



MÉMOIRE N°2

PRÉSENTÉ PAR

BAPTISTA LENZO, RANDRIANARILALA TONINO, MPUTU DIVINE,
FERNANDES MELYANA, LEGGIERI MATÉO, TEIXEIRA ANTHONY, SIHAMI
KAMELYA, RIANI DINA ET GAGNOUX TRISTAN



SOMMAIRE

Remerciements.....	2
Introduction.....	3
1. Focus sur les événements.....	4
1.1. La Journée Portes Ouvertes : mettre en valeur la formation.....	4
1.1.1 Enjeux et objectifs de la JPO.....	5
1.1.2 Organisation en amont et déroulement.....	5
1.1.3. Déroulée de la journée.....	6
1.1.5. Retours et impressions recueillis.....	7
1.1.6 L'impact sur les futurs étudiants.....	7
1.1.7 Contribution des Alumni.....	8
1.2. Préparation et tenue de la conférence Alumni.....	8
1.2.1. Une ambition forte pour un projet de fin d'année!.....	8
1.2.2. Mise en œuvre et coordination.....	10
1.2.3. Déroulement et temps forts.....	13
1.2.4. Bilan quantitatif.....	15
1.2.5. Bilan qualitatif.....	17
2. Développement du réseau et des outils créés.....	20
2.1. Choix et pertinence des canaux utilisés.....	20
2.2. Construire une stratégie de communication engageante	20
2.3. Mesurer l'impact : analyse de l'engagement.....	22
3. La base de données.....	24
3.1. Un outil au cœur du projet.....	24
3.1.1. Pourquoi une base de données ?.....	24
3.1.2. Collecte et fiabilité des informations.....	24
3.1.3 Sécurité et confidentialité des données.....	25
3.2. Des données aux histoires : analyse des profils Alumni.....	27
3.2.1. Notre démarche d'analyse.....	27
3.2.2. Chiffres clés et tendances observées.....	28
3.2.3. Récits de réussite : ces anciens qui inspirent.....	30
4. Une aventure collective et des traces durables.....	32
4.1. Les impacts multiples et concrets du projet Alumni.....	32
4.1.1. Les étudiants : moteurs et bénéficiaires.....	32
4.1.2. Les Alumni : valorisés, écoutés, impliqués.....	33
4.1.3. Le département : un projet qui renforce l'identité.....	33
4.2. Pérennité du projet : transmettre pour durer.....	34
4.2.1. Outils et supports transmis.....	34
4.2.2. Recommandations pour les prochaines équipes.....	35
4.2.3. Idées d'évolution pour les années à venir.....	36
Conclusion.....	37
Annexes :	39

Remerciements

Nous souhaitons exprimer notre profonde gratitude à toutes les personnes qui ont contribué à la réussite de ce projet Alumni GEA Meaux.

Tout d'abord, nous remercions Mme Lopeo ainsi que M. Gaye, tuteurs du projet, pour leur accompagnement, leurs précieux conseils et leur disponibilité. Leur regard bienveillant et leurs encouragements ont été déterminants à chaque étape.

Nous remercions également les enseignants et personnels de l'IUT, qui nous ont soutenus et guidés tout au long de l'année, ainsi que nos camarades étudiants qui ont collaboré avec nous avec énergie et implication.

Une mention particulière s'adresse à nos partenaires extérieurs, dont le soutien a été essentiel :

- La Mairie de Meaux, et notamment Allal Mouradoudi et Manon Lehallé, pour l'intérêt porté à notre projet et pour la mise à disposition de la salle de la Maison de l'Économie, qui a permis l'organisation de la conférence Alumni dans les meilleures conditions.
- Madame Bouguerra, directrice de la Maison Senior des Girandière de Meaux, qui a été la première à croire en notre projet et qui nous a apporté son aide en facilitant l'obtention d'un financement à travers la participation à leur marché de Noël.

Enfin, nous adressons nos remerciements aux Alumni qui ont pris le temps de répondre à nos sollicitations, de partager leurs parcours et de participer activement à nos événements. Leur engagement a apporté une grande richesse à ce projet.

À toutes et à tous, merci pour votre confiance, votre disponibilité et votre soutien.

Introduction

Un réseau Alumni, ce n'est pas seulement un annuaire : c'est une passerelle entre les générations, une mémoire vivante, un moteur d'opportunités.

Depuis plusieurs années, le renforcement des liens entre les anciens étudiants et les promotions actuelles est devenu un enjeu majeur pour les établissements d'enseignement supérieur. La création d'un réseau Alumni au sein du BUT GEA de Meaux s'inscrit pleinement dans cette dynamique, en visant à favoriser les échanges intergénérationnels, valoriser les parcours professionnels des diplômés et renforcer le sentiment d'appartenance à la formation.

Ce projet, initié au semestre 3 et poursuivi au semestre 4, a constitué une aventure collective marquée par de nombreux défis et apprentissages. Alors que les premiers mois ont été essentiellement consacrés à l'élaboration de l'identité visuelle du réseau (charte graphique, logo, outils de communication) et à la mise en place d'un premier recensement des anciens, le second semestre a permis d'approfondir et de consolider le cœur même du projet : la base de données Alumni.

En effet, la constitution et l'exploitation de cette base de données ont représenté un enjeu central. Il ne s'agissait plus simplement de collecter des informations, mais de les organiser de manière rigoureuse, de les fiabiliser et de les analyser afin de mieux comprendre les parcours des anciens et de construire des actions adaptées à leurs attentes. Nous avons pour cela mis en place des outils comme des questionnaires en ligne, des tableaux Excel de suivi et des analyses statistiques, afin de structurer un fichier complet et exploitable, regroupant des informations clés sur les Alumni (parcours, métiers, disponibilité pour des interventions, etc.).

En parallèle, ce semestre a été marqué par l'organisation de plusieurs événements importants. La conférence Alumni, en particulier, a constitué un temps fort, permettant de concrétiser le projet et de lui donner une véritable visibilité. Elle a été rendue possible grâce au soutien de partenaires extérieurs comme la Mairie de Meaux, avec l'appui de Allal Mouradoudi et Manon Lehallé, qui ont permis de bénéficier gracieusement de la salle de la Maison de l'Économie, mais aussi grâce à Madame Bouguera, directrice de la Maison Senior, qui avait dès le départ manifesté son intérêt pour le projet en nous aidant à obtenir un financement initial à travers le marché de Noël organisé au sein de la résidence senior.

Ce mémoire a pour objectif de retracer l'ensemble des actions menées, en mettant en lumière les principales avancées du semestre : le travail approfondi sur la base de données, les événements organisés et leur impact, la mobilisation des Alumni et des partenaires, les bénéfices pour les étudiants, les enseignants et les anciens, ainsi que les perspectives pour la pérennisation et le développement futur du réseau.

Il s'agira également d'exposer les difficultés rencontrées, les solutions apportées et les enseignements tirés de cette expérience collective, qui a permis de développer des compétences transversales précieuses en communication, gestion de projet, travail en équipe et analyse de données.

À travers ce mémoire, nous souhaitons non seulement faire le bilan de cette aventure, mais aussi fournir une base utile pour les futures promotions, afin qu'elles puissent s'appuyer sur les acquis de cette année et continuer à faire vivre et évoluer le réseau Alumni.

1. *Gg nFocus sur les événements*

Le semestre 3 a constitué une phase préparatoire essentielle dans le cadre de notre projet Alumni. En parallèle de la structuration du réseau et de la définition de ses objectifs, nous avons très tôt identifié la nécessité d'anticiper les besoins matériels et financiers liés à la mise en œuvre des actions prévues pour la suite. Dans cette perspective, plusieurs initiatives ont été menées afin de collecter des fonds. Parmi celles-ci, la vente de photos de classe ainsi que notre participation au marché de Noël d'une maison senior ont permis de réunir les premières ressources nécessaires au bon déroulement du projet.

Grâce à cette organisation en amont, nous avons pu aborder le semestre 4 avec davantage de sérénité et de moyens. Ce nouveau semestre a marqué un tournant dans le projet, avec le passage à la concrétisation : les idées que nous avons longuement préparées ont enfin pu prendre forme, et les actions se sont intensifiées autour d'un objectif commun: donner vie à nos événements majeurs.

1.1.La Journée Portes Ouvertes : mettre en valeur la formation

La Journée Portes Ouvertes (JPO) a marqué une étape importante pour notre projet Alumni. Pour la première fois, des anciens étudiants ont été invités à revenir à l'IUT pour intervenir dans le cadre officiel d'un événement institutionnel. Même si nous n'avons pas organisé l'ensemble de la JPO, notre équipe a été responsable de l'organisation et de l'animation de la salle dédiée aux alumni, un espace spécialement conçu pour favoriser les rencontres et les échanges entre anciens, futurs étudiants, parents et enseignants.

Pour cette journée, nous avons envoyé un appel à participation par mail (**1^o Annexe – Mail de Participation JPO**), ce qui a permis à certains Alumni de se porter volontaires spontanément. Pour d'autres, n'ayant pas vu le post ou hésitant à s'engager, nous avons dû les démarcher directement. Cette démarche personnalisée les a rassurés et les a incités à participer.

1.1.1 Enjeux et objectifs de la JPO

L'objectif de cet espace Alumni n'était pas seulement de présenter les débouchés du BUT GEA, mais aussi de promouvoir notre IUT et de mettre en avant l'esprit GEA. Il s'agissait d'aider les visiteurs à mieux comprendre le contenu et le fonctionnement de la formation. Beaucoup d'entre eux arrivaient sans connaissance précise de ce qu'est le BUT GEA, ni des métiers ou secteurs auxquels il prépare. Grâce aux échanges avec les anciens étudiants, ils ont pu découvrir les différentes spécialisations proposées (comptabilité et finance, contrôle de gestion, etc.), souvent méconnues du grand public, et en comprendre l'utilité concrète dans le monde professionnel.

L'espace avait également une dimension rassurante pour les familles. En voyant les parcours variés des anciens, qu'ils aient poursuivi leurs études ou intégré le marché du travail, les parents ont pu constater que le BUT GEA est une formation solide, reconnue, et qu'elle ouvre de vraies opportunités de carrière. Enfin, cet espace a permis de mettre en valeur l'expérience étudiante, de montrer comment les années passées à l'IUT contribuent à développer des compétences humaines, organisationnelles et professionnelles, et pas seulement académiques.

1.1.2 Organisation en amont et déroulement

La préparation de l'événement a été pensée dans les moindres détails pour offrir une expérience à la fois informative et chaleureuse. Pour que les alumni soient facilement identifiables et puissent être sollicités librement par les visiteurs, nous avons commandé des écharpes de diplôme aux couleurs du projet ainsi que des autocollants représentant le logo de notre projet, créant ainsi une signature visuelle forte.

Pour l'espace nous ayant été confié nous avons élaboré une disposition stratégique. La salle Alumni était la dernière visitée par les personnes venues à la JPO. Nous avons mis devant la porte des ballons ainsi que notre kakémono ([2° Annexe - Kakémono Alumni GEA Meaux](#)) afin que la salle Alumni soit reconnaissable de l'extérieur. Aussi en cas d'affluence ou juste de pré découverte de la salle nous avons eu l'idée de placer près du kakémono une affiche avec un aperçu des Alumni présent afin que les visiteurs se fassent une idée des profils présent et/ou patienter dans l'attente de la libération d'un Alumni. Ceci nous a permis de garder les visiteurs intéressés par notre salle même sans la disponibilité forcément immédiate d'un Alumni.

Pour la disposition de la salle, nous y avons réfléchi en amont afin de prévoir tout ce dont nous avons besoin. En équipe, nous avons proposé plusieurs idées et plans avant d'en valider un ([3° Annexe - Plan disposition de la salle JPO](#)). En face de l'entrée, il y avait des tables où les alumni étaient installés pour discuter avec les visiteurs. Sur un des murs, nous avons accroché le « Mur des Anciens » avec des photos et des informations sur leur parcours. En face, nous avons installé une table avec nos questionnaires, accompagnés de

bonbons pour récompenser les bonnes réponses. Il y avait aussi un diaporama qui présentait un montage photo de nos alumni.

Comme notre salle était la dernière du parcours de visite, le buffet prévu par le groupe chargé de l'organisation de la JPO s'y trouvait également. Mais nous avons fait en sorte de bien le placer pour éviter que les visiteurs n'entrent uniquement pour manger. Le but était vraiment que les gens viennent échanger avec les anciens, afin que l'affluence de notre salle reflète l'intérêt pour leurs témoignages et non l'attrait du buffet.

Concernant notre « Mur des Anciens » (4° Annexe – Photo Mur Des Anciens), celui ci est une composition d'affiches (5° Annexe – Exemple d'une affiche) retraçant les parcours variés d'un panel d'alumni. Ce mur a permis de visualiser d'un seul coup d'œil la diversité des débouchés, tout en offrant un support de discussion pour les visiteurs.

