et adaptabilité** doivent être portées avec fierté tout comme **la responsabilité** (professionnelle, environnementale et sociétale) que nous impose le statut d'ingénieur. Toutes ces valeurs doivent donc présider à notre action, l'inspirer et la guider.

NOTRE VISION

Les conséquences de la révolution numérique et maintenant de l'intelligence artificielle sont considérables sur les comportements des individus mais également sur l'organisation des entreprises, tant en termes de management que de business model ou encore d'évolution de compétences. Ceci constitue à la fois une source d'inquiétude et d'énormes opportunités d'évolution et de transformation pour l'Association, qui, comme toutes les entreprises, sans renier son passé, ses valeurs et ses missions, devra s'adapter au risque de disparaître.

Depuis sa création, et même si elle n'a pas été toujours remplie, la mission première de l'association, sa vocation est la solidarité et l'entraide entre membres, particulièrement au niveau de l'emploi et des carrières. Une autre mission qui en découle est la mise en relation entre eux. Avec le développement de nouveaux outils de communication, d'internet et du smartphone, le rôle de l'association est peut-être devenu moins important pour ce qui est de la mise en relation ; les réseaux sociaux se substituant à elle avantageusement dans bien des cas.

En revanche, **l'animation d'une vraie communauté solidaire est indispensable pour accompagner ses membres vers les changements annoncés. La somme des compétences, des expertises, des retours d'expériences, des visions de ceux-ci face à tous les changements sociétaux en cours ou à venir devra être valorisée, bonifiée et mise à profit de cette communauté.**

Mais de quelle communauté parle-t-on ? Celle des seuls diplômés ? En aucun cas. **L'époque n'est plus au repli sur soi, à l'entre-soi mais plutôt à l'ouverture vers les autres, vers ceux qui peuvent par leurs savoirs, leurs activités, offrir des services, créer de la valeur et la partager au bénéfice de tous.** Ainsi, il faudra étendre et **développer l'écosystème pour constituer, à minima, la communauté d'IMT Mines Alès**, celle incluant, diplômés, élèves, personnels et partenaires de l'École, mieux même, la **communauté de l'Institut Mines Télécom** pour le bien et le rayonnement du diplôme.

En tout état de cause, cette communauté, qu'elle soit « Emayenne » dans un premier temps ou constituée des diplômés d'associations sœurs regroupées au sein de Mines+, devra constituer un tiers de confiance pour tous ses membres et au-delà. Elle devra être considérée comme la référence en termes d'accompagnement aux changements et notamment pour ce qui est lié aux évolutions technologiques et scientifiques, certes, mais plus encore à l'évolution des compétences puisque les études prospectives indiquent d'une part que 70% des métiers de 2030 n'existent pas actuellement et que dans la guerre des talents, certaines compétences prévaudront sur les diplômes.

L'association devra donc jouer un rôle considérable en termes d'information sur les tendances, le devenir du métier d'ingénieur, les compétences à développer. Elle pourra apporter en termes de formation tout au long de la vie, d'échanges de bonnes pratiques ou d'opportunités professionnelles. Au-delà de ces services qui s'adresseraient plus particulièrement aux actifs, d'autres actions envers les élèves et retraités devront voir le jour et notamment du mentorat et du mentorat inversé (des élèves vers les diplômés ou retraités pour tout ce qui est de la maîtrise des nouvelles technologies notamment de communication, etc...). La « donnée » ou « data » et son traitement sont devenus l'or noir de notre époque. Par son ancienneté et la qualité de sa base de données encore perfectible, l'association dispose assurément d'opportunités dans l'utilisation de ces données, dans le respect bien évidemment de la RGPD.

Pour ce qui est de l'activité hébergement, en prévision de l'évolution des méthodes pédagogiques et du développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, il faudra observer avec attention et anticiper les nouveaux besoins tant de l'École que des résidents et probablement comme pour l'activité réseau, ouvrir davantage la Maison Des Élèves à d'autres organismes via des partenariats. En attendant d'atteindre cet objectif ambitieux de transformation, il faudra poursuivre dans l'une comme l'autre des activités de l'association, les efforts consentis et les actions entreprises dans l'amélioration continue de l'expérience client.



TROIS ENJEUX OU AXES STRATEGIQUES

La vision de ce que devrait devenir l'association ne pourra prendre forme qu'à moyen terme. La mue souhaitée devra se faire en plusieurs étapes. En attendant, et compte-tenu du contexte, l'association devra consolider son rôle et son image auprès de ses membres et partenaires. Pour cela, elle devra s'appuyer sur les axes ou enjeux stratégiques suivants :

1

Répondre aux besoins des membres

2

Transformer l'image de l'Association

3

Préparer le futur

AXE 1

ALUMNI
CARRIÈRE

ALUMNI
INSIDE

ALUMNI
BIRTHDAY

ALUMNI
CONFÉRENCE

ALUMNI
CAMPUS

ALUMNI
SOLIDARITÉ

RÉPONDRE AUX BESOINS DES MEMBRES

Par l'adéquation de l'offre de service.

Si le contexte n'est certes pas favorable du fait des tensions au sein de l'association, il ne peut expliquer à lui seul, le faible taux d'adhésion des membres et particulièrement celui des promotions récentes. Il est fort à parier que si le service rendu répondait aux attentes, compte-tenu du coût modique de la cotisation, les adhérents seraient plus nombreux. Il y a donc nécessité à remettre en question l'offre de service actuel afin d'aller à minima vers ce que Clayton Christensen appelle le « job to be done ». Qu'est-ce que les membres sont en droit d'attendre de l'association ? Au-delà, il faut anticiper et savoir transformer le besoin, l'insatisfaction du client en opportunité, en services nouveaux, c'est ce qui a fait la réussite des grands acteurs de la révolution numérique. Il faut aussi pouvoir anticiper ces besoins au regard de la mission de l'association et de l'évolution de la Société. Cela signifie, qu'il faut se fixer les objectifs suivants :

OBJECTIFS

1

Améliorer l'expérience par un accompagnement adapté tout au long du parcours client.

2

Créer et développer de nouveaux services induits notamment par la révolution numérique.

3

Adapter la mission de l'Association aux évolutions sociétales.

OBJECTIF 1

Il y a encore quelques années, beaucoup de membres cotisaient non pas pour obtenir un service en retour, mais par simple reconnaissance pour ce que l'École leur avait apporté. D'autres le faisaient par solidarité vis-à-vis des nouvelles promotions : ils avaient bénéficié de conditions jugées avantageuses durant leur scolarité (hébergement notamment) et souhaitaient faire perdurer cet avantage. On le sait, les comportements ne sont plus les mêmes aujourd'hui et les membres, avant de cotiser, analysent ce qu'ils vont recevoir en retour. Et si le retour sur investissement n'est pas suffisant à leurs yeux, ils cessent de cotiser. Autre phénomène qui n'existait pas vraiment auparavant, la force mais aussi le pouvoir de concurrence des réseaux sociaux. Les insatisfactions se faisant plus rapidement et facilement connaître au sein d'une communauté. Tout cela pour dire qu'aujourd'hui, sans une expérience client positive, peu de chance de fidéliser nos membres. Or, l'analyse des services existant laisse apparaître parfois un niveau insatisfaisant ou un manque d'adéquation avec leurs besoins.

OBJECTIF 2

« Pourquoi voulez-vous que je soutienne l'action de l'amicale, elle n'a rien fait lorsque j'avais besoin d'elle ? ». Cette phrase est probablement celle qui résume le mieux l'état d'esprit de plusieurs diplômés. Elle donne une explication au fait que certains se sont détournés de l'association mais également met en exergue le fait que l'association, dans son action n'a pas toujours ou n'est effectivement pas toujours là. C'était particulièrement criant pour le service « emploi / carrière » par exemple, mais d'autres besoins ne sont pas non plus pourvus. Une réflexion doit rapidement être portée. On en revient au « Job to be done ». Steve Jobs citait souvent ce bon mot d'Henry Ford : « Si j'avais demandé à mes clients ce qu'ils attendaient, ils auraient répondu « un cheval plus rapide », et non une voiture, et il ajoutait « ce n'est pas le rôle du client de savoir ce qu'il veut », peu après la présentation de l'iPad... Quand on interroge des clients sur leurs besoins, effectivement, ils formulent la plupart du temps des solutions (exemple dans le cas de Ford : un cheval plus rapide) qu'il convient plutôt de traduire en besoin latent. En ce qui nous concerne, il nous revient donc non pas de proposer un service mais de répondre aux besoins réels de nos membres, quitte à en inventer le format.

