

# RAPPORT D'ACTIVITE

2024-2025



# Sommaire



## MISSIONS & OBJECTIFS

**01** Missions

**02** Objectifs

**03** Instances de gouvernances MBS Alumni

**04** Labels

■ Programme BSIS

**05** Enquêtes et Classements

■ L'Etudiant

■ Financial Times

■ Le Figaro



# Sommaire

## ACTIVITES PAR PÔLE



### 01 Pôle Carrière

- Recruter & Chercher une opportunité professionnelle
- Evoluer
- Mettre en réseau

### 02 Pôle Communication

- Chiffres clés statistiques RS & WEB
- Gala MBS Alumni 2024 - 2ème édition
- Principales Campagnes de Communication
- Focus Alumni Day 2025

### 03 Pôle Animation Réseau

- Antennes & Clubs MBS Alumni
- Stratégies ouverture nouvelles antennes
- Stratégies Ouverture clubs
- Proposition de budget Antennes / clubs 25/26
- Perspectives



A group of people are gathered around a wooden table, engaged in a collaborative activity. Several open books are spread across the table. One person is pointing at a page in a book, while another is holding a red pencil. The table is also covered with numerous colorful sticky notes (yellow, pink, and light green) and a row of colorful pens. The background shows a bookshelf filled with books, suggesting a library or study environment. The overall atmosphere is one of focused teamwork and learning.

# MISSIONS & OBJECTIFS

# 01 Missions

L'Association Montpellier Business School Alumni, forte de plus de 23 000 diplômés en France et à l'étranger a pour vocation de développer et renforcer le réseau de ses membres à travers le monde.

Projet identitaire :

« MBS Alumni est un réseau avec une identité propre et forte, solidaire et professionnel, dont le but est de fédérer et de partager entre diplômés, tout au long de la vie. »

Le service est composé actuellement de 4 salariés + 2 stagiaires par intermittence :



**Cheffe de Projet accompagnement carrière depuis le 1er septembre 2020**

**Emmanuelle Juan Carlotti**



**Coordinatrice Alumni depuis le 1er avril 2024**

**Audrey Mahmoudi**



**Responsable du Service Réseau Alumni depuis le 01 Novembre 2024 PGE 2008**

**Julien ALBACETE**



**Stagiaire en communication de septembre 2024 à février 2025**

**Alice Gibert**



**Responsable Communication depuis le 28 Août 2019**

**Dominique Diaferia**



**Stagiaire en communication de Février à juillet 2025**

**Corentin Rojon**

Les membres du Bureau participent activement au fonctionnement de l'Ecole ainsi qu'à ses orientations stratégiques :

- ▶ Conseil Social,
- ▶ Siège au Bureau, au Conseil d'Administration et à l'Assemblée Générale de Montpellier Business School
- ▶ Participation active aux différentes cérémonies de remise des diplômes (Master/MBA/Bachelor/MSC)
- ▶ Implication de MBS Alumni dans le processus des accréditations internationales de MBS
- ▶ Participation au Jury d'Admission pour intégrer le programme Master,
- ▶ Comité Exécutif de la Fondation Committed a Difference

# 02 Objectifs



Montpellier Business School Alumni poursuit plusieurs objectifs :

- ▶ **Créer et développer le sentiment d'appartenance**
- ▶ **Développer l'employabilité des Alumni**
- ▶ **Faire rayonner le réseau au niveau national et international**
- ▶ **S'inscrire dans la politique d'égalité des chances menée par MBS**
- ▶ **Créer des synergies entre les différentes parties prenantes**
- ▶ **Développer de nouveaux services aux Alumni**
- ▶ **Participer au développement de l'Ecole ainsi qu'à sa notoriété**

Ces objectifs s'intègrent parfaitement dans le plan stratégique 2020-2025 de MBS dont l'Association est partie prenante. Il s'agit ici pour les 3 Pôles (Carrière, Communication et Animation Réseau) de pouvoir mesurer l'efficacité des actions mises en place mais également l'implication de nos diplômés et le retour sur investissement.

Une Roadmap annuelle est établie chaque année lors d'un séminaire qui se déroule avant la rentrée. Ce séminaire de travail inclut l'équipe salariée de MBS Alumni ainsi que les membres de la Gouvernance et la Direction Générale de MBS.

Les axes de développement stratégiques sont établis pour le courant de l'année académique suivant.

# 03

# Instances de gouvernances MBS Alumni



L'Assemblée Générale de MBS Alumni s'est réunie le 31 janvier 2025 à l'hôtel Belaroïa à Montpellier. Cette instance capitale dans la vie de l'association a réuni près de 30 participants en présentiel qui ont pu avoir une vision globale de l'année académique écoulée.

Composition du Conseil d'Administration de MBS Alumni :



# 04

## Labels



### Label BSIS (Business School Impact System) :

Ce programme témoigne de l'impact d'une école de management sur son environnement direct (ville, région...) et sert à mesurer la manière dont l'école nourrit économiquement et culturellement l'écosystème dans lequel elle s'intègre. MBS Alumni est donc directement associé à cette démarche.

Suite à la venue des experts du programme BSIS (Business School Impact System), une synthèse des points forts de l'école a été relevée par les experts ci-dessous :

#### **Impact financier global** : 208M€

- Une croissance du chiffre d'affaires de 13% par rapport à l'exercice précédent, témoin du dynamisme de l'école.

#### **Impact éducatif** :

- Recrutement constant des étudiants, tant en région qu'en dehors.
- Perception forte par les étudiants du positionnement RSE/DD de l'école.
- Offre d'alternance sans limite d'effectifs avec un rythme très adapté aux besoins des entreprises.
- Facteurs d'attractivité identifiés : l'apprentissage/la présence dans Ecricome/l'orientation RSE (classement #2 des "Ecoles engagées pour changer le monde")/ la taille humaine de l'école.

#### **Impact sur le développement des entreprises** :

- MBS contribue au développement des entreprises du territoire par : son offre d'alternance, stages et missions courtes. Les experts ont souligné la qualité du suivi des alternants, apprécié des entreprises.
- Entrepreneuriat : MBS a inscrit de longue date l'entrepreneuriat comme une composante importante de son action, avec l'existence d'un incubateur en propre dont la particularité est d'accueillir aussi les alumni de l'école.



### **Impact de la production intellectuelle :**

Une forte orientation recherche vers la RSE, l'entrepreneuriat et l'innovation.  
Une politique de recherche qui s'inscrit dans une stratégie générale de développement ambitieuse, mais réaliste et bien menée.  
Une reconnaissance de haut niveau, notamment via le Labex Entreprendre.  
Un alignement enseignement/recherche remarquable.