Pour rendre l'espace encore plus interactif et l'animé, nous avons conçu un questionnaire (6° Annexe – Questionnaire JPO), que les visiteurs pouvaient compléter en observant le mur, ce qui a suscité leur curiosité et dynamisé la visite. Dans celui-ci nous retrouvons des questions sur la diversité des parcours des Alumni de l'IUT. Ce questionnaire sous formes de dépliants était aussi une brochure en plus sur notre IUT.

1.1.3. Déroulée de la journée

Durant la matinée, nous avons finalisé la mise en place de la salle, puis accueilli et rencontré notre première équipe d'Alumni avant de commencer à recevoir les premiers visiteurs. Une première conférence a eu lieu, durant laquelle certains Alumni ont pris la parole pour témoigner. Cela a permis aux participants de commencer à découvrir notre travail et à comprendre l'importance du lien entre anciens et actuels étudiants.

À midi, nous avons réuni les Alumni mobilisés le matin ainsi que ceux prévus pour l'après-midi autour d'un moment convivial : un déjeuner partagé avec Madame Lopeo, tutrice du projet (7° Annexe - Photo déjeuner). Ce temps d'échange plus informel a été l'occasion pour les Alumni de discuter entre eux, mais aussi avec nous, les organisateurs. Ils nous ont donné leurs impressions, partagé des conseils, et raconté des anecdotes et souvenirs de leur passage à l'IUT.

Après le déjeuner, nous avons eu la belle surprise de voir que presque toute l'équipe d'Alumni du matin a choisi de rester pour l'après-midi. Ils ont expliqué que la JPO leur avait tellement plu qu'ils souhaitaient continuer à participer. Les échanges se sont poursuivis tout au long de l'après-midi, jusqu'à la seconde conférence en amphithéâtre, consacrée à la présentation du BUT GEA de Meaux par la cheffe de département.

À la fin de cette conférence, tous les Alumni présents ont pris la parole, debout, en se passant le micro. Chacun a partagé quelques mots sur son

parcours à l'IUT et après l'obtention du diplôme, illustrant ainsi la diversité des débouchés possibles.

Leur participation a témoigné d'un véritable attachement au BUT GEA et d'un fort sentiment d'appartenance à cette communauté. Tous ont décrit leurs années à l'IUT comme les meilleures de leurs études.

1.1.5. Retours et impressions recueillis

Les retours ont été très positifs et ont confirmé la pertinence de l'initiative. Les lycéens ont apprécié d'avoir des interlocuteurs proches d'eux en âge et en expérience, capables de répondre de manière concrète à leurs interrogations, ce qui a rendu la formation plus attrayante et compréhensible. Plusieurs ont confié que ces échanges avaient joué un rôle important dans leur prise de décision pour l'orientation post-bac.

Les parents, de leur côté, ont exprimé leur satisfaction face à la qualité des témoignages et à la visibilité donnée aux débouchés professionnels. Certains ont salué, y compris sur des réseaux sociaux comme LinkedIn ([8°Annexe - Commentaire LinkedIn Parent](#)), l'organisation et l'intérêt de l'espace Alumni.

Quant aux alumni, ils ont vu dans cet événement une belle occasion de renouer avec l'IUT, de se sentir valorisés, et de contribuer activement à la réussite des nouvelles générations. Plusieurs nous ont aussi transmis des suggestions constructives ([9° Annexe - Message des conseils post-JPO de Florian Vervelle](#)) pour enrichir les prochaines éditions de l'espace Alumni et de la JPO en générale, comme l'ajout de moments d'échange en plus petits groupes ou de réduire le nombre de salle lors de la visite.

1.1.6 L'impact sur les futurs étudiants

L'espace Alumni a permis aux lycéens de se projeter dans des études concrètes et professionnalisantes, tout en découvrant une formation où l'accompagnement, la proximité et l'ouverture vers l'extérieur tiennent une place et envisagent leur avenir avec davantage de confiance et de motivation.

À Meaux, l'esprit GEA est marqué par une forte solidarité entre étudiants, enseignants et alumni, et par une volonté constante d'entraide et de partage d'expériences.

Cet événement a parfaitement illustré cette identité en donnant à voir non seulement des parcours inspirants, mais aussi une communauté soudée, où chacun, qu'il soit étudiant actuel ou ancien, trouve sa place. Il a renforcé le sentiment d'appartenance à un réseau vivant et engagé, où la réussite individuelle s'inscrit dans une dynamique collective.

En montrant que le réseau Alumni n'est pas simplement un outil de communication, mais un véritable levier d'entraide et de transmission, cette

journée a contribué à valoriser l'image d'un département attaché à ses valeurs humaines, à son histoire et à ses anciens.

1.1.7 Contribution des Alumni

Les alumni ont joué un rôle irremplaçable pour donner vie à cet espace. Leurs témoignages ont apporté une valeur ajoutée authentique que les documents officiels ou les présentations magistrales ne peuvent pas forcément offrir. Ils ont su rendre concrets des secteurs d'activité peu connus ou compris, comme l'audit ou le contrôle de gestion, en expliquant leur quotidien, leurs responsabilités et leurs missions dans leurs entreprises actuelles. Cela a permis aux lycéens de se projeter plus facilement et de mieux cerner les choix qu'ils auraient à faire au cours du BUT.

En outre, les alumni ont apporté un regard pratique et vécu sur l'organisation des études : rythme des cours, stages, projets tutorés, spécialisations, mobilité internationale, expériences marquantes. Ils ont ainsi permis aux futurs étudiants de se représenter plus fidèlement ce qui les attendait, et ont répondu aux nombreuses interrogations que ni les enseignants ni les supports écrits ne peuvent totalement anticiper.

Pour les parents, ces échanges ont constitué un véritable facteur de confiance, en donnant à voir les débouchés réels et en montrant que la formation aboutit à des trajectoires diverses et réussies.

Durant cette JPO, nous avons constaté un réel intérêt de la part des étudiants actuellement à l'IUT pour échanger avec les Alumni et en apprendre davantage sur leurs parcours.

C'est à partir de ces échanges spontanés et riches que l'idée d'organiser une conférence a commencé à prendre forme. Lorsque nous avons évoqué la possibilité de créer un événement dédié, où les anciens seraient mis à l'honneur devant les étudiants de l'IUT, tous les Alumni présents à la JPO se sont montrés très enthousiastes et motivés par ce projet.

C'est donc tout naturellement que la conférence Alumni s'est concrétisée. Nous avons eu le plaisir d'y retrouver l'ensemble des Alumni présents lors de la JPO, rejoints par de nouveaux participants, venus eux aussi partager leur expérience et leur attachement à la formation.

1.2. Préparation et tenue de la conférence Alumni

1.2.1. Une ambition forte pour un projet de fin d'année!

Afin de marquer le lancement de notre nouveau projet, il nous fallait un événement fort, symbolique, qui puisse donner le ton de ce que nous voulons construire : une dynamique de partage, d'entraide, et de lien entre les

étudiants actuels et ceux qui sont passés par là avant nous. Très vite, nous nous sommes rendu compte, à travers les échanges que nous avons pu avoir notamment lors de la Journée Portes Ouvertes, qu'il existait une vraie curiosité de la part des élèves envers les anciens. Leur parcours, leurs expériences, leurs réussites comme leurs erreurs... tout cela suscitait de nombreuses questions.

Et en parallèle, plusieurs Alumni se sont montrés enthousiastes à l'idée de pouvoir revenir parler de leur vécu et transmettre ce qu'ils auraient aimé entendre eux-mêmes à notre place ou encore de pouvoir être des exemples pour les nouveaux. Ce double intérêt nous a motivés à imaginer un moment de rencontre, pensé comme un véritable espace d'échange.

C'est à partir de cette envie commune qu'est née l'idée d'une conférence. Mais on ne voulait surtout pas tomber dans une conférence inerte ou trop académique, où les anciens élèves viendraient parler sans véritable interaction avec le public. Pour nous, il était essentiel que la parole circule dans les deux sens, que ce ne soit pas simplement des témoignages posés, mais une vraie conversation, un dialogue enrichissant.

C'est pourquoi nous avons choisi un format de "table ronde". Le principe est simple : plusieurs Alumni interviendront en même temps, regroupés autour d'une même thématique, puis laisseront la place à d'autres, dans un système de roulement. Cela permettra d'aborder différents sujets tout au long de la conférence, comme les choix d'orientation, les premières expériences professionnelles, les réorientations, les études à l'étranger, ou encore les doutes que l'on peut avoir à certains moments du parcours.

L'objectif principal est de renforcer le lien entre les anciens et les nouveaux. Il ne s'agit pas seulement de créer un moment agréable dans l'année, mais de poser les bases d'une communauté vivante, solidaire et accessible. On veut montrer que les anciens ne sont pas juste « partis » une fois leur diplôme en poche, mais qu'ils peuvent être là, encore aujourd'hui, pour partager, conseiller, inspirer.

À travers leurs récits, les étudiants pourront non seulement découvrir la diversité des chemins possibles après l'IUT, mais aussi mieux comprendre les réalités du monde professionnel, sans filtre ni idéalisation. Ce type de témoignage est précieux, car il permet de se projeter plus concrètement dans l'après, d'anticiper certains choix, ou même, simplement, de se sentir moins seul face à ses doutes.

Nous avons aussi voulu faire en sorte que chaque étudiant, peu importe sa personnalité, puisse tirer profit de cet événement. Nous savons que tout le monde n'ose pas forcément intervenir ou poser une question en public, surtout dans un grand amphi. C'est pourquoi nous avons intégré une pause buffet au cœur de la conférence. Ce moment-là, plus informel, permettra à chacun d'aller discuter plus librement avec les intervenants, dans un cadre détendu. Ce sera aussi l'occasion de poser des questions plus personnelles, de prolonger une discussion commencée en table ronde, ou même d'engager un premier contact, qui pourrait se transformer, qui sait, en opportunité...

Ce sont ces moments informels qui sont plus naturels qui rapprochent les différentes générations et qui renforcent l'esprit GEA de l'IUT de Meaux. Même si ce n'est pas l'ambition première de notre projet et que le projet relation entreprises est plus ciblé sur ce sujet, on est aussi conscients que ce type de rencontre peut créer des ponts utiles pour la suite. Les périodes de stage approchent, pour les étudiants de deuxième année bien sûr, mais aussi pour les premières et les troisièmes. Et parfois, un simple échange, une phrase entendue, peut débloquent une idée, donner une piste, ou aboutir à une proposition concrète. C'est aussi une façon pour certains élèves qui n'ont pas encore trouvé leur stage de bénéficier d'un appui supplémentaire, même si cela reste complémentaire au travail de la cellule relation entreprise.

1.2.2. Mise en œuvre et coordination

Dans un premier temps nous avons décidé de la date que nous voulions avant avril, nous ne pouvions pas la faire trop tôt non plus car avant il fallait que l'on crée et fidélise un groupe d'Alumni qui serait présent lors de celle-ci ce qui a pris assez de temps. Et nous voulions également la faire après la Journée Porte Ouvertes qui se déroulait le samedi 8 février afin de pouvoir analyser les réactions des élèves face à ce nouveau projet, comprendre ce qu'ils attendaient de ce projet et ce qui pourrait le rendre dynamique selon les préférences d'interactions etc...

Nous avons réfléchi au jour de la semaine car faire venir des étudiants et des travailleurs, dans un lieu à côté de l'école dans une période extra-scolaire, n'est pas simple, alors un samedi nous ne préférons pas essayer. Un autre élément restait important étant donné que nous avons décidé de faire un buffet où les personnes pourraient se réunir pour discuter il fallait donc que celle-ci soit organisée en fin de journée.

D'autres facteurs étaient à prendre en compte, celui des pratiques religieuses car début mars était la période du carême mais également du ramadan alors il ne fallait pas que celle-ci soit trop tôt pour que les visiteurs ne voient pas ça comme trop long étant donné qu'ils auraient faim ni trop tard sinon ils seraient tous en train de manger, le buffet ne serait pas intéressant etc... Après toutes ces réflexions nous avons décidé de l'organiser le 7 mars de 19h à 22h.

Une fois la date fixée il fallait maintenant trouver le lieu, idéalement le plus proche de l'IUT afin que tous les étudiants intéressés puissent s'y rendre même ceux qui habitent loin et qui n'ont pas de voiture. Concernant le budget de la salle, étant donné que nous avons des idées d'activité pour la conférence, une déco assez précise et voulions un buffet assez consistant étant donné qu'il serait considéré comme le dîner au vu des horaires fixés nous voulions alors essayer de trouver le moins cher possible pour pouvoir mettre en œuvre toutes nos idées.