OBJECTIF 3

Les conséquences de la révolution numérique sont nombreuses et doivent guider nos réflexions sur les missions originelles de l'association, leurs évolutions possibles et les façons d'y répondre. C'est l'une des clefs facteur de succès de la stratégie de développement ou d'évolution de l'association. C'est aussi nécessaire pour arriver petit à petit à la vision que nous avons de l'association à moyen terme, celle d'une association devenue tiers de confiance ou de référence dans l'accompagnement aux changements.

ALUMNI
CONFÉRENCE

FRANÇOIS ROUX

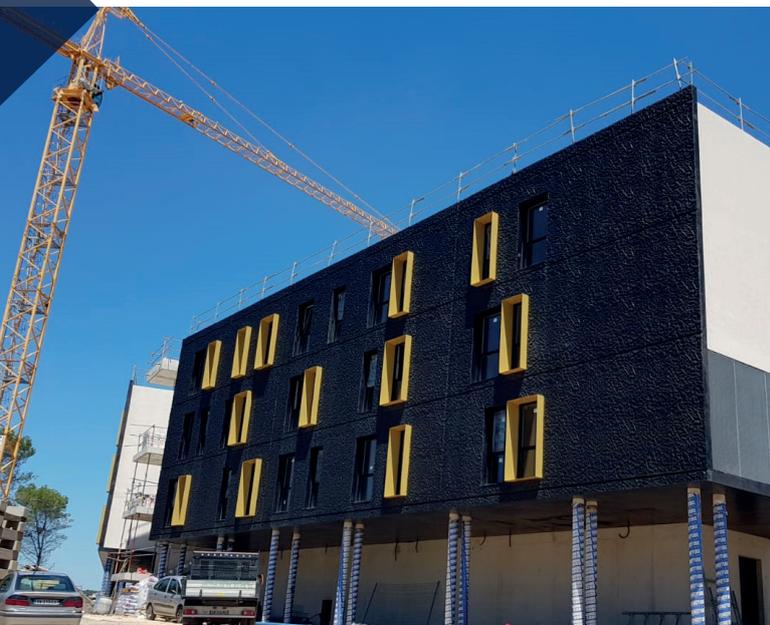
Alès IG, 2005: Relation commerciale Google France



Afin d'améliorer l'expérience client et proposer une évolution de l'offre de services, il a été demandé à Emagine, la junior entreprise de l'École, de réaliser une mission sur l'analyse du parcours client et ainsi mettre au jour les attentes des diplômés tout au long de leur vie au sein de la communauté, depuis l'entrée à l'École (même avant), jusqu'à la retraite. Les résultats basés sur des retours d'expériences, sur une enquête téléphonique auprès d'échantillons représentatifs et sur du benchmarking devraient être remis d'ici la fin de l'année civile. En attendant, le travail sur cet axe s'est traduit par :

POUR L'ACTIVITÉ HÉBERGEMENT

- Le développement du parc immobilier dans le cadre du projet CREAPP, consistant à la création de 180 studios et d'une salle polyvalente pour répondre au besoin d'hébergement des apprentis. Cette formation ne cessant de développer ses promotions. 90 logements ont été livrés pour la rentrée, en septembre et le reste du projet sera réceptionné le 20 décembre. À noter que le cahier des charges pour l'ameublement a été défini en collaboration avec les élèves, ce qui a abouti notamment à la fourniture non plus de lits en 140*200 mais de canapés convertibles permettant un gain de place dans le logement et un meilleur confort.
- La livraison prochaine d'une salle polyvalente de 700 m² dont le premier étage, composé de petites salles (brain bubble) équipées pour les travaux de groupe et la créativité, tentera par son équipement de répondre à l'évolution de la pédagogie de l'École ; laquelle se veut de plus en plus axée sur les travaux de groupes, les études de cas et la résolution de projets. Les élèves pourront ainsi s'y rassembler, le soir pour y poursuivre leurs travaux de groupe. Au rez-de chaussée, un espace de co-working sera proposé pour réviser seul ou pour échanger avec d'autres. Plusieurs espaces seront identifiés (espace détente, espace restauration, etc...). Projets pédagogiques, scolaires et extra-scolaires pourront y être traités. Le schéma de distribution et le mode d'utilisation est en cours de réflexion avec les élèves et présidents des associations. À terme, cet espace pourra être un carrefour de rencontre avec la communauté, notamment des diplômés qui pourront collaborer avec des élèves.
- La prise en compte de la problématique d'hébergement des apprentis ; lesquels devant la plupart du temps posséder deux baux d'habitation (un sur leur lieu d'études et un sur leur lieu de travail). Aussi, des tarifs avantageux sont proposés, qui ont incité les apprentis à revenir à la Maison Des Élèves. C'est ainsi que 150 ont signé un contrat de résidence cette année contre 55 l'année dernière.
- La création de deux cuisines collectives dans les anciens bâtiments : ces cuisines proposées aux résidents des simplex, serviront de test pendant une année. Selon le retour d'expérience, d'autres pourront être créées dans tous les bâtiments.
- L'installation de deux planchas connectées pour compléter l'offre de points de rassemblement, puisque les élèves ne disposaient que du seul espace barbecue au pied du bâtiment administratif. Une 3ème plancha sera installée au cours du premier trimestre 2019 dans le périmètre du projet d'extension.
- Le bar est en cours de rénovation. Il sera équipé et sera tenu comme un « vrai » bar. Là encore, les élèves ont été associés à ce projet. Ils ont établi le cahier des charges et les modalités d'utilisation de cet espace.



- Conformément à la délibération de la précédente Assemblée Générale, les dispositions ont été prises pour lancer le projet de rénovation du bâtiment P ; rénovation qui devient tout à fait urgente en termes de qualité de prestations. Comme convenu, les bailleurs sociaux ont été sollicités et une promesse de bail sera signée avec l'un d'eux avant la fin de l'année. Un appel d'offre sera lancé en début d'année 2019, les travaux débuteront en juin 2019 pour une livraison en juillet 2020. Sur le principe de ce qui avait été réalisé pour le bâtiment N, et lorsque la structure le permettra, à partir de 3 simplex seront créés 2 studios. Ainsi, des 100 simplex actuels dans le bâtiment, il y aura à l'issue de la rénovation : 62 studios et 6 chambres simples. La perte de place d'hébergement avait été anticipée dans le dimensionnement du projet d'extension livrée en septembre et décembre de cette année. Pour information, le coût du projet est estimé à 2.900.000 € TTC (y compris mobilier).

POUR L'ACTIVITÉ « ANIMATION DU RÉSEAU »

L'énergie a été centrée sur :

- Le service Alumni Carrière qui est disponible depuis le mois de mai dernier. En effet, grâce aux liens tissés et entretenus avec le Président d'Intermines, un partenariat a été signé, nous permettant de profiter d'un service ayant fait ses preuves depuis plus de 30 ans et utilisé chaque année par plus de 200 diplômés : Intermines carrières. Intitulé « Alumni Carrière », ce service propose de réaliser des « entretiens carrières » avec des conseillers professionnels dans le cadre de réorientations de carrières ou de recherche d'emploi. De plus, en interne, nous continuons à diffuser la CVthèque à nos quelques 250 entreprises partenaires et à collecter leurs offres d'emploi.
- Nous avons également tenu à pérenniser Alumni Inside qui permet à quelques diplômés, les plus rapides à s'inscrire, de pouvoir visiter des lieux fermés au grand public (Ecuries de la Garde Républicaine) ou de vivre un événement de l'intérieur (Grand Prix Automobile de Monaco). Ainsi, certains d'entre vous ont pu visiter récemment le siège de Google France.

D'autres événements sont en cours de réflexion (visite d'un théâtre suivi d'une représentation, visite d'un bateau de la Route du Rhum et du Vendée Globe et relation avec l'équipe technique et le marin, ...)

En termes de gouvernance, de nouvelles pratiques ont été mise en place avec les salariés de l'association afin d'imposer comme une évidence, l'utilisation de processus de mesure et d'amélioration continue de la performance.

ACTIONS FUTURES

OBJECTIF 1 : Développer davantage encore, les outils de mesure de la satisfaction des membres (enquêtes mais également rencontres dans les régions pour retours d'expériences et détermination des besoins).