### **Impact dans l'écosystème régional :**

Maillage territorial fort, l'école est parfaitement insérée dans son territoire.  
L'implication de MBS dans les réseaux de recherche et d'enseignement est importante. Elle se traduit par une politique de recherche en phase avec les besoins du territoire.  
Le monde professionnel est partie prenante dans de nombreuses activités de l'école.

### **Impact sociétal :**

Présence historique de la RSE et la transformation sociale et environnementale depuis plus de 10 ans.  
Stratégie de l'école qui vise à renforcer l'impact sociétal et positionne les enjeux RSE/DD au cœur de ses activités, tant en enseignement qu'en recherche.  
Approche globale pertinente et qui présente un caractère différenciateur assez prononcé.  
Les experts ont également salué les labels de l'école (AFNOR), la mise en place de parcours comme « Act for Change » et le nombre d'étudiants boursiers (34% dont 1/3 niveau 4 à 7) + l'apprentissage.

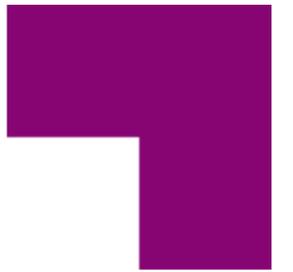
### **Impact sur l'image de la région :**

Egalité des chances et diversité sont un vecteur puissant pour la communication de MBS.  
Les étudiants étrangers sont clairement des Ambassadeurs pour l'école et cela doit être développé.  
Progression qualitative et quantitative sur tous les plans (académique, recherche, relations avec les entreprises et les institutions, etc.)



# 04

# Labels



## Label DD & RS : Développement Durable & Responsabilité Sociétale

Fondé sur un référentiel national commun, le label DD&RS évalue et valorise les actions mises en place au sein des établissements d'enseignement supérieur et de recherche français en matière de développement durable et de responsabilité sociétale.

Il permet une montée en compétences des établissements sur les cinq axes qui composent l'audit :

- Stratégie & gouvernance
- Enseignement & formation
- Recherche & innovation
- Environnement
- Politique sociale

### Quels sont les points forts de MBS à la suite de l'audit ?

A l'issue de leur évaluation, les auditeurs ont identifié deux grands axes forts sur lesquels MBS se distingue. T

Le Lab Diversité et Inclusion, le Sustainability Lab et les cinq Chaires de MBS permettent d'alimenter les contenus des formations en intégrant une expertise RSE en fil rouge tout au long des cursus. « Très concrètement, cela se traduit par la réforme du Programme Grande Ecole en 2021 avec un renforcement des cours dédiés aux enjeux managériaux de la transition sociale et environnementale et la mise en place de nouveaux dispositifs pédagogiques avec notamment le Hackathon Challenge ODD, le séminaire Leadership responsable, la refonte de la Start-Up Week ou encore la création d'un parcours d'Excellence « Act for Change ». » explique Dr. Cédrine Joly, Directrice du Programme Grande Ecole.

# 04

## Labels



### Label DD & RS : Développement Durable & Responsabilité Sociétale

Pionnière en matière d'accessibilité à l'alternance, MBS a également été félicitée pour sa politique sociale. Première Grande Ecole à avoir obtenu les labels AFNOR Egalité professionnelle et diversité, MBS déploie un large éventail de dispositifs pour permettre à tous les talents de se former en grande école. « Depuis 2007, 16 millions d'euros d'aides financières et de bourses ont été distribués dans le cadre de la politique sociale, soutenue par la Fondation MBS.

### Une ligne directrice pour la gestion environnementale du futur éco-campus

« En participant aux futurs audits des autres établissements d'enseignement supérieur ou en s'appuyant sur le suivi des 78 critères de son autoévaluation annuelle, MBS entre dans une démarche d'amélioration continue sur les dimensions sociétales et environnementales. » explique Amélie Dubreuil, Chargée de projet RSE & Alumni 2022.

« L'obtention du label DD&RS est une reconnaissance supplémentaire de l'ADN de MBS et vient renforcer notre ligne directrice pour garantir le suivi des critères de la bonne gestion environnementale du futur éco-campus. » conclut Bruno Ducasse, Directeur Général de MBS.

# 05

# Enquêtes et Classements



Les enquêtes, classements et labels auxquels MBS Alumni participe chaque année en interrogeant les diplômés, permettent à l'Ecole de se positionner parmi les écoles concurrentes et d'augmenter son attractivité auprès des futurs étudiants.

Ces classements revêtent une grande importance auprès des étudiants au moment de choisir leur établissement et augmentent l'employabilité des alumni dans certaines entreprises.

## ■ Financial Times

Le Financial Times publie chaque année le palmarès des meilleurs Masters en Management à travers le monde.

MBS gagne 5 places sur ce prestigieux palmarès pour se positionner à la 47ème place.



## ■ Le Figaro

Le Bachelor de MBS est classé à la 10ème place tandis que le Programme Grande Ecole se situe à la 13ème place.

- A noter que MBS est bien classé sur le critère **académique** : MBS obtient une très bonne note notamment grâce à son grade de licence et aux 3 accréditations internationales (détenues par seulement 1% des écoles dans le monde).

Avec une moyenne générale de 15.1/20, MBS se place à la 13ème place des meilleures écoles de management françaises.



## ■ L'Étudiant

MBS confirme sa 12ème place en post-prépa classe en 13ème place au général et 12ème en post-prépa pour le programme PGE.

Les points forts :

- La qualité de notre recherche étudiante
- L'alternance
- Notre politique sociale et sur la diversité
- L'engagement RSE sur la satisfaction des diplômés

Ce résultat confirme la dynamique positive de notre école dans un environnement toujours plus exigeant et concurrentiel.





# ACTIVITES PAR PÔLE



**01**

# Pôle Carrière



## Indicateurs :

**Evènements de recrutement et Webinaires thématiques**  
Jobdating, Actions de recrutement ciblée, Webinaires,  
Forum des entreprises Alumni Day

**Nouveaux dossiers de coaching**

**65 (n-1: 60)**

**Rendez-vous d'accompagnement carrière**

**87**

**Programmes d'évolution professionnelle**

**Mentorat étudiant, Executive Mentorat, Impulse your career**



## ■ Recruter & Chercher une opportunité professionnelle

### RAPPEL AVANT PROPOS :

*Le service carrière a vu le départ d'une Cheffe de projet carrière en décembre 2023 comme il avait été déjà indiqué et elle n'a pas été remplacée à ce jour.*

*Tous les éléments qui suivent doivent être analysés à la lumière d'une nouvelle année où le service carrière n'est constituée que d'une seule personne malgré les besoins qui se développent (Gala qui s'ancre avec de nouvelles demandes d'événements comme le Back to School à organiser, de nouveaux publics à accompagner comme les Executive Bachelor...)*