Il nous fallait trouver une salle assez grande pour accueillir 150 places assises, avec une estrade et des sonorisant mais également avec la place de mettre un buffet ou autour duquel on pourrait se déplacer sans tous se marcher dessus... Dans un premier temps, nous avons demandé un devis la salle du Théâtre Luxembourg de Meaux, mais lors de la visite malgré sa grande scène spacieuse et sa grande capacité d'assises nous avons remarqué qu'elle ne détenait pas l'espace d'accueillir un buffet et cette dernière même après négociation restait néanmoins très cher pour notre budget (700€).

Ce qui avait en fait le prix d'à peu près toutes les salles de cette superficie des alentours...

Nous avons donc décidé de nous tourner vers la mairie de Meaux en joignant via Instagram Mr Allal Mouradoudi le vice-président de l'agglomération en lui faisant part de notre projet ainsi que notre demande de salle pour notre conférence qui aurait lieu le 7 mars (10^o Annexe - Photo conversation M. Allal Mouradoudi).

Par la suite, il a été très réceptif: en effet il a tout de suite accepté de nous aider, nous lui avons ensuite joint par mail notre mémoire du semestre 3 à lui et son dossier équipe afin qu'il puisse cibler l'objectif de notre projet ainsi que son importance (11^o Annexe- Photo mail avec M. Allal Mouradoudi). C'est donc à la suite de ce mail ou il a évoqué qu'il serait ravi de pouvoir collaborer avec nous car il trouvait le projet particulièrement enrichissant et bénéfique pour le territoire, que Allal Mouradoudi nous a redirigé auprès de Manon Lehalle chargée de projet événementiel de l'agglomération de Meaux.

Avec Manon, nous avons eu un entretien le 7 janvier 2025 à 15h (12^o Annexe - Photo de l'entretien avec Manon Lehalle) afin de lui faire part de nos besoins pour organiser cette conférence ainsi que tous les critères primordiaux énoncés précédemment toutefois nous lui avons demandé si cela serait aussi possible d'avoir l'intervention d'un élu. Demande à laquelle elle nous a répondu qu'elle allait nous aider et faire remonter notre demande afin de voir ce qu'elle pourrait nous proposer. C'est alors que trois semaines plus tard Manon Lehalle revient vers nous en nous proposant la salle Bossuet de la maison de l'économie de Meaux.

Nous sommes allés par la suite la visiter, cette dernière correspondait parfaitement à nos attentes alors nous lui avons tout de suite demandé les démarches à faire pour réserver cette dernière et combien cela nous reviendrait ! À l'issue de cette réunion, Madame Lehalle nous envoie un mail avec le plaisir de nous annoncer qu'ils peuvent mettre la salle à notre disposition, à titre gracieux pour notre événement et nous envoyer les démarches à suivre pour la réserver (13^o Annexe - Fiche de réservation de la salle). Une nouvelle qui nous à enlever un très gros poids au niveau du budget, nous avions alors 1047,64€ pour organiser la conférence.

Après avoir fait tous les devis avec les prestataires et les commandes (détail dans la partie bilan quantitatif) le total notre budget ne couvrirait pas nos charges. C'est ce dépassement qui a laissé place à la possibilité de faire payer l'entrée à la conférence. Au départ, cette idée pouvait paraître

contradictoire avec notre volonté d'ouverture et de gratuité. Mais en y réfléchissant, et en nous recentrant sur notre objectif premier (à savoir créer un réseau d'anciens élèves vivant, solide et pérenne) cette solution nous a semblé évidente afin de réinvestir dans un futur évènement.

En effet, notre intention est de réunir à nouveau notre équipe ainsi que les Alumni dans un cadre plus détendu, moins institutionnel, où ils pourraient véritablement se retrouver entre eux, échanger librement, renforcer/renouer et créer des liens. L'idée serait d'organiser une rencontre informelle dans un bar ou un lieu convivial, autour d'un verre offert, pour les remercier de leur présence et de leur engagement. C'est aussi une manière de les fidéliser, de leur montrer qu'on valorise leur investissement, et de leur donner envie de revenir pour les prochaines éditions.

Après beaucoup de réflexions, de débats nous avons décidé de mettre un prix d'entrée fixé à 5€ afin de récolter de fonds, la question suivante était de savoir comment mettre en place cette billetterie. Par notre expérience avec les photos de classes, il nous était important de mettre en place un moyen de paiement permettant le suivi des commandes ainsi que la possibilité de payer par carte.

Nous avons fait de longues recherches et comparaisons entre différents sites (Weezevent, Eventbrite, HelloAsso...), le site le plus rentable était Billetweb avec 0,29€ de frais par billet et 1% sur le résultat généré (14° Annexe- Photo billetterie (Billetweb)). Il nous a permis une interface simple et rapide à mettre en place ce qui nous a permis l'ouverture rapide des ventes ce qui a rattrapé le temps de réflexion sur cette dernière.

Nous avons suivi les réponses au cas par cas en inscrivant les alumni présents au fur et à mesure dans un tableau excel puis à l'approche de l'évènement, créé un groupe whatsapp facilitant les échanges et évitant de surcharger les réseaux tout en ciblant les annonces aux personnes présentes. Le fait de relancer les alumni a un impact positif puisqu'il montre que l'on va vers eux et que la relation n'est pas unilatérale car dans ce cas les anciens s'inscrivent suite à une annonce sans pouvoir questionner un interlocuteur. La relance permet de montrer un investissement de la part des membres du projet et que nous recherchons activement sans être uniquement dans l'attente d'inscription.

Après avoir prévu tout ce qui était avant-conférence il restait ensuite à décider l'organisation des intervenants lors de celle-ci, nous nous sommes d'abord penchés sur les anciens élèves en sollicitant ceux qui étaient présents lors de la Journée Portes Ouvertes et ceux qui souhaitaient y participer (15° Annexe- Tableau des Alumni présents) !

Nous avons été agréablement surpris de la réactivité de certains, en effet trouver notre équipe d'Alumni à été assez simple et rapide car beaucoup

était intéressé à venir raconter les parcours, réussites, défis et que leur parcours étaient à peu près tous diversifiés...

Deux équipes d'anciens élèves ont donc été faites, dans lesquelles nous avons sélectionné et trié les personnes ayant un parcours similaire afin de pouvoir faire un roulement de personnes et que les spectateurs ne pouvant pas être présent dès le début ou jusqu'à la fin puissent avoir des témoignages de chaque parcours d'études.

En revanche, s'agissant des spectateurs, l'implication s'est révélée beaucoup plus délicate. Pourtant, nous avons vraiment mis en place une communication active : entre les nombreuses storys sur Instagram, nos passages répétés dans les classes et les amphithéâtres, et les annonces relayées pendant d'autres événements étudiants, nous pensions réussir à mobiliser un public assez large. Mais malgré tous ces efforts, plusieurs obstacles sont venus compliquer la participation. D'abord, la date de la conférence que nous avons fixée tombait pendant la période du carême chrétien et du ramadan, ce qui a eu un impact sur la disponibilité de certains étudiants, notamment en soirée. Cela coïncidait avec des moments importants comme la rupture du jeûne ou des obligations familiales, ce qui a freiné une partie du public.

À cela s'est ajoutée une autre contrainte : l'horaire. La conférence se terminait autour de 21h30, et comme en mars il fait nuit tôt, plusieurs étudiants, nous ont expliqué qu'ils ne pouvaient pas rentrer si tard par mesure de sécurité, certains étudiants venaient de loin, notamment ceux en alternance ou vivant hors de Meaux, et faire le déplacement en soirée représentait une vraie contrainte.

1.2.3. Déroulement et temps forts

Avant de débiter cette Table Ronde, nous souhaitons vous expliquer brièvement le dispositif mis en place pour sécuriser l'entrée. Le site a joué un rôle central dans ce processus : en plus de la liste des inscrits transmise au vigile, chaque participant devait présenter la place qu'il avait reçue par mail au moment de son inscription via Billetweb. Cette place contenait un QR code scanné à l'entrée, permettant à l'agent de vérifier l'identité et la légitimité de chaque visiteur avant de le laisser entrer. Ce double contrôle avait un double objectif : garantir la sécurité de l'événement, notamment par une vérification rigoureuse à l'entrée, et assurer un meilleur suivi des participants. Grâce à ce système, chaque invité a reçu une invitation nominative par mail, attestant de son inscription préalable à cette conférence.

Afin que notre conférence se déroule mieux nous avons décidé de mettre en place une trame ([16° Annexe- Trame conférence](#)) avec des horaires assez fixes pour un bon déroulement.

Nous avons ouvert la conférence à 19h avec un discours d'introduction. Cette première étape nous a permis de présenter le groupe du projet "Alumni de l'IUT de Meaux", de poser le cadre de l'événement, ainsi que de remercier les participants et les intervenants ce qui nous tenait beaucoup à cœur. Ensuite, nous avons brièvement présenté le concept des Alumni et l'importance de ce réseau pour les étudiants en cours de formation. Nous avons ensuite donné la parole à M. Allal Mouradoudi, vice-président de l'agglomération et conseiller municipal, dont la présence renforçait le caractère institutionnel et officiel de notre événement. Cela permettait aussi de montrer que notre projet bénéficiait du soutien des acteurs locaux.

Après notre première intervention à 19h20 pas longtemps après pour ne pas perdre nos spectateurs nous sommes passés à une première session de témoignages (17° Annexe- Photo de la première équipe d'Alumni) autour de quatre grandes thématiques : l'insertion professionnelle, l'évolution de carrière, la carrière à l'étranger et l'entrepreneuriat. Ces thématiques ont été choisies à partir d'un sondage que nous avons diffusé en amont auprès des étudiants de BUT GEA.

Cela nous a permis de mieux cerner leurs interrogations et de sélectionner des anciens élèves aux profils complémentaires. Afin d'animer un peu la session nous avons décidé de mettre en place un petit jeu chrono de « 30 secondes » (18° Annexe – Photo d'un Alumni qui se présente), où chaque Alumni devait se présenter en respectant le chrono afin de gagner son « écharpe d'Alumni » (écharpe que nous avons commandé dans le thème de notre conférence pour qu'il puisse être reconnaissable dans la foule lors du moment de libre échange).

À la suite des présentations des questions préalablement posées par des étudiants sur notre sondage Instagram leur ont été posées afin de donner la parole à chacun. Puis nous avons laissé place au rebondissement de questions de la part du public (élèves et professeurs) sur les réponses des intervenants.

Après cette première partie plus formelle vers 19h50/20h, nous avons souhaité proposer un moment plus détendu. Nous avons organisé un buffet varié (mini burgers, wraps, chips, plateaux de fromages, charcuterie, mini pizzas, etc.) (19° Annexe- Photo buffet), pour encourager les discussions informelles entre les étudiants et les Alumni. Concernant le buffet, nous avons aussi pris le temps de tout penser en amont pour que chacun puisse s'y retrouver, quelles que soient ses convictions ou ses habitudes alimentaires.

Nous voulions vraiment que ce moment de convivialité soit inclusif et accessible à tous, sans que personne ne se sente mis de côté. C'était important pour nous de créer un espace respectueux et accueillant, au-delà de la conférence en elle-même. En parallèle, nous étions ravis de collaborer avec le projet au pas de course contre le cancer qui ont fait le tirage au sort de leur tombola qui a renforcé l'aspect convivial (20° Annexe- Tombola Course contre le cancer). Afin d'appuyer sur ce principe de convivialité le groupe Alumni n'est pas seulement un groupe mais également une « famille » nous avons mis

en place un photoBooth comprenant 100 photos imprimer sur places, photos, vidéos montage 4 photos illimités à s'envoyer par mail (21° Annexe- Photos photobooth), afin de permettre aux participants de prendre des photos souvenirs accompagné d'accessoires dans une ambiance agréable. Cela contribuerait à créer une atmosphère positive et à garder une trace visuelle de l'événement.

Dans les alentours de 20h20 nous avons repris la conférence, en lançant la deuxième session de témoignage avec une nouvelle équipe d'intervenants (22° Annexe- Photo de la deuxième équipe d'Alumni). Nous avons refait le jeu de « chrono » car il a plutôt bien marché lors de la première partie, cette deuxième partie se concentrait davantage sur les parcours atypiques et les aspects plus personnels : les opportunités de parcours, les défis rencontrés et les erreurs de parcours...

L'objectif était de montrer que tous les parcours ne sont pas linéaires, et que les difficultés peuvent aussi mener à des opportunités. Nous voulions également que les étudiants puissent s'identifier aux anciens élèves, et comprendre que chaque chemin est unique. Cette partie était particulièrement appréciée car elle permettait de briser certains tabous et de donner une image plus humaine du monde professionnel.