OBJECTIF 2 : Une réflexion est d'ores et déjà portée sur le développement et l'évolution de nos services et deux axes sont particulièrement ciblés : le mentorat (et mentorat inversé) ainsi que des services en lien avec la formation continue ou encore avec « le business » et l'entraide entre membres.

OBJECTIF 3 : La mise en place d'une veille sur les évolutions scientifiques, technologiques, et sociétales et surtout la diffusion d'informations devra voir le jour. Des experts reconnus dans la communauté et en dehors seront sollicités pour animer conférences ou webinars sur ces thématiques.



AXE 2



TRANSFORMER L'IMAGE DE L'ASSOCIATION

Warren Buffett a dit « Il faut 20 ans pour construire une réputation et cinq minutes pour la détruire. Si vous gardez ça à l'esprit, vous vous comportez différemment » ... S'il reste encore beaucoup à faire (il n'est qu'à voir le premier enjeu) pour transformer l'association, le chemin parcouru en 3 ans est impressionnant et les projets menés à terme pour l'École ou l'association sont nombreux.

Dans la mouvance de la transformation numérique, des efforts ont été portés particulièrement sur la communication digitale pour informer, pour rendre à l'Association, l'image qu'elle n'aurait jamais dû perdre, à savoir celle d'un réseau solidaire, au service de ses membres et du rayonnement de l'École. Il convient de rapidement mettre en place un plan et se fixer comme objectifs de :

1

Sortir du conflit juridique et préparer les conditions d'un retour à la cohésion des membres.

2

S'appuyer sur un véritable plan de communication.

3

Consolider le partenariat « Association/Elèves/École » et affirmer sa force et sa finalité.

4

Renforcer la vocation sociale et solidaire ainsi que d'accompagnement des membres de l'association.

OBJECTIF 1

Sortir du conflit juridique et préparer les conditions d'un retour à la cohésion des membres

Dans un souci d'apaisement et afin de retrouver la cohésion et l'unité du réseau, une tentative de conciliation a été lancée dès le mois de juin, à l'initiative des membres du bureau. Elle a finalement été rejetée en novembre par les assignataires désireux que justice se fasse. Dommage pour l'association.

OBJECTIF 2

S'appuyer sur un véritable plan de communication

L'arrêt du conflit interne ramènera à coup sûr de la sérénité au sein du Conseil d'Administration. Ce n'est pas pour autant que l'image de l'Association sera restaurée et que les membres qui s'en étaient détournés reviendront. Il va donc falloir communiquer encore et toujours, de façon positive et en utilisant tous les supports, en adéquation avec les différents profils de membres (personae). Dans ces circonstances exceptionnelles, un contact plus direct pourra être nécessaire (tournée des régions, appels téléphoniques, etc ...). Si le conflit devait perdurer, et dans la mesure où les communications et messages de l'équipe de gouvernance actuelle sont brouillés, il faudra trouver des ambassadeurs de l'association et/ou de l'École, véritables tiers de confiance, perçus comme neutres dans le conflit pour véhiculer les messages positifs et tenter de rassembler tous ceux, qui, sans vouloir prendre parti, sont capables objectivement de juger des résultats et défendre, à minima les intérêts de l'École et de la Maison des Élèves pour les élèves de l'École.

OBJECTIF 3

Consolider le partenariat « Association/Élèves/École » et affirmer sa force et sa finalité

Si certains membres ne sont plus prêts à soutenir l'association, ils demeurent encore proches de l'École et sont à l'écoute de ses besoins et préoccupations. D'autres, et particulièrement les jeunes diplômés sont eux, proches des élèves et continuent à s'intéresser aux activités des associations (Imagine, ISF, tsiky, etc...), commissions (gala, intégration, Meuh Folle, etc...) ou clubs (Ema Mousse, Radio ding-dong, Ema'Pi, etc...). Il y a donc un intérêt à montrer à ces membres la proximité qui existe entre Mines Alès Alumni, IMT Mines Alès et le Cercle des Élèves. Il faut donc, chaque fois que cela est possible, collaborer et mettre en avant les actions communes, les développer, les susciter. Cela passe par une réelle collaboration avec ces partenaires tout au long des parcours clients. Dans un souci de vision à moyen terme, et afin de définir les objectifs et engagements de chacun, des conventions pluriannuelles devront être établies avec l'École et le Cercle des Élèves.

OBJECTIF 4

Renforcer la vocation sociale et solidaire ainsi que d'accompagnement des membres de l'association

Les plus anciens de nos Papès ont ce sentiment profond de devoir beaucoup à l'École. De ce fait, ils lui sont très attachés, tout comme à leur association « amicale ». Malheureusement, ce sentiment semble disparaître avec les générations comme l'ont ressenti aussi les autres associations des écoles d'IMT qui se posent toutes la question de la perte d'affectio societatis. Il y a donc nécessité de tout mettre en œuvre pour que de nouveau, les membres aient ce sentiment de redevabilité et les encourager à maintenir la chaîne de solidarité née il y a de cela plus de 130 ans. Cela passe par des actions, des services, une expérience client positive mais aussi par de la communication. Et si cela ne suffit pas, si les membres ne sont pas plus reconnaissants que cela à leur école, il faut au moins qu'ils soient fiers de l'association. Il faut pour cela s'appuyer sur sa vocation sociale et solidaire et promouvoir les actions entreprises dans ce sens tels que développement de la Fondation par les levées de fonds, aides à la mobilité, actions caritatives ou sociales, ou encore par l'intermédiaire de soutien à des actions des élèves (Tziky Zanaka, 4L trophy, etc...). Enfin, il faudra créer du lien physique avec les papès les plus âgés qui ne peuvent plus se rendre aux réunions et événements de l'Association.



Administrateurs et salariés de l'association ont tout mis en oeuvre pour restaurer l'image et la cohésion du réseau, ainsi :

- Une convention de partenariat, a récemment été signée avec le Cercle des Élèves. Cette convention a pour but de régir les relations entre les parties notamment pour l'organisation de la vie extra-scolaire mais pas uniquement. Elle prévoit également de faciliter l'intégration des élèves dans le réseau, de les impliquer dans la gouvernance ou encore de soutenir leurs actions à vocation sociale et solidaire.
- La convention de partenariat avec l'École est en cours de renouvellement. D'ores et déjà la subvention annuelle est maintenue pour 2019. Les axes de travail en commun vont être redéfinis sur la base de nos stratégies respectives mais la nouvelle direction n'a de cesse de rappeler qu'il faut mettre l'élève au centre du projet. Les premières discussions mettent en évidence une forte attente de l'École en termes d'accompagnement des élèves par les diplômés. C'est pourquoi cette année, dans le cadre du Forum des entreprises, et afin de préparer les élèves à cet événement, un partenariat a été mis en place entre Mines Alès Alumni le groupe Page. Des interventions magistrales ont été faites auprès des élèves de 1^{ère} et de 2^{ème} année et ont été suivies par des ateliers personnalisés, en visioconférence, sur les thèmes « comment se présenter en entreprise » ou encore « comment bien présenter un CV ». Ce partenariat permettra également aux diplômés en veille de s'adresser à ce spécialiste du recrutement.
- Les témoignages de diplômés dans le cadre de conférences métiers se poursuivent. Cette année, François ROUX (2005) est venu parler de son parcours et donner une idée aux élèves des opportunités professionnelles offertes par le diplôme de l'École.
- Dans un souci d'identité visuelle identique, signe de la proximité entre nos deux entités, nous avons transformé notre logo. Cette opération a également le mérite de jouer le jeu de la stratégie de marque de l'IMT.
- L'École et Mines Alès Alumni, créateurs de la Fondation IMT Mines Alès s'associent pour tenter de lever des fonds. Thierry de Mazancourt et Sébastien DEVEAUX étaient notamment présents au dîner de collecte de fond de la Fondation de l'IMT, accompagnés de diplômés et d'élèves. Au 31 octobre, la collecte se monte à environ 18.000 € pour 62 donateurs. Compte-tenu du nombre de diplômés et de l'objet de cette fondation, ces chiffres pourraient et devraient être bien meilleurs. Des campagnes de levées de fonds vont se poursuivre d'ici la fin de l'année et en tout début d'année prochaine. Nous comptons sur votre générosité.