*Cependant les projets prévus pour l'année ont été menés et les objectifs qui avaient été fixés ont été tenus.*

### LES EVENTS

- ▶ Cette année 4 événements de recrutement ont été déployés par la Cheffe de projet carrière :
  - ▶ Le Jobdating Emplois France et International-tous niveaux d'expérience
  - ▶ Action de recrutement LIDL- événement en ligne de sourcing de candidats
  - ▶ Action de recrutement Nicollin- webinaire de recrutement
- Le Forum des Entreprises de l'Alumni Day

NB: Le Forum des entreprises de l'Alumni Day fera l'objet d'une analyse à part car bien que ce soit un événement de recrutement c'est également un événement réseau qui est à analyser plus largement et la présence et participation Alumni doit être comprise dans la globalité de l'événement Alumni Day

### 3. JOBDATING EMPLOIS FRANCE ET INTERNATIONAL TOUS NIVEAUX D'EXPERIENCE

La Cheffe de Projet a piloté seule l'ensemble du Jobdating qui concernait les Alumni et futurs diplômés et qui s'est déroulé **les 18 et 19 juin 2025**.

L'ensemble de la commercialisation, du pilotage avec le partenaire, de la communication avec le stagiaire du service a été géré par le Cheffe de projet carrière. Cet évènement a été proposé en ligne via la plateforme Seekube. Cet évènement a donné l'opportunité à des entreprises en France et à l'International de proposer tous types de contrats et a mobilisé des entreprises en recherche de talents : **25 entreprises** du réseau ont participé et **70 offres ont été proposées CDI/CDD/VIE/GRADUATE PROGRAMME, 260 candidats** étaient inscrits à l'évènement



L'enjeu sur cette année académique était de recentrer la proposition de Jobdating autour de l'emploi uniquement. C'est donc ce qui a été fait afin de ne pas diluer les offres d'emploi avec l'alternance et d'avoir un événement emploi dédié.

#### 4. LE JOBBBOARD de MBS ALUMNI

Un des enjeux du service Emploi-Carrière est la visibilité de la partie Emploi sur le site Internet [www.montpellier-bs-alumni.com](http://www.montpellier-bs-alumni.com) et notamment l'attractivité du jobboard.

Depuis l'année dernière un travail d'amélioration des critères de publication des offres a permis d'obtenir des offres plus qualitatives et des candidatures de la part des diplômés plus importantes.

Quelques chiffres:

**540 offres ont été déposées** par des membres sur un total 11 0252 offres déposées contre 533 en N-1 sur un total 19258 sur offres déposées.

**Profil des offres : 93 % sont des CDI**

89% sont localisées en France et UE (dont 5 % à Paris)

4% à l'étranger hors UE

En termes de résultats, nous pouvons donc constater un maintien du nombre des offres publiées par les membres;

On note aussi que la part des offres à destination des profils plus expérimentés (3 à 10 ans) est majoritaire sur ce jobboard.

Les recruteurs ont donc bien perçu l'aspect différenciant de cet outil par rapport à un jobboard plus junior tel que Jobteaser, plateforme de référence pour les étudiants et les jeunes diplômés.

La Cheffe de projet carrière souhaite revoir la valorisation de cet outil et renforcer son attractivité pour l'année 25-26.

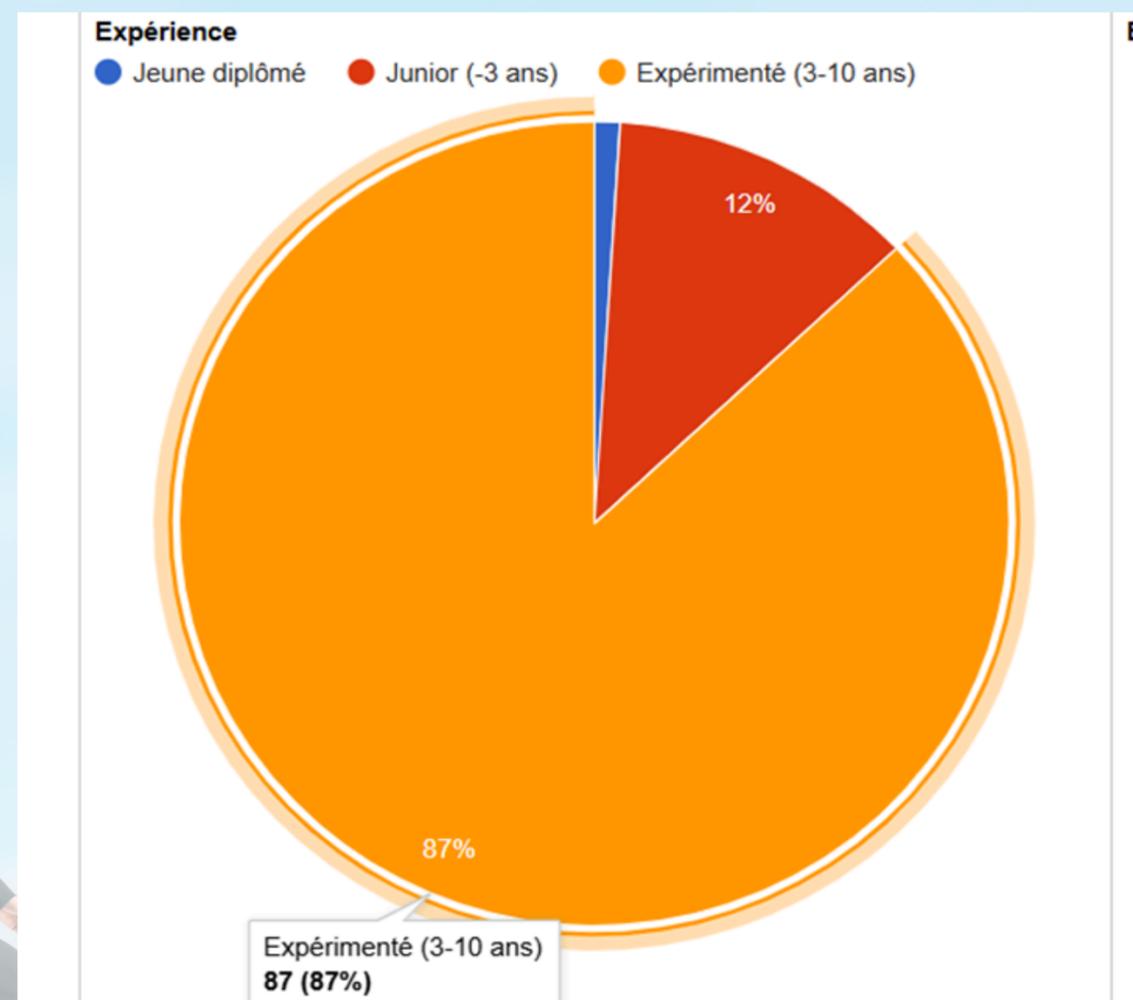
Capture d'écran : offres jobboard par niveau d'expérience

#### 5. LE GROUPE EMPLOI

Toujours dans un but d'informer, d'échanger, de contribuer à la réussite du projet de chacun grâce au réseau des Alumni, la Cheffe de Projets incite les Alumni à publier au quotidien sur le Groupe Emploi LinkedIn des Tips, articles emploi, offres d'emploi etc...