Après la session questions/réponses des témoignages nous avons de clôturer leurs interventions sur un autre petit « jeu » qui permettrait de recaptiver l'attention des spectateurs en faisant un tour de « table » où chacun devait raconter un souvenir marquant de ces années à l'IUT ou encore passer un conseil en 30 secondes pour que ce ne soit pas trop long pour le public tout en finissant sur une petite touche sentimentale afin de rappeler et renforcer l'esprit convivial GEA de l'IUT de Meaux.

Enfin, pour conclure la soirée aux environs de 21h15, nous avons laissé un dernier temps libre d'échange. C'était un moment important pour permettre aux personnes n'ayant pas encore osé intervenir de poser des questions en petit groupe, de discuter avec les intervenants ou entre étudiants. Ce moment a également été utilisé pour prendre des photos, récupérer les contacts LinkedIn des Alumni, et renforcer le lien créé pendant la soirée.

1.2.4. Bilan quantitatif

Sur le point quantitatif, malgré les difficultés rencontrées pour mobiliser les élèves actuels, notamment les premières années, nous avons tout de même eu le plaisir d'accueillir 75 participants lors de cette première édition de notre conférence. Parmi eux, 18 Alumni ont répondu présents pour venir partager leur parcours avec bienveillance, 5 enseignants sont venus soutenir l'événement, et 57 étudiants ont assisté à la conférence : 40 de deuxième année, 17 de première année et 2 troisième année. Même si nous étions loin de

nos prévisions initiales, cette mobilisation reste un beau signe d'intérêt et d'implication de la part de notre communauté étudiante.

À vrai dire, nous avons estimé un taux de participation beaucoup plus élevé, autour de 90 étudiants de deuxième année, une cinquantaine de participants issus d'autres promotions (dont une majorité de première année), ainsi qu'une dizaine de professeurs. Nous avons donc préparé le buffet en conséquence, en réfléchissant à des proportions qui puissent satisfaire tout le monde.

Finalement, le nombre de participants ayant été plus bas qu'espéré, ce qui aurait pu être vu comme un désavantage s'est transformé en point positif vis-à-vis du buffet car tout le monde a pu se servir largement, manger à sa faim, et même revenir plusieurs fois. Cela a contribué à l'ambiance conviviale du moment et à renforcer les échanges.

Concernant les interventions des Alumni, nous avons opté pour un roulement entre deux équipes de 9 intervenants. Chacun d'eux a pris la parole au moins deux fois, ce qui a permis une certaine dynamique et diversité dans les témoignages. Le format de la conférence a été pensé pour être interactif et stimulant. Lors de la première session, nous avons posé 9 questions que nous avons préalablement sélectionnées sur Instagram, en demandant aux étudiants de soumettre ce qu'ils aimeraient entendre. Ce mode de participation a d'ailleurs bien fonctionné, car il a permis de cibler les vrais questionnements des étudiants.

En complément, 5 interventions spontanées du public sont venues enrichir les échanges. Durant la deuxième session, nous avons proposé 10 nouvelles questions, auxquelles se sont ajoutées 8 questions posées en direct par les étudiants présents. Ce format a contribué à un déroulement structuré, mais aussi vivant, avec une alternance entre témoignages inspirants, réponses concrètes et échanges directs. Le tout dans un cadre assez professionnel.

Sur le plan budgétaire, nous avons démarré avec un budget de 1353,77 €, constitué grâce aux bénéfices réalisés lors des ventes de photos de classe et du marché de Noël. Après la journée portes ouvertes, ce montant était descendu à 1047,64 €, ce qui nous laissait une marge plus serrée pour organiser la conférence. Voici comment les dépenses se sont réparties : 620 € ont été alloués au buffet (incluant les assiettes, boissons, prestataires et courses), 50 € pour la décoration, 182 € pour le photoBooth ([23° Annexe- Devis photobooth](#)) , 100 € pour la présence d'un agent de sécurité, 17,90 € pour les écharpes alumni, 50 € pour la location du matériel de sonorisation, et enfin 35,70 € correspondant à l'amortissement du kakémono.

Ce qui nous donne un total de 1055,60 €, légèrement au-dessus de notre budget disponible. Néanmoins grâce à cette entrée payante, nous avons pu récolter 285€, une somme qui nous permettra de concrétiser le projet de

réunir les Alumni entre eux et de continuer à faire vivre notre réseau de manière durable et humaine.

Du côté des animations, le photoBooth a été une vraie réussite. La capacité des 100 photos à imprimer sur place a été utilisée, 120 ont également été envoyées par mail aux participants, les différentes options ont également été utilisées (mini vidéo, compilation de 4 photos...) ce qui montre un réel engouement pour cette activité. Nous avons été ravis de constater à quel point ce coin photo a permis de créer des souvenirs, capturer des moments de complicité entre étudiants et Alumni, et symboliser ce lien que nous cherchons à développer entre les générations. (21° Annexe- Photos photobooth).

Afin d'évaluer notre évènement, un questionnaire a été mis en place (un google form) (24° Annexe- Questionnaire Conférence) pour recueillir les avis de nos spectateurs mais également de nos intervenants dans le but de pouvoir s'améliorer dans nos projets futurs. A ce dernier, nous avons reçu 47 réponses dont 42,9% d'étudiants en deuxième années, 28,6% d'Alumni, 14,3% en première années et 2% de troisième années (25° Annexe-Diagramme de répartition des répondants) avec une note globale de 4.75/5 (26° Annexe- Diagramme étoiles de satisfaction) ! Toutes les personnes ont répondu que la conférence répondait à leurs attentes , néanmoins nous leur avons également demandé les points forts et les points faibles afin de pouvoir évaluer la qualité.

1.2.5. Bilan qualitatif

Même si les retours globaux sur la conférence sont très positifs, certains éléments ressortent comme des axes d'amélioration pour les prochaines éditions. D'après le questionnaire de satisfaction, plusieurs participants ont appuyé sur la qualité des interventions, l'organisation générale, ainsi que le rythme et la diversité des parcours présentés. Ce qui est un bon point et qui montre que notre base est solide.

Cependant, tout n'était pas parfait. Un retour qui revient assez souvent est le manque d'échanges plus directs et spontanés entre les Alumni et les étudiants. Bien que les temps de questions-réponses aient été présents, il l'a peut-être trop été ce qui a fait ressentir un moment trop formel et un espace de discussion libre, aurait vraiment fait la différence, surtout pour les étudiants plus réservés. Par exemple, profiter de l'entracte pour créer un vrai temps de discussion aurait été utile car avec le buffet le temps a été assez réduit.

Nous avons aussi manqué de fluidité dans le rythme des prises de parole, donc il faudra retravailler la gestion des transitions et éviter les interventions un peu trop longues ou trop rigides. Certains Alumni ont également relevé, que la diversification des années manquait et que notre public visé devrait être plus large, qu'il ne devrait pas avoir de différence et

que tout le monde soit concerné par cet évènement qu'il n'est pas à négliger et qu'ils auraient beaucoup aimé qu'il soit aussi présent à leur époque !

Du point de vue de notre équipe, même si la conférence s'est globalement bien déroulée, plusieurs points restent à améliorer, et ce retour nous permet justement de mieux préparer les prochaines éditions. A propos du manque de personnes, un des soucis majeurs a été le manque de diversité dans les moyens de paiement. Les billets étaient uniquement disponibles via la billetterie en ligne, ce qui ne laissait aucune alternative sur place : pas de paiement en espèces ni de terminal de carte bancaire. Cela a probablement freiné certaines personnes qui auraient voulu se décider à la dernière minute ou qui avaient des problèmes de cartes bancaires, pas leur carte sur eux au moment présent... Pour une prochaine fois, il serait plus judicieux de proposer différentes options de règlement pour éviter ce type de blocage.

Un autre point important a été la communication qui a été lancée trop tard. Il aurait été préférable de commencer à en parler plus en amont pour laisser le temps aux étudiants de s'organiser, mais aussi pour créer une dynamique autour de l'évènement. En plus de ce manque d'anticipation, on n'a pas assez démarché : peu de relais auprès des enseignants, et pas assez de présence sur le terrain.

Nous avons également eu un soucis au niveau du public ciblé en effet nous avons remarqué un engagement motivé de la part des premières années lors de la Journée Porte Ouverte, malheureusement après réflexion nous avons peur qu'il n'est plus assez de place pour les deuxième années (cible principal) alors nous avons ouvert la billetteries aux premières années qu'une semaine avant la conférence ce qui s'est fait ressentir sur leur participation, il n'était plus motivé et ne se sentait plus concerné... Le taux de participation en a clairement souffert.

Nous attendions plus d'étudiants, surtout parmi les deuxièmes années. Cela nous pousse à nous interroger sur la manière dont l'évènement a été perçu. Peut-être n'ont-ils pas compris l'intérêt de ce format pour leur orientation ou leur réflexion personnelle. Il aurait peut-être fallu mieux expliquer les bénéfices d'un tel moment, notamment pour ceux qui sont encore en train de construire leur projet d'étude. Le choix de la date n'a peut-être pas été le plus stratégique.

Sur le fond, le format de la conférence était peut-être un peu trop cadré. Le fait d'avoir demandé à l'avance les questions que les élèves voulaient poser par peur qu'ils ne les posent pas a rendu les interactions moins naturelles et trop structurer ce qui a pu parfois freiner les échanges spontanés. À l'avenir, il serait intéressant de prévoir des temps de discussion plus libres, voire d'introduire des débats ouverts sur certains thèmes, afin de rendre le moment plus interactif et moins formel. Cela permettrait également de créer plus de proximité entre les Alumni et les étudiants.

Notre défaut a sans doute été d'être trop méfiants et de ne pas avoir assez pris de risques sur le libre-échange, il aurait peut-être été préférable que les Alumni prennent plus de temps à se présenter afin que le public soit plus de questions et dans ce cas la faire une plus petite table ronde pour chaque session afin de quand même avoir une structure temporelle. D'un point de vue plus large nous pensons que les bases de cet évènement sont solides et de qualité, mais pour faire encore mieux la prochaine fois, il faudra rendre l'échange plus vivant et accessible afin de mieux préparer la communication en amont, et simplifier les aspects pratiques comme les paiements.

2. Développement du réseau et des outils créés

2.1. Choix et pertinence des canaux utilisés

Cette conférence, point fort de notre projet, a parfaitement mis en lumière notre volonté de construire un réseau dynamique et solidaire, fidèle à l'esprit du projet Alumni. Notre slogan, "Anciens d'hier, leaders de demain", incarne cette ambition de rassembler une véritable communauté autour du BUT GEA de Meaux. L'événement a ainsi contribué à renforcer le sentiment d'appartenance entre les étudiants actuels et les anciens de l'IUT.

De ce fait, nous avons choisi d'utiliser linkedin qui est un réseau social professionnel pour créer et renforcer ce lien d'appartenance à l'université. En novembre 2024, nous avons créé une page qui s'intitule "Alumni GEA IUT de Meaux" ([27° Annexe- Lien de la page linkedin](#)). Cette page est la vitrine des alumni de l'IUT de Meaux. En effet, on y trouve toute l'actualité du projet et la présentation de différents profils d'alumni. Par ailleurs, nos cibles sur ce canal de communication sont essentiellement les anciens étudiants du DUT ou BUT GEA de Meaux.

En parallèle, nous avons décidé de créer un compte instagram qui fera le rôle du canal de communication à destination des étudiants actuellement en BUT GEA à l'IUT de Meaux. En outre, ce compte instagram nous a permis de diffuser la totalité des informations sur nos événements tels que l'annonce de la Table Ronde des Alumni en mars 2025. De plus, ce compte instagram nous a permis de diffuser des rappels concernant nos présentations des alumni en y intégrant des liens qui renvoient directement sur nos publications linkedin ([28° Annexe- Lien de la page instagram](#)).

2.2. Construire une stratégie de communication engageante

En termes de stratégie de communication ([29° Annexe-Plan de communication](#)), nous avons décidé de créer une campagne de communication qui s'intitule " Que sont-ils devenus ? ". Cette campagne de communication a pour finalité de renforcer le lien avec l'IUT de Meaux. Par ailleurs, le but est de créer des liens entre les alumni qui vont découvrir le parcours d'ancien camarade ou ceux de personne d'autre promotion par le biais de publication sur le parcours de nos anciens étudiants.

Par la suite, nous avons créé une trame ([30° Annexe- Exemple de post d'un Alumni](#)) pour respecter un format type de manière à mettre en avant l'ancien élève sur chaque publication. Toutes ses informations sur les alumni ont été récoltés grâce aux questionnaires que nous avons envoyés aux alumni sur

linkedin. (31° Annexe-Post sur la base de données) De cette façon, chaque publication a été répartie en 6 pages.