- Les bourses Michard et Vodentcharoff ont bien évidemment été distribuées comme aide à la mobilité pour les élèves. Neuf élèves ont pu en bénéficier pour un montant total de 10.000€ et sont allés compléter leur formation dans des pays tels que le Canada, le Brésil ou l'Inde.
- Une nouvelle action est en cours, consistant à organiser des visites des Papés les plus anciens ne pouvant plus se déplacer et se retrouvant « coupés » de l'Association. Il est prévu que des élèves habitant à proximité aillent à leur rencontre pendant les fêtes de Noël 2018 pour passer un peu de temps avec eux, échanger, leur porter une boîte de chocolats et en profiter pour leur montrer, par le biais de vidéos, l'évolution de leur école et de la Maison Des Elèves.
- Un partenariat est en cours avec la Société des membres de la Légion d'Honneur (SMLH) dont notre école est membre. C'est dans ce cadre qu'une conférence sur de l'histoire des écoles des Mines, par Jean-Claude DURIEZ (Douai 71) a été organisée le 22 novembre à l'École, et qu'un élève a été porte drapeau lors du défilé du 11 novembre. Il reste encore beaucoup à faire dans le cadre de ce partenariat de prestige.
- L'accent a été mis cette année sur les jubilés de promotion et un grand nombre de diplômés ont prévu de se retrouver pour le week-end du Gala ; Gala au cours duquel la désormais traditionnelle remise de la lampe de Mineur aux promotions en 8 présentes (2008, 1998, 1988, 1978) se perpétuera. À noter que pour des raisons pratiques, la promotion 68 a anticipé ce rassemblement, préférant se retrouver au cours d'un week-end organisé par Mines Alès Alumni, courant août.

ACTIONS FUTURES

OBJECTIF 1 : Retrouver une unité nécessaire au sein de l'association.

OBJECTIF 2 : Mettre en place un plan de communication afin de rétablir l'image de l'Association et tenter de faire revenir le plus grand nombre possible de membres dans le réseau.

OBJECTIF 3 : À partir des stratégies respectives, établir un projet d'actions communes École/Association.

OBJECTIF 4 : Améliorer le résultat des collectes de fonds au profit de la Fondation et participer davantage au soutien des actions sociales d'élèves.



AXE 3

PRÉPARER LE FUTUR

Faut-il le rappeler Mines Alès Alumni, par la mission d'hébergement qu'elle a accepté en son temps du Ministère de l'Industrie n'est pas une association de diplômés comme les autres. Avec un chiffre d'affaires de 2000 K€ qui sera porté à prochainement à 2700 K€ avec l'extension du parc immobilier, avec ses 20 salariés, avec les responsabilités qui pèsent sur elle et ses administrateurs, elle ne peut et ne doit être gérée comme une simple association amicale. Un virage a été engagé depuis quelques années et particulièrement depuis trois ans mais il faut encore aller plus loin dans sa transformation et préparer voire anticiper des évolutions toujours plus rapides afin de la pérenniser. Pour cela plusieurs actions doivent être engagées, à savoir :

OBJECTIFS

1

Rendre efficiente la gouvernance, développer les compétences internes et changer la culture d'entreprise.

2

Poursuivre la transformation numérique.

3

Porter une réflexion sur le modèle d'affaires et le développement de nouvelles ressources financières.

4

Impliquer les élèves dans la vie de l'association pour la pérenniser.

5

Lancer des projets structurants.

OBJECTIF 1

Rendre efficiente la gouvernance, développer les compétences internes et changer la culture d'entreprise.

Le passage à une gestion plus professionnelle de l'association, initié en 2009, a connu un coup d'accélérateur depuis maintenant trois ans. Dans un souci de transparence et d'amélioration de la gouvernance et afin de combler un manque évident de clarté des statuts, diverses politiques ont été mises en place. L'organisation opérationnelle des instances de gouvernance a également été revue pour une meilleure implication des administrateurs. Ceci étant, il reste beaucoup à faire. C'est culturel, nous n'arriverons certainement jamais au niveau d'autres pays anglo-saxons, par exemple en termes de gestion des associations à but non lucratif mais il y a tout de même bon nombre d'actions à engager pour le bien de l'association.

- *Changer la culture d'entreprise par la formation des administrateurs.*
- *Développer l'implication et la responsabilisation des administrateurs par la création et l'animation de comités ou commissions.*
- *Modifier les statuts pour améliorer la gouvernance (réduction du nombre d'administrateurs, choix de ceux-ci en fonction des compétences, utilisation de nouveaux outils, etc...).*
- *Impliquer davantage les collaborateurs au travers d'objectifs qualitatifs découlant de cette stratégie.*

OBJECTIF 2

Poursuivre la transformation numérique

Annoncée par l'équipe de gouvernance depuis deux ans, la transformation numérique ne se résume pas en une simple communication digitale et ne se traduit pas uniquement par l'utilisation de nouveaux outils informatiques, telles les applications ou encore les plateformes. C'est bien plus que cela. Ainsi, parmi les critères de réussite de ladite transformation, il faut notamment :

- *Mettre le client ou le membre (diplômé ou élève, cotisant ou non-cotisant) au centre de nos préoccupations et de la chaîne de valeur. De par l'ancienneté de l'association, plusieurs typologies de clients existent. En termes de communication ils sont appelés « Personae ». Il convient donc leur porter de l'attention à tous (élèves, diplômés tout au long de leur vie, École). C'est ce qui est d'ailleurs préconisé pour améliorer les services et en développer d'autres.*
- *Développer les compétences internes des permanents et administrateurs pour répondre à l'évolution nécessaire de la structure.*
- *Organiser la structure et la faire fonctionner par projet et en mode agile.*
- *Établir un schéma directeur de l'outil informatique pour une adéquation aux nouveaux besoins et nouveaux comportements et tendre vers le zéro papier à tous les niveaux de l'organisation (CA, bénévoles dans les groupes, employés à l'École et à la MDE, membres et résidents).*

OBJECTIF 3

Porter une réflexion sur le modèle d'affaires et le développement de nouvelles ressources financières

En 2012 / 2013, une réflexion avait été portée sur le modèle économique de l'association ; lequel repose quasi exclusivement, hors subvention de l'École, sur la cotisation des membres et les revenus encadrés du parc immobilier. À cette époque, bon nombre d'associations de diplômés qui avaient subi la fin du droit à délivrance de reçus fiscaux, se posaient la question de la mise en place de la cotisation à vie, pas tant pour accroître les ressources que le nombre de cotisants. Du fait de la difficulté à définir un montant de cotisation et à calculer une soulte pour les cotisants de longue date, du fait également que les plus anciens papès étaient prêts à continuer à cotiser, cette option avait été repoussée. Aujourd'hui, les plus anciens membres sont de moins en moins nombreux, tout comme les cotisants, du reste, tandis que les besoins de services à financer s'accroissent. Il est donc temps de relancer une réflexion sur le modèle d'affaires après avoir dressé l'état des lieux des cotisants. Dans la mesure où nos associations sœurs de l'IMT sont confrontées aux mêmes difficultés et interrogations, pourquoi ne pas les associer, du moins certaines de Mines+/Intermines et plus particulièrement Mines Saint-Etienne Alumni ou Mines ParisTech Alumni qui gèrent elles aussi une Maison des Élèves.

Les sujets devront porter notamment sur :

- *Quelle mission des associations de diplômés demain et avec quel financement ?*
- *Rôle des écoles et de l'IMT dans la réalisation des missions des associations de diplômés ?*
- *Quels partenaires pour cocréer de la valeur et des services ?*

D'ores et déjà, au vu des actions à développer et des faibles ressources propres de l'association pour l'activité « réseau », il paraît important de chercher rapidement des partenaires avec lesquels cocréer de la valeur ou obtenir des contrats de sponsoring directement ou via la Fondation si la raison de la Fondation le permet.

OBJECTIF 4

Impliquer les élèves dans la vie de l'association pour la pérenniser

De façon tout à fait logique, l'ensemble des membres s'accorde à dire que les élèves constituent le devenir de l'association. Depuis longtemps, l'accent est porté sur la nécessité de leur faire prendre conscience de l'existence du réseau et du rôle de l'association. Toutefois, cela ne se traduisait que par des actions de communication envers eux et la distribution d'un sweat et d'un annuaire ; l'implication dans la gouvernance de l'association se limitant au seul poste d'administrateur du Président du Cercle et à la mise en place du Comité Consultatif des Résidents. Or cela ne suffit pas. Il faudrait notamment : reconsidérer leur représentation au sein des instances de gouvernance de sorte qu'ils soient plus nombreux à s'impliquer dans l'association, les associer davantage aux travaux des commissions et des décisions les impactant ou impactant leur devenir comme futurs diplômés, s'intéresser davantage à leur vie extrascolaire et faciliter leurs projets, les faire participer sur la vision de l'association, développer le mentoring inversé pour créer du lien intergénérationnel et les impliquer dans la mission « devoir de mémoire ».