Le groupe emploi compte à ce jour 1126 membres dont 430 membres actifs.

Une réflexion est en cours pour cet outil doit qui n'est pas utilisé à pleine capacité, (titre, objet, captation d'abonnés, changement en page ect...)



#### 6. NOUVEAUTE : JOB CAREER BOOST

Un **nouveau groupe Whatsapp** a été créé en avril 2025 pour valoriser l'Emploi et les opportunités d'une part et d'autre part pour désengorger le Groupe Whatsapp Sales victime de son succès. A ce jour il compte **307 membres**

Cette stratégie répond aussi à l'engouement des groupes Whatsapp de la communauté Alumni en constatant que les usages avec Whatsapp se sont développés au détriment du Groupe Emploi Carrière sur LinkedIn.

# ■ EVOLUER

## 1. L'accompagnement carrière

L'offre d'Accompagnement Carrière initiée l'année dernière a été poursuivie afin de mieux gérer les demandes d'accompagnement carrière.

### Rappel de l'offre:

- **Un système de prise de rendez-vous** grâce à l'Agenda Coaching afin gérer plus efficacement le flux entrant des demandes avec la création d'un questionnaire en amont pour mieux qualifier chaque demande.
- **Une offre de coaching à 3 niveaux en fonctions des besoins**  
Coaching Flash (pack 1 mois= 2 rdv)  
Coaching approfondi (pack 3 mois= 4 à 5 rdv)  
Coaching approfondi (pack 6 mois= 6 à 8 rdv)

### Typologie des profils qui font appel à l'accompagnement carrière:

#### **42 Jeunes Diplômés et Junior**

Jeunes diplômés= 27  
-Junior (2 à 5 ans) = 15

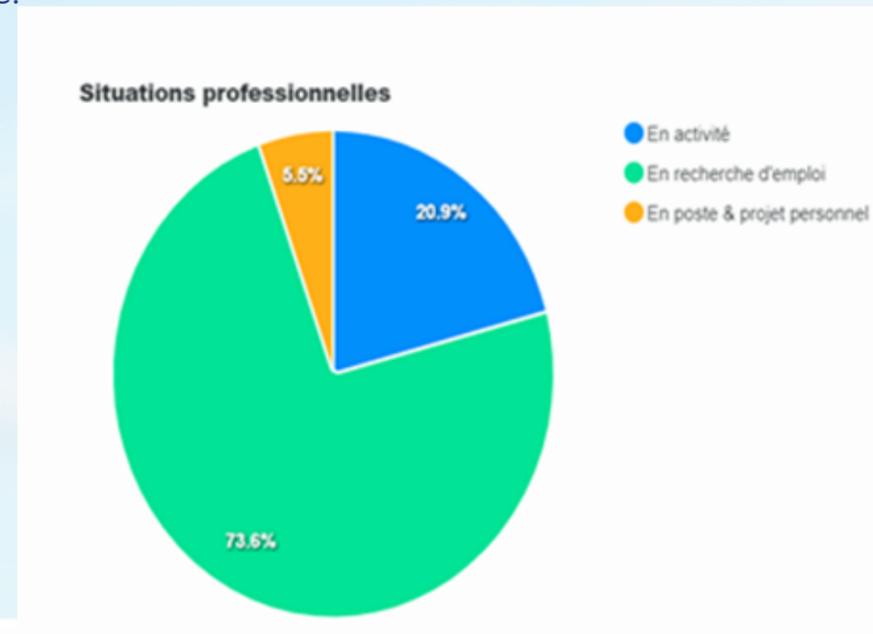
#### **23 Confirmés et Séniors**

Confirmés (5 à 10 ans) =15  
Seniors (+ 10 ans) =8

En cette fin d'année la Cheffe de projet carrière a souhaité mettre l'accent sur un travail en profondeur des pages Carrière.

L'idée proposer une expérience utilisateur optimisée avec des parcours lisibles et facilement identifiables par les Alumni (1er Emploi/Reconversion/Retour d'expatriation).

On retrouvera donc ces parcours sur les pages Carrière du site Alumni.



## QUELQUES VERBATIMS :

### Mikaël QUENNESSON- MBA 2025

“J'ai bénéficié à ma demande du programme d'accompagnement. Mon projet pro a évolué progressivement et à chaque étape importante Emmanuelle a été présente pour m'écouter et me conseiller.

Elle m'a fait profiter du réseau de l'école à l'occasion de mes candidatures et à chaque fois que c'était possible.

Elle m'a transmis des offres qui pouvaient m'intéresser.

L'accompagnement a été de qualité.”

### Karine VALENTIN-MBA 2025

“ Un grand merci à Emmanuelle qui a su m'accompagner dans cette période de transition : elle a su me freiner quand je voulais rapidement refaire mes outils CVs etc alors que ce n'était pas le moment, a su m'aider à refaire mes outils (CVs, lettres), m'orienter sur les exigences du marché actuel que je redécouvre, j'ai pu avancer en ayant repris confiance avec des outils de qualité. Et j'ai trouvé du travail ! Merci pour ta bienveillance.”

### Manon NUGEYRE- PGE 2020

“ Bonjour, j'ai contacté l'accompagnement carrière car je devais faire un point avant de repartir sur autre chose. Emmanuelle a très bien compris mon besoin et a été à l'écoute. J'ai été mise en relation avec une ancienne diplômée (vive le réseau des Alumnis ! ). Je réalise actuellement mon bilan de compétences avec elle. Je suis ravie de l'accompagnement !”



## 2. le Mentorat

### a. Le programme de Mentorat pour les étudiants

Pour la 4eme année consécutive, la Cheffe de Projets a co-organisé avec le Career Center un programme de Mentorat, **le Mentorat Premium** pour les étudiants de dernière année, tous programmes confondus.

Le taux d'engagement des mentors Alumni est toujours aussi fort puisque **121 mentors** ont candidaté au programme de mentorat contre 100 mentors en N-1

Ainsi **30 binômes** ont pu être constitués contre 20 en N-1

#### Nouveauté: **Création d'un Club Mentors**

Cette année un changement majeur a été opéré puisque l'ensemble des Alumni qui se sont proposés comme mentor ont pu être intégré dans le Club des Mentors.