Ainsi, la première page est une page de présentation du concept. La deuxième page est une page de présentation du diplôme obtenue en BUT ou DUT GEA avec sa spécialisation et son parcours académique. La troisième page est son poste actuel et la présentation de son secteur d'activité. Ensuite, la quatrième page est un commentaire sur son passage en DUT ou BUT GEA en termes d'enseignement, de projet ou d'événement marquant durant leurs années à l'IUT de Meaux. La cinquième page est dédiée à des conseils pour les étudiants et les jeunes diplômés de l'IUT de Meaux.

Enfin, la dernière page est un appel à suivre la page linkedin du projet pour voir de nouveaux profils inspirants d'alumni. Après, la conception du post, nous avons envoyé à l'alumni concerné pour qu'il valide le post ou pour qu'il puisse proposer d'éventuelles modifications sur le contenu (32° Annexe-Message de validation). À ce jour, nous sommes à 10 profils présentés sur linkedin: Lou Gastaldy, Nicolas Quiterio, Delphine Bernard, Maxime Gallet, Marie Freval, Florian Vervelle, Sonia Khamou, Adrien Larrée, Solyane Luthier et Benoist Touche. Pour fidéliser nos alumni, nous avons publié nos publications tous les lundis à 10h sur notre page linkedin.

Dans un deuxième temps, nous avons relancé nos relations sur linkedin et instagram à des moments clés. De cette manière, nous avons établi un plan média (33° Annexe-Plan média) afin d'organiser notre communication en amont, pendant et après chacun de nos évènements. Par exemple, pour "la Table Ronde des Alumni" nous avons communiqué en amont sur linkedin pour annoncer la conférence (34° Annexe-Affiche de la conférence du post linkedin). Cela a permis de mobiliser le maximum d'Alumni à notre évènement. Au même moment, nous avons également poster des stories sur instagram pour communiquer avec les étudiants du département GEA de Meaux. De plus, nous avons sollicité des anciens élèves, contactés en amont, afin d'inciter les élèves à participer à notre évènement en story instagram (35° Annexe- Vidéo de promotion des alumni sur instagram).

Pendant l'évènement nous avons posté des stories sur instagram. A l'issue de l'évènement, nous avons remercié tous les prestataires, partenaires et tous les participants (les alumni, les élèves et les professeurs) sous la forme d'une publication sur LinkedIn et sous la forme de story sur Instagram. Enfin, pour clôturer en beauté cet évènement, nous avons publié une vidéo de 2 minutes qui résume le déroulement et l'ambiance conviviale de notre conférence sur instagram et LinkedIn.

Dans un troisième temps, nous avons pu faire des collaborations avec les autres projets tutorés tels que le groupe événementiel (pour la garden party) et le groupe au pas de course contre le cancer (pour la course au Parc Culturel de Rentilly) (37° Annexe- Post linkedin projets tutoré). Nous avons publier leurs annonces sur notre page linkedin. L'objectif de ses posts était de solliciter les alumni à venir aux évènements des autres projets tutorés pour accentuer le lien avec l'IUT de Meaux. Par conséquent, 11 alumni ont décidé de

participer à la garden party. (38° Annexe-Message d'alumni qui participe à la garden party)

2.3. Mesurer l'impact : analyse de l'engagement

L'objectif de notre projet était de créer un réseau des anciens élèves du BUT GEA de Meaux et d'accumuler le maximum de visibilité auprès des alumni. Ainsi, en termes d'indicateur clé de performance, nous avons comme objectif principal d'atteindre 500 abonnés sur notre nouvelle page linkedin. En seulement six mois, nous avons dépassé notre objectif en atteignant 611 abonnés.

Cela s'explique par une stratégie de relance spécifique. Nous avons une fonctionnalité qui tous les mois nous donne 250 crédits d'invitation à envoyer aux personnes avec qui nous sommes connectées sur le compte pour qu'ils suivent la page du projet que nous avons créé (39° Annexe-Capture d'écran de la fonctionnalité d'invitation des relations).

Nous avons également répondu à l'objectif d'abonnés par le biais de notre campagne de communication "Que sont-ils devenus" avec 397 réactions et plus de 24 000 impressions, c'est-à-dire, notre campagne de communication a été vue plus de 24 000 fois sur linkedin avec 10 publications à ce jour. De plus, les publications qui ont le plus marché ont été les posts des récapitulatifs de nos évènements.

En outre, la publication sur la journée portes ouvertes a généré plus de 5485 impressions et 132 réactions (40° Annexe- Photo des impressions et des réactions) . Au niveau des commentaires, nous avons eu beaucoup de retours positifs auprès des alumni. Ces commentaires viennent récompenser ces mois de travaux . (36° Annexe- Post linkedin avec le plus de likes / Post JPO) et (41° Annexe-Commentaire des alumni post JPO).

Ensuite, la publication sur " La Table Rondes des Alumni" a engendré plus de 4300 impressions et 107 réactions. En termes de commentaire, nous avons eu également des retours plus que positifs des alumni et de professeur de l'IUT qui a été marqué par de nombreux moment d'échanges et de retrouvaille. (42° Annexe-Post conférence) et (43° Annexe-Commentaires des alumni post Conférence).

Ces indicateurs de performances permettent de constater que les posts sur nos évènements ont plus marché que la campagne de communication sur les alumni en termes d'interactions (like et commentaire). Nous pouvons expliquer cela par le fait que ces publications mettent en avant l'esprit GEA de l'IUT de Meaux qui représente un aspect convivial et solidaire. De plus, ses publications reflètent la réalité de nos évènements et c'est exactement ce que l'on voulait faire ressentir chez les personnes qui nous regardent à travers nos canaux de communication.

Cette transparence que nous faisons ressentir à l'aide de nos publications est aussi l'une des raisons pour laquelle ses posts sont aimés par nos abonnés. Cependant, notre campagne de communication « Que sont-ils devenus ? » n'a pas eu assez d'ampleur pour impacté l'intégralité de notre réseau des anciens élèves.

Après avoir élaboré une stratégie de communication et une communication ciblée autour de notre réseau des anciens, nous nous sommes demandés comment exploiter toutes les données récoltées sur les alumni. Ainsi, est née l'idée de confectionner une base de données sur nos anciens élèves qui nous font confiance.

3. La base de données

3.1. Un outil au cœur du projet

3.1.1. Pourquoi une base de données ?

La base de données Alumni est l'un des points importants de notre projet cette année, l'enjeu de la sécurisation étant important nous avons cherché différentes solutions permettant de répondre à cette problématique. Pour rappel, la base de données en ligne est un outil important pour ce projet car elle va recenser les informations de l'ensemble des Alumni faisant parties de notre projet, non seulement ceux étant déjà parmi nous, mais également pour les nouveaux dans les années à venir.

Cette base permet la gestion des données, assure la protection des informations personnelles des Alumni mais également, un outil constamment maintenu à jour, permettant de suivre leurs activités et leurs contributions. L'importance de cet outil est primordiale c'est pourquoi, il est important d'avoir une base sérieuse pour éviter d'éventuels problèmes émergent (ex: fuite de données).

Les bases de données en ligne doivent répondre à des critères de sécurité obligatoires. A l'image du respect de la conformité à la loi RGPD (règlement général sur la protection des données). Cette loi a pour but de faire apparaître la prévention lors de la récolte d'informations en affichant les intentions claires des demandeurs d'informations personnelles et également ne réclamer uniquement les informations strictement nécessaires à l'activité et au besoin en question.

Les informations dont nous disposons, sont pour le moment contenues dans un fichier Sheet unique qui permet de garantir également la continuité du projet pour les promotions futures, en facilitant la transmission des données ajoutées durant l'année au groupe qui viendra succéder. [44° Annexe- Capture d'écran fichiers Google sheet de donnée](#)). Bien entendu, l'enjeu de la sécurisation gravite autour des données dans ce fichier, nous verrons ci-dessous, certaines solutions que nous apportons afin de sécuriser ces données.

3.1.2. Collecte et fiabilité des informations

La constitution de cette base s'est faite en différentes étapes. Nous avons dans un premier temps réalisé différents questionnaires via des formulaires Google form cherchant à recueillir les parcours académiques (année de promotion, le parcours choisi, poursuites études etc..) au sein de l'IUT mais également professionnels.

Afin d'élargir les horizons et les personnes pouvant prendre connaissances de la mise en marche de notre projet et en l'occurrence, du réseau en lui-même, nous avons utilisé différents canaux de diffusions comme LinkedIn, WhatsApp ou également via de la communication simple en physique.

LinkedIn nous a permis, de mettre en ligne les liens de nos QCM, afin d'augmenter nos chances de sondeur et d'éventuels futurs Alumni, tout comme dans les groupes WhatsApp avec les anciens qui de part leurs aides, ont pu transmettre nos questionnaires à leurs contacts de promo et donc nous offrir la possibilité de toucher encore plus de monde.

Au prélude, nous avons reçu également un fichier Excel regroupant les informations d'anciens diplômés du BUT GEA avec leurs années de promotion, leur nom et prénom, mais aussi quelques moyens de contacts (Numéro de téléphone, adresse mail).

Nous nous sommes répartis les années de promotions, afin de contacter un maximum d'anciens étudiants pour les fidéliser à notre projet et leur donner envie de faire partie de l'aventure du cercle fermé des Alumni du BUT GEA de Meaux. Une fois l'ensemble des réponses obtenues, nous avons regroupé sur un fichier Excel les informations des différents volontaires en le structurant par onglets avec des filtres afin de faciliter l'analyse des données mais également de soulager les prochains étudiants pour la réutilisation des informations.

3.1.3 Sécurité et confidentialité des données

Nous avons cherché différentes solutions pour répondre à la problématique de la sécurisation. En effet un simple fichier Excel n'est pas suffisant en termes de sécurité, bien que la modification puisse être sous autorisation, la consultation est possible dès lors que le fichier est partagé.

Dans un premier temps nous avons la solution SharePoint qui est une plateforme en ligne appartenant à Microsoft 365.

Microsoft 365 fonctionne sous forme d'abonnement et comme pour Excel, Word etc., SharePoint fait partie de certains abonnements.

Les abonnements sont disponibles à un prix de départ de 11.70€/mois et par utilisateurs. Pour plus d'accès, il existe des formules à 130€/ans incluant un accès entre 1 à 6 personnes.

SharePoint, étant un outil professionnel, il permet de collaborer et de partager des documents, gérer des projets tout en ayant un accès sécurisé depuis n'importe où. Il est possible de collaborer à plusieurs et en même temps sur les fichiers partagés et la plateforme propose un espace dédié pour les organisations et centralisation des ressources.

Il est possible de gérer les permissions pour protéger les données sensibles en définissant qui peut **voir** et **modifier** le document.

Enfin faisant partie intégrante de Microsoft, SharePoint intègre la messagerie via Teams, permettant d'échanger entre les membres ayant accès aux informations pour travailler ensemble.

L'un des derniers points forts pour notre situation, étant donné que nous travaillons directement avec des plateformes du type Excel faisant partie de Microsoft, l'intégration de données est plus simple. A contrario, si la source de données viendrait d'un logiciel tiers, l'adaptation est plus compliquée.

Les points forts oui, mais il ne faut pas oublier de citer les points faibles de cet outil. Au départ, SharePoint peut être difficile à paramétrer correctement et il peut être préférable de déléguer cette tâche à une personne compétente. De plus, le coût peut être également un frein, il se base sur un abonnement annuel pouvant être fixé sur plusieurs mensualités si nécessaires.

Enfin, nous avons une autre solution de sécurisation en proposant le recours à un développeur que nous avons contacté au préalable. La plateforme Black Rise qui recenserait l'ensemble des données des Alumnis sous forme de base de données. Au sein de cette plateforme, les comptes peuvent avoir différents droits en fonction du grade à savoir : le compte basique permettant la consultation simple des données, format pour les membres du groupe.

Le compte modérateur, pouvant consulter et ajouter des nouvelles identités (Alumnis), ce type de compte est uniquement attribué via l'autorisation du compte administrateur qui lui sera dédié au chef du département GEA. Le compte modérateur permet la modification. Le chef du département GEA attribue les droits aux tuteurs mais aussi au chef de groupe qui pourra par la suite travailler sur l'actualisation des données.

Cette plateforme est intéressante car elle répond aux normes RGPD, de plus, il est impossible pour un utilisateur lambda de consulter les données sans créer un compte. Lors de la création d'un compte, il faut au préalable faire une demande qui est par la suite acceptée ou non par l'administrateur qui est un profil unique. L'authentification à deux facteurs est également intégrée et les modérateurs et administrateurs ont accès pour chaque utilisateur, à la date de création du compte ainsi qu'à la dernière connexion.

(46° Annexe- Capture d'écran plateforme Black Rise).

Sur cette plateforme, nous pouvons retranscrire les informations que nous avons collectées au préalable sur les Alumnis, et enfin, pour chacun d'entre eux nous créons des fiches qui retracent leurs informations de parcours et de contacts.