OBJECTIF 5

Lancer des projets fédérateurs et structurants

S'il est un sujet qui mérite vraiment toute l'attention future de l'association, c'est celui de l'évolution des compétences et du métier d'ingénieur. En effet, les experts s'accordent à dire que la révolution numérique fait qu'à court terme, les compétences risquent de prendre le pas sur les diplômes et que 70% des métiers de 2030 n'existent pas encore. En outre, dans la guerre aux talents que se livrent les entreprises, la différence se fait de plus en plus sur les « soft skills », les compétences humaines ou relationnelles. Il faut donc veiller à ce que les formations tiennent compte de cette réalité et ouvrir la voie à des discussions avec l'École, voire de l'IMT pour que :

- *A défaut, des formations courtes soient proposées pour faire évoluer les compétences tout au long de la vie professionnelle, dans le cadre de la formation continue. Sur le modèle de ce qui a été initié, il y a quelques temps au sein de l'association, éventuellement, avoir des partenaires externes pour offrir ce service aux diplômés, que ce soit dans Alumni Carrière ou avec une entreprise privée en formation.*
- *L'accès au Moocs d'IMT Mines Alès devrait être plus largement encouragé auprès des membres.*
- *Accompagner le diplômé et la communication sur les formations par une cartographie des compétences acquises ou supposées l'être.*

En lien avec le travail sur l'image de l'association, soutenir pleinement les opérations de levées de fonds pour la Fondation paraît être également rassembleur tout comme, pourquoi pas, dans un autre registre la mise en avant et le développement pour nos membres entrepreneurs avec du business Angels géré à l'interne, via la Fondation ou avec des partenaires.

Un autre sujet tout aussi important est la gestion des données. Nous le verrons dans les facteurs clés de succès, la connaissance des membres est primordiale pour répondre à ses besoins actuels mais aussi pour tout ce qui est de l'ordre du prescriptif. L'association détient probablement une mine de données qui, mieux exploitées pourraient sans nul doute apporter dans l'animation de la communauté et l'offre de services. Il faut donc optimiser l'utilisation de notre base de données et plus généralement lancer une réflexion sur le sujet de la gestion de la relation clientèle (CRM) tout au long de la vie du membre comme élève à la MDE jusqu'à sa retraite (« Profil Emayen »).

Les objectifs pour cet axe sont plus nombreux et des actions ont été menées en 2018 pour chacun de ces objectifs. Ainsi :

- La commission des risques a été créée. Rattachée au Bureau, elle a pour vocation et mission de réfléchir et travailler sur l'ensemble des aspects liés à la gestion des risques, qu'ils soient professionnels (accident du travail, maladies professionnelles) naturels et technologiques (inondations, accident TMD, accident industriel...), bâtimentaires (incendie, accessibilité...), sociaux (grèves, menaces, malveillances), sanitaires (intoxications, virus, ...), financiers, informatiques (cyber attaque, ...). C'est notamment sous son impulsion qu'une sensibilisation aux risques d'incendie avec manipulation d'extincteurs a été organisée dans le cadre de la semaine d'intégration des élèves ou encore que des réunions conjointement organisées avec l'École sur les risques d'addiction ont pu se tenir.
- Des objectifs qualitatifs de type smart ont été mis en place, pour les salariés de l'association, en contrepartie de l'augmentation de leur prime d'objectifs ainsi qu'une incitation à la Formation ; le Bilan social devra être dorénavant complété par un détail des formations proposées ou suivies par l'ensemble des collaborateurs.
- Au-delà de l'évolution des outils informatiques utilisés, une réflexion a été portée pour faire héberger sur serveur distant l'ensemble des outils et logiciels bureautiques pour une meilleure accessibilité et un meilleur partage des données. Des entreprises sont actuellement consultées sur le sujet. À noter également cette année la réalisation des états des lieux sur tablette numérique, conformément à ce qui vous avait été annoncé l'année dernière.
- Dans l'attente d'une réflexion plus large sur le modèle économique, une première action est envisagée par l'abaissement du montant de la cotisation des jeunes diplômés, à l'instar de ce qui est pratiqué par nos associations sœurs ; l'objectif étant de fidéliser les élèves. D'autres pistes telles que paiement au service ou autres pourront être étudiées. Un travail en commun avec les autres associations de diplômés, qui rencontrent les mêmes difficultés paraît nécessaire et pertinent.
- Les élèves sont associés, dans la mesure du possible à la vie de l'Association. Ils ont ainsi pu participer à l'élaboration du cahier des charges de l'aménagement des nouveaux studios ou encore de la future salle polyvalente. Ils participent également à l'organisation d'événements tels que la journée d'intégration, le Forum, aux partenariats avec la Société des Membres de la légion d'Honneur et bien sûr sont partie prenante de l'action de Noël envers les plus anciens Papés.

ACTIONS FUTURES

Objectif 1 : modifier les statuts.

Objectif 2 : passage aux réunions zéro papier et utilisation serveur distant.

Objectif 3 : lancer une réflexion commune sur la révolution du modèle économique.

Objectif 4 : développement du mentorat et mentorat inversé.

Objectif 5 : lancer des projets fédérateurs et structurants tels que : développement de la Fondation Mines Alès, développement de Business Angels, transfert du musée minéralogique (conditions et financement), cartographie des compétences et développement de la formation continue, en partenariat avec l'École pour la formation tout au long de la vie.



LES LEVIERS OU CLEFS FACTEURS DE SUCCES

Cette stratégie, pour délivrer toute son efficacité devra s'appuyer sur les leviers suivants :

LEVIER 1

Les conséquences de la révolution numérique comme inspiration

Le numérique en quelques années, par internet et le smartphone a révolutionné des pans entiers de notre société. Les modes de comportement ont évolué dans notre société et il convient de s'y adapter pour répondre aux besoins de nos membres. Pour rappel la révolution numérique c'est :

- *Un monde toujours plus connecté, équipé, technologique et informé.*
- *De nouveaux comportements et nouveaux usages (mobilité, ubiquité, économies du partage et collaboratives, plateformes, etc...) qui mettent le client au centre de la chaîne de valeur.*
- *La disruption des modèles économiques (« ubérisation »).*
- *De nouvelles façons de communiquer et une nouvelle approche marketing (passage du marketing de l'attention au marketing de l'intention notamment).*
- *La collecte et l'utilisation des données des clients sont devenues indispensables.*
- *La mutation des écosystèmes.*
- *Un monde du travail bouleversé avec une évolution de plus en plus rapide des métiers et des compétences.*

Cela génère des craintes, des difficultés à suivre le rythme et à s'adapter mais aussi bon nombre d'opportunités pour se développer et pour accompagner nos membres face à ces changements.

LEVIER 2

Une communication plus efficace et personnalisée qui s'appuie sur une parfaite connaissance de nos membres

Comme vu ci-avant, la communication doit jouer un rôle majeur pour restaurer l'image de marque de l'Association et tenter d'attirer les membres qui se sont éloignés d'elle car s'ils ne cotisent pas, bon nombre de diplômés sont inscrits sur les comptes des réseaux sociaux de l'association. Il faudra pour cela s'inspirer des techniques de Brand Content et d'Inbound Marketing.

L'aspect qualitatif de la communication doit donc revêtir une importance considérable. Du choix du message au canal utilisé en passant par la fréquence des communications. Tout doit être pensé. Mais mettre le client au centre de la stratégie, vouloir s'adresser à lui n'a de sens, si l'on veut réussir, que si nous le connaissons bien. Nous ne pourrions faire l'économie d'une collecte de données encadrée mais permettant de le suivre tout au long de son cheminement dans la communauté (scolaire, extra-scolaire, professionnel voire personnel) afin d'anticiper éventuellement ses besoins en termes d'information mais aussi de services. La gestion mais également le développement pour plus de précision de la base de données relève une importance capitale. Il faut donc : continuer le travail de qualification de la BDD, lancer en parallèle un état des lieux des possibilités de collectes de données avec le prestataire actuel, établir un benchmark des solutions proposées pour une plus grande précision (CRM ou autre outil), faire estimer l'évolution avec le prestataire actuel, mettre en place des indicateurs de réussite de notre communication et de l'implication des diplômés dans nos actions.