Les étudiants ont pu ensuite choisir leur mentor en fonction du secteur d'activité (administration complète de la Cheffe de projet sur le site Alumni pour répertorier les mentors par secteur d'activité).

Autre innovation afin de répondre au souhait d'engagement des Alumni : la création d'un 2e programme de mentorat, **le Mentorat Coup de Pouce** ouverts aux étudiants de 2e année en questionnement de leur projet professionnel. Les étudiants informent la Cheffe de projet de leur souhait d'une mise en relation avec un Alumni mentor. Le programme se caractérise par la souplesse de ses modalités. (rythme, nb de rencontres,) A ce jour 3 étudiants ont demandé à intégrer ce programme.

Un atelier de sensibilisation, en ligne, animé par l'Enseignant-Chercheur Julien Granata a été proposé pour la première fois à l'ensemble Mentors,

### b. L'Exécutive Mentorat

La 2e édition du programme d'Executive mentorat pensé et initié l'année en 2023 est relancée.

La nouvelle édition est remaniée et intègre des nouveautés.

L'objectif de ce programme est toujours de répondre aux questionnements spécifiques des Alumni en reconversion professionnelle, avec un projet de création d'entreprise ou un souhait de retour en France après plusieurs années d'expatriation.

*Réflexion en cours sur l'ouverture de ce programme à des jeunes diplômés qui souhaiteraient être mentor.*

#### **Un appel à candidature sera lancée à la rentrée 25**

#### **1ere Nouveauté:**

Concernant les profils des Executive Mentor la Cheffe de projet carrière tient à **une égalité hommes/femmes** et a entamé une prospection fine de **Mentors Femmes inspirantes.**

#### **Une présentation des Executive sera faite sur le site**

*Réflexion sur une présentation enrichie par une vidéo*

#### **2eme Nouveauté:**

L'inventaire de personnalité Process Communication est offert aux Executive Mentors

#### **3eme Nouveauté:**

Une Journée Mentorat avec les Executive mentors se tiendra 28 novembre 2025 (jour du Gala Alumni pour capitaliser sur la présence des Alumni.)

Cette journée animé par Julien Granata, Enseignant Chercheur à MBS et spécialiste des thématiques de mentorat sera l'occasion de débriefer et mieux comprendre sa communication par le process Com, de créer une cohésion entre mentors et un partage de bonnes pratiques.

Enfin la journée se l'occasion de préciser ce qu'est le mentorat et la posture du mentor.

### 3. Impulse your Career

Ce programme exclusif en partenariat avec MBS continue de s'étoffer grâce à un travail étroit avec l'équipe du PGE  
**Le directeur du PGE a accepté d'intégrer 10 Alumni pour cette année et nous prévoyons 20 places pour 25-26.**

Pour rappel ce programme permet à des diplômés du PGE ayant + 5 ans de diplomation de bénéficier gratuitement de 3 semaines de cours en présentiel en intégrant une track (parcours) d'une spécialisation du PGE. Il s'adresse à des diplômés du PGE souhaitant se réorienter, évoluer dans leur profession ou renforcer leurs compétences.



Modalités-organisation-suivi:

Chaque année un appel à candidatures est lancé en décembre

Une commission de validation des candidatures se réunit en janvier.

Elle est composée du Directeur du PGE, de la Responsable Pédagogique du PGE, du Responsable du Service des Alumni et de la Cheffe de Projets carrière MBS Alumni.

Les candidats retenus sont identifiés auprès des équipes pédagogiques du PGE afin d'être considérés comme des étudiants "à part".

La Cheffe de Projets assure un suivi étroit des Alumni tout au long de leur parcours (avant la formation, pendant, après).

Onboarding avec l'équipe pédagogique et les responsables des spécialités, points réguliers, déjeuner convivial permettant de favoriser les échanges et les retours d'expérience.).

Une fois les résultats d'examen prononcés une attestation de suivi est remise à chaque participant.

*Pour l'année prochaine une réflexion sur comment capitaliser sur la présence des Alumni pour créer des rencontres inspirantes et des conférences métiers. La présence d'Alumni dans les cours de spécialisation est une valeur ajoutée pour les étudiants.*

## ■ Mettre en réseau

### 1. La relation Entreprise

La relation entreprise est au coeur des missions de la Cheffe de projets. Elle permet de faciliter les échanges entre les Alumni en recherche d'opportunités professionnelles, de créer des partenariats et de proposer les événements emploi, marque employeur, des webinaires, de participer à des actions de MBS comme les Matinales RH à Paris, et des actions réseau. Elle permet aussi la mise relation d'Alumni expert pour être identifiés par l'Executive Education comme des intervenants dans des formations Executives.

### 2. Intervention Alumni dans des events école: la plus-value Alumni pour les étudiants

La Cheffe de Projets Carrière également a contribué l'événement My Job Booster, le 18 décembre 2024, organisé par le Career Center de MBS. l'orientation de cet événement était le VIE et le Club VIE a été associé en participant et proposant à des retours d'expériences et conseils avisés auprès des étudiants. Une partie des membres du service Alumni ont participé à cet événement.

### 3. Alumni Day 2025 - Forum des Entreprises et Espaces networking

Pour la 4ème année, la Cheffe de Projets a proposé le Forum des entreprises et l'espace Networking aux étudiants et Alumni présents à l'Alumni Day. Il a été décidé de poursuivre dans la logique d'un événement recrutement à destination des étudiants en recherche de stage, d'alternance et de diplômés en recherche d'un premier emploi.

Les entreprises présentes ont pu présenter leurs opportunités dans un espace dédié, différent de l'espace Networking. Cela a permis une fluidité et de travailler leur marque employeur. Nous avons accueilli 19 entreprises en recrutement actif.

L'espace networking, quant à lui, a pour vocation de continuer les échanges du matin en "one to one" (Alumni/étudiants) sur différentes thématiques telle que : le parcours, une question métier, les différents secteurs, l'évolution professionnelle. 70 Alumni ont répondu aux questions des étudiants.

Dans une perspective d'amélioration continue, le Forum des Entreprises restera un espace de recrutement et de marque employeur.

## Recrutement des Profils

J'ai beaucoup apprécié participer à l'évènement. Le format était très bien pensé afin de pouvoir d'échanger aisément avec les futurs diplômés et les alumni.