Lors d'une démonstration réalisée par le développeur de Black Rise, il a rapidement compris que notre budget étudiant ne nous permettrait pas de développer un site web sur mesure, avec hébergement, maintenance, sécurité RGPD et base de données intégrée. Plutôt que de nous proposer une solution inabordable, il nous a orientés vers Airtable, un outil à la fois puissant, économique et sécurisé. Conscient de nos contraintes, il a pris le temps de configurer l'outil pour nous : création des fiches alumnis, structuration des tables, automatisations simples, filtres, vues personnalisées... Tout était prêt à l'emploi, sans aucun besoin de compétences techniques de notre part.

Et ce n'est pas tout : Airtable coche toutes les cases côté sécurité. La plateforme embarque des protections robustes dès le départ l'authentification à double facteur, chiffrement des données en transit et au repos, gestion fine des permissions le tout conforme au RGPD. Contrairement à un site web custom, où il faut prévoir des audits réguliers et gérer les mises à jour de sécurité soi-même (avec le stress et les coûts que ça implique), Airtable prend tout en charge en continu. Résultat : nos données sont protégées sans que l'on ait à lever le petit doigt.[\(47° Annexe- Capture d'écran logiciel Airtable\)](#)

Côté budget, le comparatif est sans appel. Un site web personnalisé avec base de données peut coûter à partir de 2000€ la première année, entre le développement, l'hébergement sécurisé, la maintenance technique, et la mise en conformité RGPD. À l'inverse, Airtable fonctionne par abonnement, avec une stratégie d'équipe optimisée : seuls les membres en charge de l'administration ont besoin d'une licence payante (environ 20 €/mois/utilisateur), tandis que les autres peuvent consulter ou interagir avec la base via des vues partagées gratuites. Résultat : une base complète pour environ 720 à 1 200 € par an, tout compris. Pas de frais cachés, pas de mauvaises surprises.

En résumé, grâce à l'intervention du développeur de Black Rise. Nous avons non seulement découvert un outil parfaitement adapté à nos besoins, mais nous avons aussi gagné en efficacité, en sécurité et en sérénité. Airtable s'est imposé comme la solution la plus cohérente pour gérer notre base Alumni : un outil complet, économique, sécurisé et prêt à l'emploi.

3.2. Des données aux histoires : analyse des profils Alumni

3.2.1. Notre démarche d'analyse

Notre analyse des alumni repose sur plusieurs critères, avec l'objectif d'offrir aux étudiants de l'université des perspectives concrètes et variées sur l'après-BUT. L'idée était de mettre en lumière la diversité des parcours accessibles après un BUT GEA à l'université de Meaux. Cette cartographie des trajectoires permet aux étudiants actuels de mieux comprendre les débouchés réels de leur formation et de s'orienter avec plus de confiance et de certitude dans la filière de leur projet professionnel.

Les profils étudiés proviennent de promotions différentes, ce qui nous a permis de croiser des retours d'expérience récents avec d'autres plus anciens. Les spécialités représentées sont multiples : GC2F, GEMA, GPRH, GC2P, FC, GMO, PMO, etc... Certains anciens ont poursuivi leurs études sur plusieurs années, tandis que d'autres sont directement entrés dans la vie active. D'autres encore ont effectué une reconversion, en changeant de secteur d'activité après quelques années d'expérience. À cela s'ajoutent des cas où des alumni ayant suivi un même parcours académique ont évolué dans des domaines

professionnels très éloignés, montrant qu'une formation commune peut ouvrir sur des débouchés différentes.

Afin de mener à bien cette analyse, nous avons diffusé un questionnaire via Google Forms, en nous appuyant sur LinkedIn pour le relais. Ce choix s'explique par le caractère professionnel de la plateforme, jugée plus adaptée que les réseaux sociaux classiques. Les données collectées ont ensuite été organisées et traitées dans un tableau Excel, ce qui a facilité l'identification de tendances et la structuration de notre base de données.

Bien que cette étude fournit un aperçu utile des parcours des anciens étudiants, elle présente certaines limites qu'il est important de souligner pour en comprendre la portée réelle.

Tout d'abord, l'échantillon retenu reste relativement restreint, puisqu'il ne concerne que les diplômés du DUT ou du BUT du département GEA de l'université de Meaux. Ce choix, bien qu'il s'explique par notre volonté de cibler des parcours comparables à ceux des étudiants actuels, réduit nécessairement la diversité des situations observées. Par conséquent, certains secteurs d'activité sont peu ou pas représentés dans notre analyse, ce qui limite la portée des conclusions que l'on peut en tirer. Notre analyse ne reflète pas la totalité des débouchés possibles après un BUT GEA.

Par ailleurs, la collecte des données s'est heurtée à plusieurs difficultés. Tous les alumni sollicités n'ont pas répondu à notre questionnaire, malgré les efforts déployés pour les contacter. Certains n'ont pas de compte LinkedIn, tandis que d'autres l'utilisent peu ou pas, ce qui a freiné la prise de contact. D'autres encore ont simplement ignoré la sollicitation, par manque de temps ou de motivation. En conséquence, plusieurs réponses ont été incomplètes ou trop vagues pour être pleinement exploitables. Ce manque de participation a entraîné une perte d'informations précieuses.

Pour les futures éditions de ce travail, plusieurs pistes d'amélioration peuvent être envisagées. Il serait pertinent, par exemple, de diversifier les outils de collecte des données en combinant LinkedIn avec d'autres canaux, ou encore en développant un véritable annuaire Alumni centralisé et mis à jour régulièrement. Par ailleurs, des campagnes de relance plus structurées pourraient être mises en place pour améliorer le taux de réponse, notamment à travers des messages personnalisés ou des communications plus visibles au sein des réseaux d'alumni. Enfin, envisager des entretiens courts avec certains profils-clés permettrait d'obtenir des retours plus complets et plus qualitatifs, tout en renforçant le lien avec la communauté des anciens.

3.2.2. Chiffres clés et tendances observées

L'objectif de cette section est d'interpréter ces données de manière approfondie, afin de mieux comprendre les trajectoires des anciens et les tendances en matière d'insertion professionnelle. Cette analyse se base sur les graphiques présentés en annexe. (45° Annexe- Graphique Analyse Alumni GEA Meaux)

La répartition des spécialités et des promotions :

Suite à la récolte des réponses du questionnaire diffusé nous avons constaté une diversité des profils, mais également une forte concentration sur quelques options : ([graphique 1](#))

- GCF (Gestion Comptable et Financière) domine avec 26,2 % des réponses.
- Puis GMOI avec 16,7 %, GMO (14,3 %), FC (Finance-Comptabilité) et GRH (Gestion des Ressources Humaines) à 9,5 % chacun.
- Les autres spécialités, dont CG2P (Contrôle de gestion et Pilotage de la performance), sont chacune représentées à moins de 10 %.

Sur le plan chronologique, la répartition des promotions des répondants s'étale de 2000 à 2024, avec une concentration accrue sur les promotions à partir de 2015, notamment 2017, 2019 et 2021. Cela s'explique probablement par une communication plus efficace auprès des jeunes diplômés et une proximité temporelle qui facilite l'engagement. L'implication d'anciens plus récents confirme aussi leur attachement récent au département. ([graphique 2](#))

Une majorité d'alumni (60 %) poursuivent leurs études après le BUT GEA, contre 40 % qui entrent directement sur le marché du travail ([graphique 3](#)). Ce constat illustre la place du BUT comme tremplin vers des formations de niveau Bac+3 à Bac+5. Les types d'établissements choisis montrent une orientation très marquée vers ([graphique 4](#)) :

- Les écoles de commerce (35 %) et les IAE (25 %), gages d'une formation reconnue dans le monde professionnel.
- Les universités classiques (22,5 %) occupent aussi une place importante.

Après l'université, les étudiants poursuivent des études très diversifiées, majoritairement en gestion, finance, contrôle de gestion, CCA, marketing, banque ou encore en droit. Certains choisissent des domaines plus surprenants comme l'événementiel, la stratégie, le patrimoine ou l'ingénierie, montrant leur adaptabilité. La majorité vise un niveau élevé de formation, souvent jusqu'au master, avec une part en alternance. ([graphique 5](#))

Pour ce qui est de l'employabilité, À la date du questionnaire, nous constatons ([graphique 16](#)) :

- 73,8 % des répondants sont en emploi, ce qui témoigne d'un bon taux d'insertion.
- 19 % sont encore étudiants, ce qui correspond à ceux en poursuite d'études longues.

- Les entrepreneurs (2,4 %) et les personnes en recherche d'emploi (4,8 %) restent des cas minoritaires.

La répartition par spécialité révèle que toutes offrent de réelles opportunités professionnelles (graphique 17), même si certains profils tirent particulièrement leur épingle du jeu. C'est notamment le cas des diplômés issus des spécialités GCF, GMO et GMOI, qui affichent un excellent taux d'employabilité. Les parcours plus récents, tels que CG2P, commencent également à se distinguer positivement. L'analyse par promotion montre des dynamiques différentes : les plus récentes, entre 2022 et 2024, regroupent un plus grand nombre d'étudiants, tandis que celles antérieures à 2019 sont composées en grande majorité de professionnels déjà en poste, avec quelques exceptions liées à des reconversions ou à des projets entrepreneuriaux.

Le graphique en flux (graphique 9) illustre clairement les trajectoires post-IUT : la plupart des anciens étudiants ayant poursuivi leurs études sont aujourd'hui insérés dans le monde du travail, tandis qu'une petite proportion est encore en formation. Très peu sont en recherche d'emploi.

Les alumni ont attribués une note à la formation du BUT / DUT GEA :

La formation à l'IUT de Meaux est très bien perçue par les étudiants, avec une note moyenne généralement comprise entre 4,0 et 4,75 sur 5, reflétant la qualité de l'enseignement, de l'accompagnement et des débouchés. Malgré de légères différences entre les spécialités, aucune ne descend en dessous de 3,5. De plus, la stabilité des notes dans le temps confirme le maintien d'un bon niveau de satisfaction (graphique 7, 8, 11 et 12)

Le réseau des anciens constitue un atout important, mais encore sous-exploité. En effet, 81 % des répondants déclarent être en contact avec d'autres alumni, ce qui reflète un lien fort entre anciens étudiants (graphique 15). Ceux qui entretiennent ces relations évaluent d'ailleurs plus positivement le réseau, lui attribuant fréquemment une note entre 4 et 5, tandis que ceux sans lien actif donnent des notes plus basses, autour de 3 ou moins (graphique 14). On note également que la perception du réseau varie selon la situation des répondants : les étudiants et les actifs lui accordent une meilleure évaluation, contrairement aux personnes en recherche d'emploi (graphique 10).

Ce décalage suggère la nécessité de renforcer la structuration du réseau pour qu'il devienne un véritable levier de soutien, notamment lors des périodes de transition professionnelle.

3.2.3. Récits de réussite : ces anciens qui inspirent

À travers les objectifs ambitieux d'un réseau Alumni, nous souhaitons faire rayonner la diversité et la richesse des parcours des anciens étudiants. Chaque Alumni crée son propre chemin, et derrière chacun d'eux se cache une trajectoire singulière, façonnée par des choix audacieux, des passions

affirmées et des aspirations personnelles qui illuminent son parcours. Nous vous présentons trois exemples de parcours inspirants, illustrant la variété des débouchés offerts après l'ex-DUT GEA.

Adrien, diplômé de la spécialité Gestion et Management des Organisations (GMO), a fait le choix d'une réorientation ambitieuse vers le droit. Il poursuit brillamment ses études en droit des affaires et en droit du sport, jusqu'à l'obtention d'un Bac+5 à l'Université Paris-Dauphine et à Aix-Marseille. Aujourd'hui avocat collaborateur au sein du cabinet Ngazi, il exerce en tant que spécialiste du droit du sport, un domaine qui reflète à la fois sa rigueur juridique et sa passion pour l'univers sportif.

Benoist, lui aussi issu de la spécialité Gestion et Management des Organisations (GMO), s'oriente vers le domaine de la finance et intègre l'EDHEC Business School, où il valide un Master 2. Alliant expertise technique et sensibilité aux univers de l'élégance et de la stratégie, il met aujourd'hui ses compétences au service du secteur du luxe. En tant que Business Analyst chez LVMH, à New York, pour la Maison Francis Kurkdjian, il contribue à la structuration financière d'une marque emblématique.

Sonia, diplômée de la spécialité Gestion Comptable et Financière (GCF), s'oriente quant à elle vers la relation client. Son parcours académique la conduit à obtenir un Bac+6 entre l'Université Panthéon-Sorbonne et Paris-Dauphine PSL. Elle exerce aujourd'hui en tant qu'ingénieure patrimoniale au sein de la Banque Palatine. Elle mobilise au quotidien ses compétences en droit et en fiscalité pour accompagner sa clientèle dans la gestion et l'optimisation de son patrimoine.