LEVIER 3

Un écosystème renforcé et développé pour créer de la valeur ou mutualiser des services

Les moyens de l'association, quels qu'ils soient, sont de toute façon limités pour la transformer rapidement. Il est donc indispensable de renforcer les liens tissés au sein de l'écosystème et particulièrement ceux avec d'une part, l'École, voire l'Institut Mines Télécom et d'autre part, les associations de diplômés, pour, par une mutualisation des services, opérer des gains de productivité et également renforcer l'offre de service. Au-delà, il conviendra également, dans le même objectif, de développer des partenariats de tous ordres (entreprises nationales, locales, institutions publiques ou privées) afin de cocréer de la valeur ou bénéficier de sponsoring.

Nos membres, tout d'abord mais également nos partenaires actuels, nos services ou infrastructures devraient servir de point de base à un plan d'actions devant :

- *Établir une liste des partenaires susceptibles de contribuer, en fonction de leurs secteurs d'activité, de leur image ou de leur stratégie, aux actions d'une association d'ingénieurs.*
- *Établir une liste de diplômés et partenaires décisionnaires en termes de sponsoring collaboratif où l'entreprise offre un service ou une connaissance gracieusement à la place ou en plus d'un soutien financier afin de faire connaître son expertise auprès des membres via l'association.*

Conscient de l'importance de ces leviers, nous nous en sommes inspirés pour nos actions de 2018 notamment par :

- La consolidation et le développement de liens avec les associations de diplômés de l'IMT et particulièrement de Mines+ et d'Intermines. Cela a permis de mettre en œuvre Intermines Carrières et d'entrevoir avec eux, pour les années à venir, un travail sur les groupes professionnels et thématiques.
- La proximité que nous avons avec Lille-Douai et Albi nous amènera, c'est en cours de validation avec l'éditeur, à la réalisation de revues communes en lieu et place de notre Minales et de leur Douaisien.
- Enfin, pour répondre aux attentes de l'IMT qui compte, dans le cadre de la mise en œuvre de sa stratégie, s'appuyer sur un réseau de diplômés puissant et actif, des rencontres se font plus fréquentes avec l'ensemble des associations de diplômés et des actions communes commencent à voir le jour. L'évolution de l'amélioration de notre base de données, dans le respect de la RGPD, est en perpétuelle réflexion. Enfin, un travail qualitatif sur la communication, au-delà de la forme, est lancé. Il doit aboutir à la détermination d'objectifs en termes de fréquences de messages, de contenus et d'adaptation de ceux-ci en fonction de cibles prédéfinies.

RAPPORT FINANCIER

de l'exercice comptable 2017

	Du 01/01/17 Au 31/12/17	Du 01/01/16 Au 31/12/16	Variation	
			en valeur	en %
Produits d'exploitation (1)				
Ventes de marchandises <i>dont à l'exportation :</i>				
Production vendue (biens et services) <i>dont à l'exportation :</i>	1 902 840	1 879 521	23 319	1
Montant net du chiffre d'affaires	1 902 840	1 879 521	23 319	1
Production stockée				
Production immobilisée				
Subventions d'exploitation	50 000	50 000		
Reprises sur provisions (et amortissements), transferts de charges	73 542	70 240	3 302	5
Autres produits	2	1	1	101
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION (I)	2 026 384	1 999 762	26 622	1
Charges d'exploitation (2)				
Achats de marchandises				
Variation de stocks				
Achats de matières premières et autres approvisionnements				
Variation de stocks	-2 785	-476	-2 309	-485
Autres achats et charges externes	848 560	788 878	59 681	8
Impôts, taxes et versements assimilés	130 990	205 391	-74 402	-36
Salaires et traitements	459 994	412 988	47 006	11
Charges sociales	193 825	190 916	2 909	2
Dotations aux amortissements et dépréciations				
Sur immobilisations : dotations aux amortissements	472 108	539 101	-66 993	-12
Sur immobilisations : dotations aux dépréciations				
Sur actif circulant : dotations aux dépréciations				
Dotations aux provisions				
Autres charges	16 041	17 214	-1 173	-7
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION (II)	2 118 732	2 154 013	-35 282	-2
RÉSULTAT D'EXPLOITATION (I - II)	-92 348	-154 252	61 904	40
Quotes-parts de résultat sur opérations faites en commun				
Bénéfice ou perte transférée (III)				
Perte ou bénéfice transféré (IV)				

Comme expliqué l'année dernière, la perte enregistrée sur l'exercice 2016 était ponctuelle et provenait essentiellement de l'incidence comptable de la rétrocession partielle du droit au bail à construction pour la réalisation du projet d'extension (cf rapport moral AG 2017). Preuve en est, le bénéfice présenté cette année est de 94.000 € ; bénéfice qu'il faut toutefois relativiser dans la mesure où il est généré pour partie par une reprise sur provision à hauteur 150.000 € (taxes foncières). Si le total des produits et charges d'exploitation fluctuent très peu (+1% soit 26.000 € et -2% soit -35.200 €), une analyse plus précise montre que :

CONCERNANT LES PRODUITS

- le montant net de chiffre d'affaires augmente de 23.000 €
- le montant des subventions est identique
- les reprises sur provisions et transferts de charges augmentent de 3.000 €. À noter que les aides de l'État pour contrats aidés ont diminué de 11.500 €. Elles sont compensées cette année, par des remboursements d'assurance pour sinistres plus élevées. À noter également l'intégration du loyer versé par le bailleur social, contrepartie du bail à construction pour un montant de 4.000 €.

	Du 01/01/17 Au 31/12/17	Du 01/01/16 Au 31/12/16	Variation	
			en valeur	en %
Produits financiers				
De participation (3)				
Autres valeurs mobilières et créances d'actif immo. (3)				
Autres intérêts et produits assimilés (3)	16 061	14 661	1 400	10
Reprises sur prov. et dépréciations et transf. de charges				
Différences positives de change				
Produits nets sur cessions de val.mob. de placement				
TOTAL DES PRODUITS FINANCIERS (V)	16 061	14 661	1 400	10
Charges financières				
Dotations amortissements, dépréciations, provisions				
Intérêts et charges assimilées (4)	25 488	35 710	-10 223	-29
Différences négatives de change				
Charges sur cessions de valeurs mob. de placement				
TOTAL DES CHARGES FINANCIÈRES (VI)	25 488	35 710	-10 223	-29
RÉSULTAT FINANCIER (V - VI)	-9 427	-21 050	11 623	55
RÉSULTAT COURANT avt impôts (I-II+III-IV+V-VI)	-101 775	-175 302	73 527	42
Produits exceptionnels				
Sur opérations de gestion	150 781	882	149 899	
Sur opérations en capital	64 354	83 661	-19 307	-23
Reprises sur prov., dépréciations et transferts de charges		3 000	-3 000	-100
TOTAL DES PRODUITS EXCEPTIONNELS (VII)	215 135	87 543	127 592	146
Charges exceptionnelles				
Sur opérations de gestion	17 032	233 447	-216 415	-93
Sur opérations en capital	80	2 542	-2 462	-97
Dotations amortissements, dépréciations, provisions	692	3 072	-2 379	
TOTAL DES CHARGES EXCEPTIONNELLES (VIII)	17 804	239 060	-221 256	-93
RESULTAT EXCEPTIONNEL	197 331	-151 517	348 848	230
Participation des salariés aux résultats (IX)				
Impôt sur les bénéfices (X)	1 453	1 281	172	13
TOTAL DES PRODUITS (I+III+V+VII)	2 257 580	2 101 966	155 614	7
TOTAL DES CHARGES (II+IV+VI+VIII+IX+X)	2 163 477	2 430 065	-266 588	-11
Bénéfice ou Perte	94 103	-328 099	422 202	129

CONCERNANT LES CHARGES

- les achats et charges externes ont augmenté de 59.000 € (8%) dont la moitié du fait de dépenses supplémentaires en fluides (eau, gaz, électricité) ; À noter le montant toujours conséquent de frais d'avocats de l'ordre de 74.000 € pour la défense de l'association du fait d'assignations, la baisse des frais de déplacement 3.800 € ou encore des pièces détachées pour 6.000 € tandis que les frais engagés pour l'animation du réseau ont augmenté de 6.500 € tout comme les équipements (achat de linge, ...).
- les impôts et charges ont diminué de 74.000 € (arrêt d'une provision non nécessaire pour la taxe foncière).