J'ai rencontré environ 30 candidats, principalement des futurs diplômés. Etant disponibles entre juillet et septembre, cela m'a permis de constituer un vivier pour nos besoins de recrutement qui s'ouvriront fin Q2 / début Q3 2025.  
CMA CGM

## Suivi des Candidatures

Merci encore de l'invitation,  
Nous avons identifié 2 profils en particulier correspondants à nos besoins  
Nous sommes en process de recrutement avec 2 candidats pour des postes d'Inspecteur-Auditeur  
LCL

Oui j'ai identifié 4 profils pour mon offre stage.  
J'ai fait les 2 entretiens et j'en ai pris 1 qui commence la semaine prochaine pour un stage de 2 mois dans mon équipe :)  
Je suis très contente, il a l'air vraiment top ! Et s'il a des bons résultats, on lui proposera de nous rejoindre pour une alternance ou autre, à définir avec lui mais il a un super potentiel !

KELLER WILLIAMS

## Appréciation générale sur l'évènement

Merci encore pour votre invitation à la journée Alumni Day, où nous avons pu rencontrer une quarantaine d'étudiants et également écouter les intervenants lors des ateliers proposés. Nous avons identifié des profils qui correspondront à nos besoins futurs, notamment sur la partie Conseiller en Patrimoine, management bancaire, et sur la gestion de projet logistique. Les échanges, facilités par le format du Forum, permettaient aussi de répondre aux questions ouvertes de étudiants ( ce que cherche un employeur, l'importance des soft skills, dédramatiser l'entretien de recrutement, la cohérence cursus / marché de l'emploi...)

Une belle journée ouverte et enrichissante !

GROUPE LA POSTE

C'était une super journée, avec une super orga

Félicitations

Vraiment merci à toi et aux équipes pour votre accueil et votre gentillesse.

PERNOD RICARD

## Conclusion

L'évènement a suscité un grand intérêt pour les étudiants en recherche de stage et d'alternance

Les entreprises sont très satisfaites de leur participation, pour rencontrer des profils, pour se faire connaître et pour avoir pu échanger avec des étudiants intéressants et pertinents.

### 3. Ateliers-Webinaire



Cette année des **Workshops, ateliers, webinaires** sur les thématiques emploi ont été développés et coanimés avec des Alumni experts. Ils se sont tous déroulés en full digital

- **Atelier de sensibilisation au Mentorat** le 13 mai 2025, animé par Julien Granata Enseignant chercheur à MBS. Cet atelier vise à proposer des clés pour aborder la relation mentorale (**26 participants**). Cet atelier a été proposé à l'ensemble des Alumni mentors ayant rejoint le Club mentors (nouveau 2025)

- **Atelier de préparation au Jobdating Emploi (+ de 70 inscrits à cet atelier)** le 28 mai 2025, cet atelier a été co-animé par une Alumni experte du recrutement, Flora Michelucci, (Bachelor 2016) et la Cheffe de projet carrière.

Lors de l'atelier sont abordés les sujets du CV, du pitch de présentation, des questions pertinentes à poser et des erreurs à éviter. Il se déroule avant l'évènement de manière à ce que les candidats puissent être préparés pour leur rendez-vous lors du Jobdating.

- **Webinaire Evolution de Carrière- Programme Impulse +100 participants**

Cet atelier innovant a permis aux Alumni de se projeter dans une formation pour évoluer dans leur carrière. Les retours d'expériences d'Alumni participants de la précédente édition et l'intervention de la responsable pédagogique du PGE sont venus enrichir ce webinaire.

- **Webinaire sur la Santé Mentale des Managers (conjointement avec le Club RH) (+ 20 inscrits)** le 4 février 2025 plusieurs interventions, retour d'expérience de Christine Vilacèque (MBA 2023) avec 15 ans d'expérience en direction d'établissement EHPAD.

Présentation par Julien Granata d'outil qui peut répondre à la solitude du manager

- **Webinaire recrutement avec le Groupe Nicollin (+40 inscrits)**

MBS Alumni a proposé à une Pause Métier exclusive avec le Groupe Nicollin, grand partenaire de l'école dédié aux métiers commerciaux, avec la présence de Guillaume Helou (MBS 2014), Responsable Recrutement et Fabrice Laspesa, Commercial Adjoint



02

# Pôle Communication

## Indicateurs :

### 1/ Nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux

Linkedin : + 1791 par rapport à N-1

Instagram : +33 abonnés par rapport à N-1

### 2/ Nombre de mails envoyés: 340

Taux d'ouverture moyen sur l'année : 38% (-1% 23-24)

Taux d'ouverture des mailings spécifiques (Cérémonie diplômes,  
Alumni Day) : 75%

### 3/ Fréquentation site web

Visites : 172 000=> +90% par rapport à N-1

Visiteurs uniques : 133 000 => +90% par rapport à N-1





# Chiffres Clés statistiques RS & WEB

## 1. Réseaux Sociaux

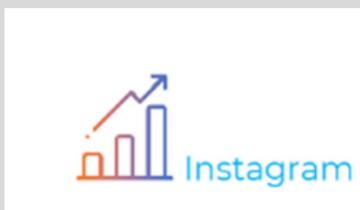
2024-2025



**19544** abonnés

**10 000** vues en moyenne / post

2024-2025



**2083** abonnés

**+8500** comptes touchés

2023-2024

**17753** abonnés

2023-2024

**2050** abonnés

## 2. Campagne de Mails

2024 - 2025 :

**340 mails**

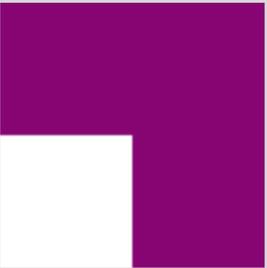
ont été envoyés aux alumni de juin 2024 à juin 2025.

Le taux d'ouverture moyen sur l'année est de **38% (-1% 23/24)** avec **75% de taux d'ouverture** sur des mailings spécifiques, comme le mailing pour la cérémonie de diplôme de juin ou le MBS Alumni Day.

2023 2024 :

Sur la même période, **+360 emails envoyés / 39% du moyen d'ouvertures**

Avec des envois ciblés nous approchons les 55%.