Ces trajectoires témoignent non seulement de la qualité des enseignements dispensés en DUT GEA, mais aussi de la capacité des anciens à se réinventer, à viser l'excellence, et à évoluer dans des secteurs variés, en France comme à l'international. Autant de parcours inspirants pour les futures générations d'étudiants.

Une fois le cadre du projet posé et les actions principales présentées, il convient désormais d'en évaluer les apports. Cette partie s'attache à mettre en évidence les bénéfices concrets du projet Alumni, aussi bien pour les étudiants que pour les anciens élèves et le département GEA dans son ensemble.

4. Une aventure collective et des traces durables

4.1. Les impacts multiples et concrets du projet Alumni

4.1.1. Les étudiants : moteurs et bénéficiaires

Le projet Alumni a offert aux étudiants une occasion unique de rencontrer des anciens élèves aux parcours variés. Grâce à la Journée Portes Ouvertes et à la conférence, ils ont pu établir des contacts précieux, obtenir des conseils pour leurs futurs stages et même accéder à des opportunités d'emploi. Environ trois étudiants ont réussi à obtenir un stage directement grâce aux échanges avec les alumni, preuve concrète de l'utilité de ce réseau. La conférence, organisée à la Maison de l'Économie et de l'emploi de Meaux, a aussi permis aux étudiants de se familiariser avec ce lieu important de l'emploi local, renforçant leur visibilité auprès des acteurs économiques de la région.

Les échanges avec les alumni ont permis aux étudiants de découvrir la diversité des parcours possibles après le BUT GEA. Qu'il s'agisse de poursuivre en école de commerce, de se spécialiser en master, de choisir l'alternance ou de s'insérer directement sur le marché du travail, les étudiants ont pu voir concrètement les nombreuses voies qui s'offrent à eux. L'expérience des alumni a aussi montré que le diplôme GEA, grâce à sa dimension généraliste, permet de se réorienter au fil de la carrière : certains alumni comme Solyane Luthier devenus responsables RH avaient pourtant suivi un parcours comptabilité, et inversement. Ce partage a également mis en lumière que, même sans sortir de grandes écoles comme la Sorbonne ou Dauphine, il est possible d'atteindre des postes prestigieux dans des entreprises renommées comme LVMH, Disney ou encore Samsung.

Au-delà des informations pratiques, les témoignages des alumni ont été une source d'inspiration pour les étudiants. Qu'ils aient été majeurs de promotion ou non, chaque intervenant a démontré que le succès dépend davantage de la motivation, des choix personnels et des opportunités saisies que du parcours académique en lui-même. Les étudiants ont ainsi compris qu'il est possible de réussir dans des domaines variés, même si leur début de parcours ne correspond pas parfaitement à leurs attentes ou à leur spécialisation initiale.

Les alumni ont souligné que la filière suivie ne détermine pas toujours le futur métier. L'un d'eux, ancien étudiant en GEA, est même devenu avocat, montrant que les compétences acquises en gestion peuvent s'appliquer à d'autres secteurs, y compris le droit.

De plus, les alumni ont insisté sur l'importance de saisir chaque occasion qui se présente, même si elle semble éloignée de leur projet initial. Que ce soit un stage, un projet tutoré, une mission ponctuelle ou même un

échange Erasmus, chaque expérience peut devenir un atout précieux pour la carrière. Certains alumni ont raconté comment leurs expériences internationales en Erasmus ont non seulement enrichi leur CV, mais aussi développé leur ouverture d'esprit, leur adaptabilité et leur réseau professionnel. Ces témoignages ont encouragé les étudiants à être entrepreneurs et à ne pas hésiter à sortir de leur zone de confort.

4.1.2. Les Alumni : valorisés, écoutés, impliqués

Les événements réalisés dans le cadre du projet Alumni ont constitué une réelle occasion de retrouver l'IUT, et de retrouver la formation. Pour beaucoup, c'était la première fois qu'ils retrouvaient leurs camarades de promotion depuis le diplôme. Retrouvailles qui ont permis de se remémorer des souvenirs, de partager des histoires et de voir tout le chemin parcouru. Les alumni ont également apprécié de pouvoir échanger avec les étudiants, de partager leurs expériences et de fournir des conseils sur les choix d'orientation, de stage ou de premier emploi.

Ce projet a permis non seulement aux alumni de se retrouver entre eux, mais de retrouver également l'équipe pédagogique. Les enseignants ont eu plaisir à retrouver leurs anciens étudiants, devenus des professionnels avérés et à échanger sur leur parcours. Ces échanges ont permis de consolider le lien entre anciens et IUT, plaçant les alumni comme partenaires potentiels à l'avenir, intervenants ou tuteurs de projets tutorés, voire offres de stage pour les étudiants présents.

Le réseau Alumni a été plus qu'un simple cadre de retrouvailles : il a permis aux anciens de développer leur propre réseau professionnel. En rencontrant d'autres alumni de différentes promotions, ils ont pu échanger sur leurs parcours, partager des conseils et même envisager des collaborations. Certains ont découvert des opportunités de formation continue ou de changement de carrière. Un exemple concret est celui d'un alumni, Florian Vervelle qui a pu proposer des cours de management pour les élèves de GEMA à l'IUT pour la rentrée prochaine, prouvant que ce réseau peut aboutir à des partenariats concrets.

En partageant leur expérience, les alumni ont pris conscience de la valeur de leur propre parcours. Ils se sont sentis valorisés en devenant des modèles pour les étudiants et ont renforcé leur sentiment d'appartenance à la communauté GEA.

4.1.3. Le département : un projet qui renforce l'identité

Le projet Alumni a considérablement renforcé l'image du département GEA de l'IUT de Meaux. En mettant en lumière les parcours variés et réussis de ses anciens élèves, il a prouvé que cette formation offre de réelles opportunités professionnelles. Les événements organisés ont donné une très forte visibilité au département, notamment sur les réseaux sociaux, où les

retours positifs ont contribué à une image dynamique et professionnelle. (Annexe 8: Commentaire LinkedIn Parent)

Le projet a permis de tisser des liens solides entre les anciens élèves, les étudiants actuels, les enseignants et l'équipe pédagogique. Les alumni, qui n'avaient pas l'habitude de se revoir régulièrement, ont trouvé dans ce réseau une opportunité de renouer avec leurs anciens camarades, de se remémorer des souvenirs et de construire de nouvelles relations. Le retour des alumni à l'IUT a également montré que leur attachement à l'établissement restait fort, même après plusieurs années. Les enseignants ont aussi pu bénéficier de ces échanges, en retrouvant d'anciens élèves devenus des professionnels accomplis.

Au-delà des événements, le projet Alumni a posé les bases d'une véritable communauté, vivante et pérenne. En favorisant les échanges entre les générations d'étudiants, d'alumni et d'enseignants, il a montré que le réseau des anciens n'est pas seulement un outil de communication, mais un levier d'entraide et de développement personnel et professionnel. Les bases sont désormais posées pour continuer à développer cette communauté, avec des événements réguliers.

4.2. Pérennité du projet : transmettre pour durer

4.2.1. Outils et supports transmis

Afin d'assurer la continuité du projet Alumni GEA au prochain groupe, nous avons proposé plusieurs idées visant à en garantir la pérennité. Conscients de l'importance de préserver les acquis et de faciliter la reprise des actions déjà engagées, nous avons élaboré un ensemble de dispositifs permettant d'assurer la continuité du projet au-delà de notre propre engagement. Notre objectif est de permettre une reprise efficace du projet, de maintenir la dynamique initiée, tout en laissant aux prochaines équipes la possibilité de se l'approprier et de le faire évoluer davantage.

Nous avons compris que la réussite d'un réseau ne repose pas uniquement sur la transmission d'outils et de pratiques, mais surtout sur la qualité du lien que nous entretenons avec les Alumni. C'est en maintenant ce contact, en valorisant leurs parcours et en les impliquant activement que nous avons réussi à les fidéliser. Dans cette continuité, nous avons constitué un ensemble de ressources essentielles, regroupées et organisées afin de permettre une passation efficace du projet. Ces outils ont été pensés pour être facilement accessibles et compréhensibles par les futurs porteurs du projet. Parmi les ressources mises à disposition, on retrouve :

La base de données des Alumni, consolidée au cours de l'année, regroupe les anciens étudiants identifiés à partir du répertoire fourni par l'IUT. Un travail a été mené pour récolter un maximum de contacts à partir de cette liste, en identifiant ceux déjà présents dans notre base de données et/ou ceux qui nous suivent déjà sur LinkedIn. Cette base a été enrichie et structurée

selon plusieurs critères : la promotion, le secteur d'activité, la poursuite d'études ou l'insertion professionnelle, ainsi que la disponibilité pour intervenir lors d'événements.

Nos modèles de communication regroupés dans un Google Drive partagé. Ceux-ci comprennent des mails types, des messages LinkedIn ou WhatsApp utilisés pour le démarchage, les invitations, les relances et les remerciements. Ces formats validés permettent aux prochaines équipes de gagner du temps tout en assurant une cohérence dans la communication.

Les visuels de communication (affiches, kakémono, publications pour les réseaux sociaux) sont également centralisés dans ce Drive et Canva, créé à l'aide de Canva. L'accès à ces visuels est partagé via le compte Google Workspace du projet, ce qui garantit leur réutilisation et leur actualisation facile.

Le groupe WhatsApp Alumni, déjà en place, constitue un outil important pour maintenir le lien avec eux. Les informations d'accès à ce groupe seront transmises au responsable du prochain groupe.

Le compte et la page LinkedIn, qui s'est révélé très utile pour entrer en contact avec les Alumni, a permis de mobiliser de nombreux anciens, de les inviter à nos événements et de renforcer la visibilité du projet.

(Annexe 31: lien de la page LinkedIn et Annexe 32 lien de la page instagram)

Toutes les ressources sont hébergées sur un compte Google partagé, donnant accès à plusieurs outils importants : Gmail pour les échanges officiels, Google Forms pour les questionnaires, Drive pour les documents et archives, ainsi que Docs et Sheets pour le suivi et la rédaction, et Canva pour la création graphique. Le Google Drive partagé, accessible via le compte alumnigeameaux@gmail.com, contient :

- Nos échanges liés aux événements organisés,
- Les réponses aux différents questionnaires,
- Les documents administratif,
- Les visuels et affiches des événements,
- Les mémoires de l'année en cours et de l'année précédente, qui sont utiles pour avoir un modèle de rédaction.
- Le suivi des actions menées
- Le planning et les bilans des événement

Ce compte constitue aujourd'hui le cœur numérique du projet, garantissant un accès centralisé et sécurisé à toutes les ressources nécessaires à sa continuité.

4.2.2. Recommandations pour les prochaines équipes

Outre les outils mis à disposition, plusieurs recommandations, tirées de notre propre expérience, sont proposées afin d'assurer une gestion efficace et cohérente du projet.

On conseille d'anticiper la planification des événements en : il est fortement recommandé établissant un rétroplanning dès le début de l'année. Cela permet de structurer les étapes clés (prise de contact, communication, logistique, événementiel, etc.) et d'anticiper plus facilement les imprévus.

La répartition claire des rôles et des tâches pour garantir un travail collaboratif équilibré, l'utilisation d'un outil de gestion de projet comme Trello s'est révélée efficace pour notre groupe. Il permet de visualiser les responsabilités de chacun, d'assurer un bon suivi des actions, et d'éviter les doublons ou oublis.

Le maintien d'une communication régulière avec les Alumni est un point central. Les échanges via LinkedIn, WhatsApp ou email, les relances personnalisées, ainsi que la mise en valeur de leurs parcours et leur participation aux événements sont des éléments clés pour préserver leur engagement. Il serait également bénéfique d'organiser davantage d'événements exclusivement entre Alumni, afin qu'ils puissent se retrouver et renforcer leurs liens.

Pour préserver une bonne dynamique au sein de l'équipe tout au long d'année, il est important d'encourager la prise d'initiatives, de valoriser les contributions individuelles et de favoriser l'entraide. Le travail en collaboration étroite avec les tuteurs et les autres groupes de projet tutoré permet aussi d'assurer une cohérence globale dans la démarche Alumni.

Des guides pratiques pour accompagner l'équipe dans l'organisation d'événements, la recherche de financements, ou encore la gestion de la base de données. Concernant cette dernière, des suggestions vers une plateforme plus sécurisée (comme SharePoint ou un outil dédié) peuvent être envisagées pour garantir une meilleure protection des données.