- les salaires et charges ont augmenté de 50.000 € dont 16.000 € du fait du licenciement pour inaptitude d'un salarié, 13.000 € du fait de la prime d'objectifs et 6000 € pour la revalorisation salariale « normale ».
- les dotations aux amortissements ont diminué de 67.000 €.
- les produits financiers ont augmenté de 1400 € (+10%) et les charges financières baissé de 10.000 € (-29%) du fait de la renégociation des taux d'intérêt. Les produits exceptionnels ont augmenté par la reprise de provisions (150.000 €) tandis que les charges exceptionnelles ont diminué de 216.000 € (représentant l'opération de rachat partiel du bail à construction en 2016).

BILAN

I. OPINION

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous avons effectué l'audit des comptes annuels de l'association « Amicale des Anciens Elèves de l'Ecole des Mines d'Alès » relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2017, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

ACTIF	Valeurs nettes au 31/12/17	Valeurs nettes au 31/12/16	Variation	
			en valeur	en %
Capital souscrit non appelé				
ACTIF IMMOBILISÉ				
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement				
Frais de développement				
Concessions, brevets et droits similaires	4 573	2 841	1 732	61
Fonds commercial (1)				
Autres immobilisations incorporelles				
Immobilisations incorporelles en cours				
Avances et acomptes				
Immobilisations corporelles				
Terrains	241 971	241 971		
Constructions	331 320	411 990	-80 670	-20
Installations tech., matériel et outillages indus.	26 710	29 219	-2 509	-9
Autres immobilisations corporelles	2 728 374	2 886 034	-157 660	-5
Immobilisations corporelles en cours				
Avances et acomptes				
Immobilisations financières (2)				
Participations	103	103		
Créances rattachées à des participations				
Titres immobilisés de l'activité de portefeuille				
Autres titres immobilisés				
Prêts	3 000		3 000	
Autres immobilisations financières				
TOTAL (I)	3 336 051	3 572 157	-236 107	-7
ACTIF CIRCULANT				
Stocks et en-cours				
Matières premières et autres approv.	7 146	4 361	2 785	64
En cours de production (biens et services)				
Produits intermédiaires et finis				
Marchandises				
Avances et acomptes versés sur commandes				
Créances (3)				
Créances clients et comptes rattachés (3)	10 554	10 131	423	4
Autres (3)	42 925	5 966	36 959	620
Capital souscrit - appelé non versé				
Valeurs mobilières de placement				
Actions propres				
Autres titres	501 738	501 738		
Instruments de trésorerie				
Disponibilités	413 599	416 869	-3 270	-1
Charges constatées d'avance (3)	44 445	43 597	848	2
TOTAL (II)	1 020 408	982 662	37 745	4
Charges à répartir sur plusieurs exercices (III)				
Primes remboursement des emprunts (IV)				
Ecarts de conversion actif (V)				
TOTAL GÉNÉRAL (I+II+III+IV+V)	4 356 458	4 554 820	-198 361	-4
(1) Dont droit au bail				
(2) Dont à moins d'un an (brut)				
(3) Dont à plus d'un an (brut)				

Le bilan présente une baisse de 198.000 €. L'actif immobilisé est en baisse de 236.000 € du fait de son amortissement. L'actif circulant est en hausse de 37.000 € du fait de l'augmentation des créances clients ; les disponibilités et valeurs mobilières de placements étant à quelques euros près semblables à 2016 (environ 915.000 €).

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de l'association à la fin de cet exercice.

AXIOME AUDIT - SARL au capital de 36 552 € - RCS Montpellier D 332 835 131
NAF 6920 Z - N° SIRET 332 835 131 00043 - N° de TVA Intracommunautaire : FR 15 332 835 131
www.axiomeassociates.fr

Membre indépendant



DIFFERENCE



PASSIF	Valeurs au 31/12/17	Valeurs au 31/12/16	Variation	
			en valeur	en %
CAPITAUX PROPRES				
Capital (dont versé : 0)	-323 198		-323 198	
Primes d'émission, de fusion, d'apport				
Écarts de réévaluation				
Écart d'équivalence				
Réserves				
Réserve légale				
Réerves statutaires ou contractuelles				
Réerves réglementées				
Autres réserves				
Report à nouveau	2 825 484	2 830 386	-4 901	
Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)	94 103	-328 099	422 202	129
SITUATION NETTE	2 596 390	2 502 287	94 103	4
Subventions d'investissement	247 860	311 182	-63 322	-20
Provisions réglementées				
TOTAL (I)	2 844 249	2 813 469	30 781	1
AUTRES FONDS PROPRES				
Produit des émissions de titres participatifs				
Avances conditionnées				
TOTAL (I) Bis				
PROVISIONS				
Provisions pour risques				
Provisions pour charges				
TOTAL (II)				
DETTES (1)				
Emprunts obligataires convertibles				
Autres emprunts obligataires				
Emprunts et dettes aup. des établiss. de crédit (2)	1 088 303	1 206 447	-118 144	-10
Emprunts et dettes financières diverses (3)	149 745	146 736	3 009	2
Avances et apctes recus sur commandes en cours				
Dettes fournisseurs et Comptes rattachés	90 389	212 706	-122 317	-58
Dettes fiscales et sociales	36 740	29 876	6 865	23
Dettes sur immobilisations et Comptes rattachés				
Autres dettes	7 365	10 995	-3 631	-33
Instruments de trésorerie				
Produits constatés d'avance	139 667	134 591	5 075	4
TOTAL (III)	1 512 209	1 741 351	-229 142	-13
Ecarts de conversion passif (IV)				
TOTAL GÉNÉRAL (I+II+III+IV)	4 356 458	4 554 820	-198 361	-4
(1) Dont à plus d'un an				
(1) Dont à moins d'un an	1 512 209	1 498 685		
(2) Dont concours bancaires courants et soldes crédit. de banques	21 179	40 105		
(3) Dont emprunts participatifs				

Les capitaux propres augmentent de 30.000 € tandis les dettes baissent de 229.000 € (-118.000 € de remboursement de capitaux empruntés et -122.000 € de dettes fournisseurs).

BUDGET PRÉVISIONNEL 2019

CHARGES	MONTANT
Electricité	55 000,00
Eau	43 000,00
Gaz	15 000,00
Fournitures carburant	3 500,00
Outillage	2 000,00
Matériel informatique MDE + MMA	2 000,00
Pièces détachées	40 000,00
Equipements	15 000,00
Fournitures espaces verts	2 000,00
Produits d'entretien	2 500,00
Fournitures administratives MDE + MAA	4 000,00
Crédit bail matériel de transport (mobilier)	9 000,00
Location matériel	1 000,00
Location photocopieur	3 500,00
Crédits baux (Toit pour Tous et Logis Cévenols)	915 000,00
Réparations interventions par tiers MDE + MAA	20 000,00
Intervention d'entretien	3 000,00
Entretien propreté du site	18 000,00
Maintenance contrats annuels (climatisation, alarme)	14 000,00
Maintenance site internet MDE + MAA	14 000,00
Primes d'assurances	25 000,00
Documentation générale	1 000,00
Honoraires comptable + C.A.C	18 000,00
Autres honoraires (avocats, huissiers, notaires)	25 000,00
Objet publicitaire AEMA (impressions diverses)	2 000,00
Gerbes décès anciens MAA	1 000,00
Dons et libéralités MDE + AEMA	1 000,00
Cadeaux	1 000,00
Cadeaux rentrée (intégration)	1 000,00
Cadeaux de Noel du personnel	1 000,00
Déplacements et réceptions MDE	3 000,00
Déplacements et réceptions MAA	13 000,00
Affranchissement Minalès + annuaire	1 000,00
Organisation AG	1 000,00
Animation réseau diplômés (divers)	8 000,00
Animation Pro	2 000,00
Service Emploi Carrière (SEC)	6 000,00
Accueil Anniversaire Promos	1 000,00
Conférences métiers / Mentorat / Visites entreprises	2 000,00
Achat sweats	15 000,00
Remise des diplomes/ soirée du Gala	1 000,00
Repas des régions + accueil élèves	3 500,00
Préparation entrée dans vie active	4 000,00
Affranchissement MDE + MAA	5 000,00
Frais de communication téléphones fixe et mobiles	3 500,00
Affranchissement AG	4 000,00
Reversement accès internet	33 000,00
Services bancaires MDE + MAA	3 000,00
Vêtements de travail	2 000,00
Taxes sur les salaires	15 000,00
Imp et Taxes (habitation + foncières+ ordures ménagères)	140 000,00
Salaires et charges	655 000,00
Formation du personnel et administrateurs + AGEFOS	8 000,00
Ristournes aux groupes MMA	5 000,00
Ristournes annuaire (Douai, Nantes, Albi)	19 000,00
Intérêts d'emprunts	30 000,00
Bourse Michard	10 000,00
Bourse Mombelet Vodentcharoff	3 000,00
Subvention Cercle des Elèves	5 000,00
Subvention Gala	3 000,00
Subvention Meuh Folle	1 500,00
Dot Amorti s/Immo incorp. + corp	435 000,00
Impôts sur les bénéfices	2 000,00
TOTAL CHARGES	2 700 000,00