### 3. Fréquentation et Audience Site web

	Jun 2024 2025	Jun 2023 -2024
Visites : Sources stat sites	172 000	91 000
<b>+ 90% (2024 -2025) par rapport à l'an passé</b>		
Visiteurs uniques : (Sources stats site)	133 000	70 000
<b>+ 90% (2023 -2024) par rapport à l'an passé</b>		



# ■ Gala MBS Alumni 2024 - 2ème édition

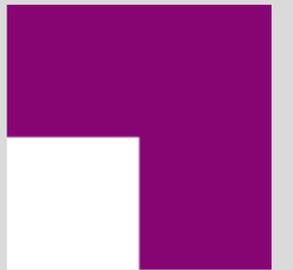
## 1. Quelques chiffres clés

- **202** Inscrits/ **173** présents
- **4** sponsors (MBS, Ameliore Conseil, Asics, Atlantic)

	Débit	Crédit
Back to school	752.22€	
Agence (location du lieu, gestion, transport...)	37 746.60€	
Sponsoring		16 700€
Inscriptions		18 560€

**-3 238.82€**

## 2. Partenariat avec Studio Moya



***La Voix Des Alumni***

PODCAST

### 6 Episodes :

- 116 vues en moyennes par épisode
- Entre 25 - 35 minutes
- 4 épisodes filmés
- 6 Alumni inspirants (dont les gagnants des awards)
- Jingle “La voix des Alumni”



## ■ Principales Campagnes de Communication

Campagne de la Bourse Alumni 24-25

**5 LAUREATS – 11 000 EUROS**

Alikhan SATYBALOV : 6000 €

Mohamed BERRASK : 2000 €

Mohamed DAGAMA : 2000 €

Marie MITRE : 500 €

Jibril ARAFA : 500 €

**Total (7ans) – +80 000 EUROS**





# Focus Alumni Day 2025 - 19ème édition

## 1. Quelques chiffres clés

+ de **130** diplômés

+**1400** Étudiants

**25** Tables rondes

**19** Entreprises

## 3. Campagne d'influence

**65** posts

+**6000** interactions

**5.72%** d'engagement moyen

## Répartition des inscriptions étudiants

Promo 2025 : **37.3%**

Promo 2026 : **19.2%**

Promo 2027 : **42%**

Promo 2028 : **1.5 %**

## 2. Déroulé de la journée

BEFORE - Radisson blu (26 inscrits)

9h00 - 9h45

**Petit déjeuner**

10h00 - 11h

**Talk d'ouverture :**

"Think Big, Connect Smart: Building a Global Career with Purpose & Impact"

Présenté par **Marine Michelet** (MBS 2018) et **Isabelle Saint-pierre** (MBS 2017) avec nos invités **Jim Dores** (MBS 2017) et **Charlotte Teehan** (MBS 2024).

Avec l'intervention de **Thibault Rochette** (MBS 2010) et **Bruno Ducasse** (MBS 1993).

11h00-12h30

**Tables rondes session 1**

14h15 - 15h45

**Tables rondes session 2**

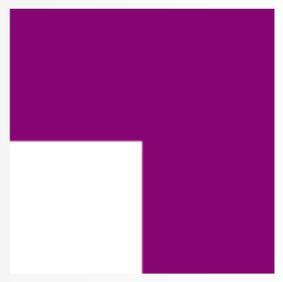
15h45 - 17h00

**Networking** (70 Alumni) / **Forum entreprises**

19h00

**AfterParty** (diplômés uniquement)



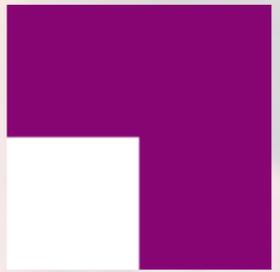


# Pôle Animation Réseau



# Les Antennes & Clubs MBS Alumni

Chiffres officiels



## Antennes France



**NEW** Antenne Toulouse

**NEW** Antenne Grand Est - Strasbourg

## Antennes Monde



**NEW** Antenne Maroc

**NEW** Antenne Sénégal

**NEW** Antenne New York

## Clubs pro



**NEW** Club International

**NEW** Club Aéronautique

**TOTAL : 7 nouvelles antennes et nouveaux Clubs créés en 2024-2025**

**VS**



# Les Antennes & Clubs MBS Alumni

Antennes/ Club **réellement** actifs

## Antennes France

5

Montpellier  
Perpignan  
Toulouse  
Lyon  
Côte d'Azur

3 Antennes à Dynamiser : Marseille -  
Grenoble - Nantes

Contact régulier avec les ambassadeurs  
mais difficulté à fédérer

2 Antennes inactives :

Bordeaux\* - Lille

Aucun contact avec les ambassadeurs

*\*en cours de relance*

1 Antenne à développer : PARIS

1 Antenne en cours de création : Grand  
Est - Strasbourg

## Antennes Monde

3

Londres  
Singapour  
Suisse

7 Antennes à Dynamiser/transformer :

Corée du Sud, Brésil, Irlande, Pays-Bas,  
Tunisie, Toronto, Espagne Andalousie  
Contact régulier avec les ambassadeurs  
mais difficulté à fédérer

8 Antennes inactives : Belgique, Quebec Montréal, Chine-  
Shangai, Dubaï, Espagne Barcelone, Taiwan, Thaïlande, USA  
Californie Aucun contact avec les ambassadeurs par aucun  
moyen de communication

3 Antennes en cours de création :

Maroc, Sénégal, New York

4 Antennes Relais : Roumanie,  
Indonésie, Chypre, Vietnam

## Clubs pro

3

Sales  
Entrepreneurs  
International

2 Clubs à dynamiser : RH - TES  
Contact régulier avec les ambassadeurs  
mais besoin d'insufler un nouveau  
dynamisme

2 clubs inactifs :

Achats - VIE/VIA\*

Aucune action sur l'année

• *Le club VIE/VIA est devenu une branche du club  
International*

1 Club en cours de création :

Aéronautique

# Les Antennes & Clubs MBS Alumni

Chiffres clés entre le 01/09/2024 et le 30/06/2025

## Antennes France

**23 events**

8 Perpignan  
4 Montpellier  
3 côte d'azur  
2 Lyon  
2 Toulouse  
2 IDF  
1 Grenoble  
1 Marseille

## Antennes Monde

**20 events**

6 Londres UK  
6 Singapour  
1 Pays-Bas Amsterdam  
2 Brésil  
2 Irlande  
1 Suisse  
1 Canada Toronto

## Clubs pro

**8 events**

5 Club Entrepreneurs  
2 Club Sales  
1 Club International  
1 Club Aéronautique  
1 Club TES

## Workshops

- Campagne solidaire Gala
- Chandeleur des ambassadeurs
- Projet international
- RDV en one to one

## BUDGET

**24-25 (provisoire)**

BUDGET DEPART : 19 000€/27 330€  
DEPENSES : 16 719.28€  
RECETTES : 5567.34€  
BUDGET RESTANT : **7848.06€**  
BUDGET UTILISE : 11 151.94€€

BUDGET restant au 30/06/2025  
**16 178.06€**

## BUDGET

**23-24**

DEPENSES : 16 294.31€  
RECETTES : 5994€  
BUDGET UTILISE : 10 300.31€

Nombres d'événements FRANCE 26  
Nombre d'événements ETRANGER 27  
Nombre d'événements CLUBS 12

**721**

**inscrits**

**610**

**participants**



# Nombre d'Alumni par Pays actuels où nous avons des antennes officiellement

<b>BRESIL</b> 18	<b>BELGIQUE</b> 102	<b>QUEBEC MONTREAL</b> 92	<b>CANADA TORONTO</b> 25	<b>CHINE SHANGAI</b> 29	<b>CHYPRE- GRECE</b> 7
<b>COREE DU SUD</b> 7	<b>DUBAI</b> 17	<b>ESPAGNE ANDALOUSIE</b> 3	<b>ESPAGNE BARCELONE</b> 58	<b>INDONESIE</b> 12	<b>IRLANDE</b> 45
<b>MAROC</b> 139	<b>PAYS-BAS</b> 87	<b>ROUMANIE</b> 8	<b>SENEGAL</b> 65	<b>SINGAPOUR</b> 65	<b>SUISSE</b> 283
<b>TAÏWAN</b> 8	<b>THAILANDE</b> 25	<b>TUNISIE</b> 31	<b>UK LONDRES</b> 186	<b>USA</b> 181	<b>VIETNAM</b> 14

# Stratégie ouverture Nouvelles Antennes



NEW YORK 45	FLORIDE 18	CANADA MONTREAL 92	EMIRATS ARABES UNIS 63	OCEAN INDIEN*1 Réunion, Maurice, Mayotte 88	OCEANIE* 2 Australie Nouvelle Zelande Nouvelle Calédonie 108
CHILI/ ARGENTINE 49	REPUBLIQUE DOMINICAINE 32	MEXIQUE 56	HONG- KONG 21	INDE 22	CHINE 151
COLOMBIE 65	REPUBLIQUE TCHEQUE 26	ALLEMAGNE 174	JAPON 8	SENEGAL 61	
BELGIQUE 102	ITALIE 35	ESPAGNE 166			

◆ Créer des antennes dans les pays où il y a **un nombre d'Alumni conséquent et cohérent** pour la fédération du réseau

◆ Veiller à ce que **tous les continents soient bien représentés** que les Alumni, peu importe la zone géographique où ils se trouvent se sentent connectés au réseau MBS Alumni. De plus cela augmenterait la visibilité de l'école MBS et du réseau dans le monde entier.

◆ Passer les antennes existantes qui ont du mal à fédérer le réseau et qui disposent finalement que d'un petit nombre d'Alumni en antennes relais, pour celles avec qui nous avons un contact régulier avec son ambassadeur/drice. A l'inverse supprimer celles complètement inactives et dont on n'a aucun contact avec l'ambassadeur/drice

◆ **Proposition de passer les antennes d'Asie en antenne relais**

- ne dispose pas de budget
- une autre façon de s'engager à la fédération du réseau à l'image de Zora-Lina en Corée ou de Thomas au Vietnam.

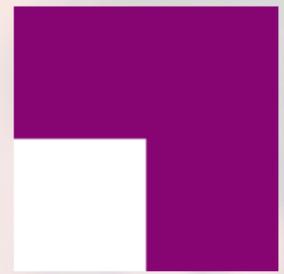
◆ **Créer un compte LinkedIn MBS ALUMNI INTERNATIONAL**

- augmenter la visibilité de tous les événements des antennes à l'étranger sur ce canal qui toucherait plus de monde
- un vrai canal vivant puisqu'il y aurait aussi les événements du club international et serait plus impactant en termes de visibilité.

\*1 en cours de demande de création

\*2 en cours de demande de création

# Stratégie d'ouverture des nouvelles antennes



## ◆ 25-26

### Antennes internationales déjà existantes :

- Brésil
- Canada Toronto
- USA New York
- Irlande
- Pays-Bas Amsterdam
- Suisse
- Londres
- Maroc
- Sénégal
- Tunisie
- Singapour
- Corée du Sud

### Proposition d'antenne internationales à créer:

- Espagne
- Allemagne
- Belgique
- Océan Indien
- Océanie Australie
- Colombie
- Mexique
- Chili-Argentine

+ 8 Antennes

## ◆ 26-27

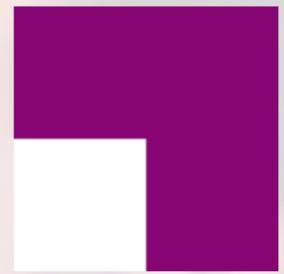
### Proposition d'antennes à créer:

- Italie
- République Tchèque
- République Dominicaine
- Chine
- Inde
- Emirats Arabes Unis





# Stratégie d'ouverture de Clubs



- ◆ Créer des clubs correspondant à chaque spécialité PGE de l'école MBS

## Clubs déjà existants :

- Entrepreneurs
- Sales
- Ressources Humaines
- Transition Ecologique et Solidaire
- Achats & Supply Chain
- International
- Aéronautique

## Proposition de clubs à créer :

- Finance
- Audit / Conseil
- Marketing / Com

- ◆ Le service alumni, et en particulier le pôle carrière, se propose de coordonner de façon différente que les antennes, les clubs étant donné qu'ils sont forcément liés à l'emploi / carrière.

# PROPOSITION DE BUDGET ANTENNE/ CLUBS



Année 25-26

Subvention MBS 27000€

**24 200€**

inclus les futures  
antennes et  
clubs pour  
25-26

Reste **2800€** pour éventuelle dépenses  
supplémentaires au cours de l'année

# PERSPECTIVES ANIMATION RESEAU



## ◆ Créer un séminaire des ambassadeurs / ambassadrices

- Donner la parole et avoir des remontées plus concrètes du terrain
- Créer des échanges plus collaboratifs entre le bureau de l'asso et les représentants du réseau en France et à l'étranger
- Contribuer à l'innovation par l'intelligence collective

## ◆ Créer des ponts entre Etudiants -Alumni par l'intermédiaire du Sport

- Que les Alumni puissent devenir **parrains/ marraines d'association étudiantes**, de sorte à créer une connexion à travers une même thématique commune (discipline sportive, culturelle etc)
- **Créer des événements sportifs entre Alumni Etudiants**  
Exemple de projet : organiser un match de Rugby avec l'association Le Poulailier et l'association MBS Alumni  
Comment : créer des équipes étudiantes - Alumni et féminines et masculines  
Quoi : un match d'1h - équipes mixtes alumni étudiants + buvette simple pour créer une connexion et du lien autour du sport  
Budget : partager entre l'association étudiante et l'antenne MBS Alumni  
Récurrence : 1 fois par an en changeant de discipline sportive à chaque fois  
Encadrement : service MBS Alumni (Audrey) et Service Vie Etudiante (Natalia Matus)

## Projet transversal : Village des sports MBS

créer un moment convivial et fédérateur sur le sport : animations sportives, nutrition sportive, santé mentale à travers le sport .../...

Gala  
MBS

FIN