PRODUITS	MONTANT
Ventes sweat shirt AEMA	10 000,00
Loyers perçus	2 200 000,00
EDF élèves	7 000,00
Facturation frais nettoyage coursives	3 000,00
Cotisations élèves *	45 000,00
Cotisations anciens élèves	60 000,00
Frais d'inscription	88 000,00
Cotisations veuves	100,00
Redevances stagiaires	10 000,00
redevance concours ema	900,00
Redevances groupes	15 000,00
Retenues sur DG (Dépôt de Garantie)	5 000,00
Location réfrigérateurs et plaques	1 000,00
Accès internet facturé aux résidents	33 000,00
Participation AG	-
SFR redevance annuelle	7 000,00
Rétrocession annuelle	32 000,00
Ventes Annuaires	1 000,00
prestation SEC	5 000,00
Laverie MDE	25 000,00
Part Sal Tickets Resto	5 000,00
Subvention EMA	50 000,00
Intérêts livret A	1 500,00
Coupons	15 000,00
Quote part subvention investissement	65 000,00
CNASEA / ASP (contrats aidés)	7 000,00
Indemnités logement	8 500,00
TOTAL PRODUITS	2 700 000,00

Le budget prévisionnel 2019 est porté à 2.750.000 € et tient compte notamment des paramètres suivants :

- L'intégration du crédit-bail relatif aux 180 nouveaux logements
- La baisse des dotations aux amortissements
- La baisse consécutive des contrats aidés
- La diminution de la quote-part des subventions d'investissement
- L'augmentation de l'activité du fait des 180 logements supplémentaires



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 1^{er} DÉCEMBRE 2018

DÉLIBÉRATION 1.

« Conformément à l'article 8 des statuts, après avoir pris connaissance du rapport du commissaire aux comptes et du rapport financier, l'Assemblée Générale approuve les comptes de l'exercice 2017 et donne quitus au Président et à son Bureau ».

DÉLIBÉRATION 2.

« Conformément à l'article 8, après avoir pris connaissance du résultat de l'exercice 2017, l'Assemblée Générale décide d'affecter le résultat de au compte « report à nouveau ».

DÉLIBÉRATION 3.

« Conformément à l'article 8 des statuts, et après avoir pris connaissance des tableaux et des explications fournies par le Trésorier, l'Assemblée Générale, approuve le budget prévisionnel 2019 ».



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 1^{er} DÉCEMBRE 2018

DÉLIBÉRATION 4.



La délibération relative au montant des cotisations sera arrêtée par le conseil d'administration du 30 novembre 2018.

DÉLIBÉRATION 5.

« Conformément à l'article 5 des statuts, et sur proposition du Conseil d'Administration, l'Assemblée Générale fixe le nombre d'administrateurs maximum à 23 pour l'année 2019 ».

DÉLIBÉRATION 6.

« Conformément à l'article 10 des statuts et sur proposition du Conseil d'Administration, l'Assemblée générale autorise le Président à recourir à un emprunt bancaire pour le financement du mobilier du projet d'extension ».

MEMBRES DU BUREAU ACTUEL



Sébastien DEVEAUX (1998)
Président



Thibaut OLIVARI (2006)
Vice-Président
*En charge de la Maison
des Élèves*



Jean-Philippe BEAUX (1996)
Vice-Président
*En charge de l'animation
du réseau*



André MOULIN (1974)
Secrétaire Général
*En charge de la révision
des statuts et de la fondation*



Jean PARADIS (1991)
Secrétaire Général Adjoint
*Représentant de l'École
au CA*



Dominique MARC (1986)
Trésorier
*Président du comité
de gestion de la MdE*



Hoilid LAMSSALAK (2014)
Trésorier Adjoint
*Président de la commission
des risques*



REMERCIEMENTS

Cette année encore, le travail réalisé par les administrateurs, membres du Bureau et salariés de notre association est considérable comme vous avez pu le constater au travers de ce rapport.

Je voudrais tous les remercier, pour leur implication et cette volonté inaltérable qu'ils ont d'œuvrer pour l'intérêt collectif, au développement de notre association, de notre réseau de diplômés et bien évidemment de notre École, à qui nous devons beaucoup.

Le chemin est encore long sur la route de la transformation mais nul doute que la feuille de route tracée en cette année 2018 y contribuera.

Vous pouvez soutenir notre action par votre cotisation, bien sûr mais également par une implication continue ou ponctuelle dans l'un ou l'autre des événements organisés en 2019.

Par avance, je vous en remercie.

Sébastien DEVEAUX
Président



DÉCÈS

Je voudrais terminer par une pensée pour les camarades qui nous ont quittés cette année et dont vous trouverez la liste ci-dessous. Mines Alès Alumni, s'associe à la peine de leurs proches.

M. DOUZAL Robert (Alès, 1956 - n°104)
†16 janvier 2018

M. MONTEGUT Jean (Alès 1952 - N°100)
†17 février 2018

M. BORME Robert (Alès 1950 - N°98)
†16 février 2018

M. VINCENT Pierre (Alès 1956 - N°104)
†28 février 2018

M. PERNIN Vincent (Alès 1998 - N°146)
†5 avril 2018

M. MAKOWKA Benoit (Alès 1992 - N°13)
†28 avril 2018

M. VIGNEAU Alain (Alès 1975 - N°123)
†2018

M. VOLLE Frédéric (Alès 1993 - N°14)
†8 mai 2018

M. BAGARRE Lucien (Alès 1954 - N°102)
†août 2018

M. DELORME Edmond (Alès 1952 - N°100)
†2018

M. BREMOND René (Alès 1984 - N°5)
†13 octobre 2018



2018

EN QUELQUES CHIFFRES

HÉBERGEMENT

RÉPARATIONS DANS LES LOGEMENTS

Dont 14% en peinture, 34% en plomberie,
31% en électricité, 21% divers.

854

ÉTAT DES LIEUX Entrants et sortants

1016

DOSSIERS APL

430

TAUX D'OCCUPATION Rentrée 2018 / 2019

100%

TAUX D'OCCUPATION Moyen

75%

ANIMATION RÉSEAU

MISES À JOUR

Sur notre base de données.

1182

OFFRES D'EMPLOI

qualifiées provenant du réseau
(diplômés et recruteurs).

245

ÉVÉNEMENTS

Dont 82 en région, 17 Alumni Carrière,
7 au niveau national.

109

VISITES MENSUELLES

Sur les sites internet www.mines-ales.org et
www.mines-plus.org.

3000

AUDIENCÉ MOYENNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (Facebook, Twitter, LinkedIn)

15933



UNE FUITE D'EAU DANS TA CHAMBRE ?

Télécharge la nouvelle application de gestion qui te permet de déclarer tout dysfonctionnement à la Maison Des Élèves.

Disponible sur

Twitter Facebook LinkedIn Mail

ADHÉRER SE CONNECTER

IMT Mines Alès Alumni

ASSOCIATION DES DIPLÔMÉS IMT MINES ALÈS

COMMUNAUTÉ ANNUAIRE SERVICES VIE DU RÉSEAU CARRIÈRE ÉLÈVES

ÉVÈNEMENT / 22 NOVEMBRE 2018

Afterwork Suisse à Plan les Ouates



IMT Mines Alès Alumni



facebook.com/minesalesalumni/



[@MinesAlesAlumni](https://twitter.com/MinesAlesAlumni)



linkedin.com/in/minesalesalumni