Enfin, il est important de conserver l'identité visuelle du projet en respectant les éléments graphiques existants (logo, couleurs, slogan), afin de renforcer la notoriété du réseau Alumni et d'assurer sa reconnaissance dans le temps. Ces conseils, appuyés par notre expérience, ont pour but d'offrir un cadre solide et rassurant

4.2.3. Idées d'évolution pour les années à venir

Afin de garantir la continuité et le développement du projet Alumni, plusieurs idées ont été proposées.

Parmi elles, l'organisation d'un événement annuel dédié aux anciens élèves pourrait devenir un moment incontournable dans la vie de l'IUT. Par exemple, une "Soirée des anciens" permettrait de rassembler plusieurs promotions autour d'un moment convivial, à la fois professionnel et festif. Ce

type d'événement renforcerait le sentiment d'appartenance au réseau et favoriserait les échanges entre générations.

L'intervention d'Alumni auprès des premières années, sous forme de témoignages ou de tables rondes, serait également très enrichissante. Ces temps d'échange permettent de mettre en lumière la diversité des parcours après le BUT (master, insertion, alternance, école...) et peuvent aider les étudiants à s'orienter ou à confirmer leurs choix. Il serait aussi intéressant d'intégrer les premières années dès la rentrée, par exemple lors d'une conférence d'accueil avec plusieurs anciens venus présenter leur parcours.

Sur le plan organisationnel, la création d'un site internet pourrait être un vrai plus. Il servira à regrouper les informations importantes : actualités, événements, portraits d'Alumni, ressources utiles... et permettrait de donner plus de visibilité au réseau, même en dehors de l'IUT.

Développer des partenariats avec la mairie, les entreprises locales ou des associations serait aussi bénéfique. Cela pourrait apporter un soutien matériel ou financier pour les futurs projets.

Enfin, il est important de rappeler que chaque ancien élève, quel que soit son parcours, a sa place dans le réseau. C'est en gardant une approche collective, humaine et inclusive que cette dynamique pourra continuer à se renforcer dans les années à venir.

Conclusion

Ce nouveau projet Alumni, initié au semestre 3 et consolidé tout au long du semestre 4, a été bien plus qu'un simple projet universitaire. Il s'est révélé être une véritable aventure humaine, un défi collectif riche en apprentissages, une immersion concrète dans ce que l'on appelle un "projet professionnalisant" mais qui, pour nous, a surtout été une expérience formatrice à tous les niveaux.

Dès le départ, nous avons compris qu'il ne s'agissait pas uniquement de créer un fichier de contacts ou d'organiser quelques événements. Nous construisions un réseau. Un véritable réseau humain, fait de parcours, de témoignages, d'anciens et d'actuels étudiants liés par une formation commune. Cette construction s'est faite progressivement, au fil du temps, avec la volonté d'ancrer chaque action dans la durée.

Cela a impliqué la mise en place d'une base de donnée, dont la sécurisation nous a poussés à explorer et comparer différentes solutions techniques, la définition d'une stratégie de communication multicanaux (LinkedIn, Instagram), la conception de contenus engageants valorisant nos anciens, et surtout, l'organisation de moments forts tels que la Journée Portes Ouvertes et notre conférence Alumni (la table ronde). Ces événements ont été bien plus que des rendez-vous ponctuels : ils ont été de véritables passerelles

entre les générations, où les étudiants en formation ont pu se projeter dans l'après-IUT à travers les récits vivants de ceux qui sont passés par là avant eux.

Mais mener un projet de cette ampleur, c'est aussi faire face à une réelle complexité. Très vite, nous avons été confrontés aux enjeux concrets de la gestion de projet : planification, coordination en équipe, contraintes de budget, mobilisation de partenaires externes, communication auprès de cibles variées, sans oublier l'analyse et l'évaluation des résultats.

La préparation de la conférence Alumni en est un exemple : malgré une organisation méthodique, plusieurs obstacles ont émergé des imprévus logistiques, une participation en dessous de nos espérances mais ceux-ci n'ont jamais entamé notre détermination. Bien au contraire, ils nous ont permis d'apprendre à réagir, à nous adapter, et à recentrer nos priorités. Ce que nous retiendrons de cette soirée, ce ne sont pas les chiffres, mais les échanges sincères, l'atmosphère conviviale et les retours enthousiastes, qui ont confirmé la pertinence de notre démarche.

Ces moments ont renforcé notre conviction : l'essentiel réside dans la dimension humaine du projet. Derrière chaque témoignage d'Alumni, chaque prise de contact, chaque publication, se cache un potentiel de transmission, de motivation, de partage. Et c'est justement cette volonté de transmission qui nous a animés jusqu'au bout. Car si ce projet a été un aboutissement pour nous, il ne représente qu'un point de départ pour les promotions futures.

Nous avons pleinement conscience que notre travail n'est qu'une première pierre posée à l'édifice. Dès l'an prochain, une nouvelle équipe d'étudiants reprendra le flambeau. À eux, nous transmettons non seulement nos outils, nos supports et nos fichiers, mais surtout l'état d'esprit qui nous a guidés tout au long de l'année : engagement, bienveillance, créativité, volonté de créer du lien. Nous espérons sincèrement que cette nouvelle promotion s'appropriera le projet, saura y ajouter sa propre dynamique, et contribuera à en faire un réseau toujours plus riche, plus vivant, et plus influent au sein du BUT GEA de Meaux.

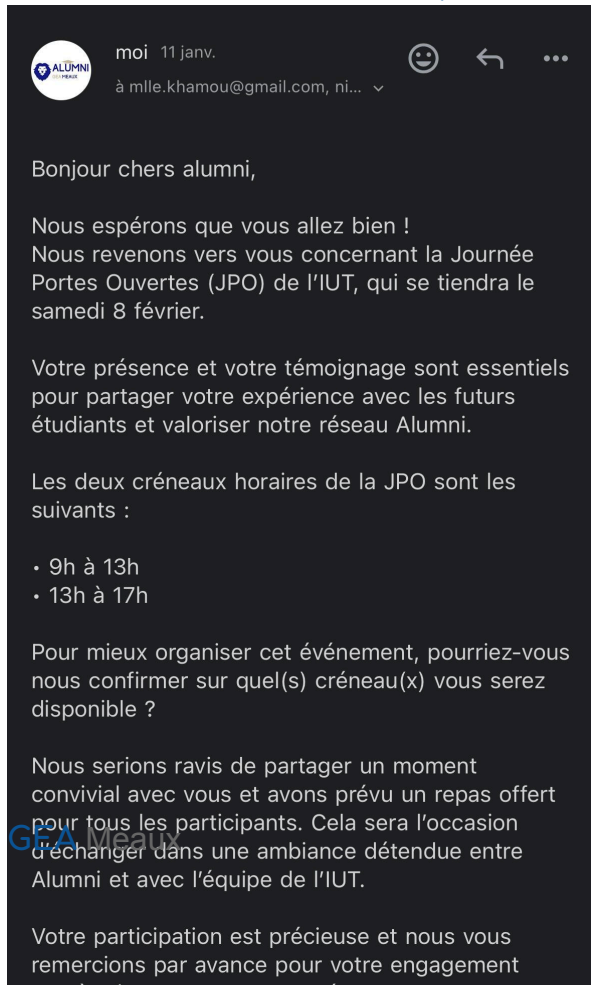
Dans le fond, le réseau Alumni ne se résume pas à un projet tutoré. Il incarne une mémoire collective, un levier d'entraide pour tous les étudiants et anciens du département. Nous sommes fiers d'avoir été les précurseurs de cette première version, et nous espérons de tout cœur que ce projet continuera à grandir, année après année, nourri par les valeurs qui font l'identité du BUT GEA de Meaux.

Annexes :

1° Annexe – Mail de Participation JPO	41
2° Annexe - Kakémono Alumni GEA Meaux.....	41
3° Annexe – Plan disposition de la salle JPO.....	41
4° Annexe – Photo Mur Des Anciens.....	42
5° Annexe – Exemple d’une affiche.....	42
6° Annexe – Questionnaire JPO (2 images).....	43
7° Annexe - Photo déjeuner.....	44
8°Annexe – Commentaire LinkedIn Parent.....	44
9° Annexe – Message des conseils post-JPO de Florian Vervelle (3 photos).....	45
10 ° Annexe – Photo conversation M. Allal Mouradoudi.....	46
11° Annexe– Photo mail avec M. Allal Mouradoudi.....	47
12° Annexe – Photo de l’entretien avec Manon Lehalle.....	47
13° Annexe - Fiche de réservation de la salle.....	48
14° Annexe- Photo billetterie (Billetweb).....	49
15° Annexe- Tableau des Alumni présents.....	49
16° Annexe- Trame conférence.....	50
17° Annexe- Photo de la première équipe d’Alumni.....	51
18° Annexe – Photo d’un Alumni qui se présente.....	51
19° Annexe- Photo buffet.....	52
20° Annexe- Tombola Course contre le cancer.....	52
21° Annexe- Photos photobooth.....	53
22° Annexe- Photo de la deuxième équipe d’Alumni.....	54
23° Annexe- Devis photobooth.....	55
24° Annexe- Questionnaire Conférence.....	57
25° Annexe-Diagramme de répartition des répondants.....	57
26° Annexe- Diagramme étoiles de satisfaction.....	57
27° Annexe- Lien de la page linkedin.....	58
28° Annexe- Lien de la page instagram.....	58
29° Annexe-Plan de communication.....	58
30° Annexe- Exemple de post d’un alumni.....	58
31° Annexe-Post sur la base de donnée.....	59
32° Annexe-Message de validation.....	59
33° Annexe-Plan média.....	60
34° Annexe-Affiche de la conférence du post linkedin.....	61
35° Annexe- Vidéo de promotion des alumni sur instagram.....	62
36° Annexe- Post linkedin avec le plus de likes / Post JPO.....	63
37° Annexe- Post linkedin projets tutoré.....	64
38° Annexe-Message d’alumni qui participe à la garden party.....	66

39° Annexe-Capture d'écran de la fonctionnalité d'invitation des relations.....	66
40° Annexe- Photo des impressions et des réactions.....	67
41° Annexe-Commentaire des alumni post JPO.....	68
42° Annexe-Post conférence.....	69
43° Annexe-Commentaires des alumni post Conférence.....	70
44° Annexe- Capture d'écran fichiers Google sheet base de donnée.....	71
45° Annexe- Graphique Analyse Alumni GEA Meaux.....	72
46° Annexe- Capture d'écran plateforme Black Rise.....	81
47° Annexe- Capture d'écran logiciel Airtable.....	82

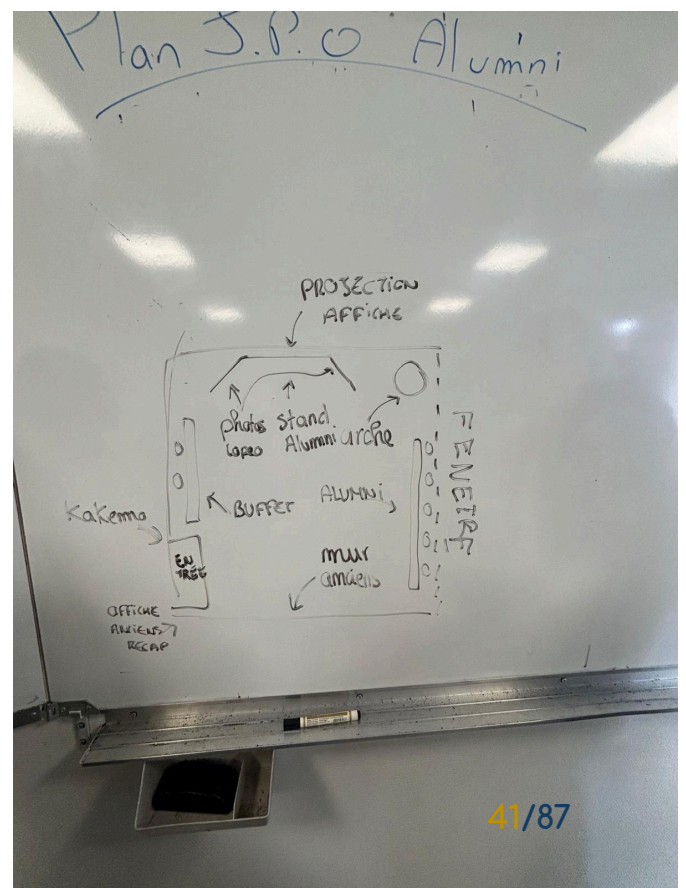
1° Annexe – Mail de Participation JPO



2° Annexe - Kakémono Alumni



3° Annexe – Plan disposition de la salle JPO



4° Annexe – Photo Mur Des Anciens



5° Annexe – Exemple d'une affiche

Adrien Larée

"Visez grand et utilisez ce que vous apprenez au DUT pour créer votre entreprise ou bâtir votre patrimoine à court ou moyen terme."

Dut GEA spécialisation GMO

Université Paris Dauphine Double licence 3 Droit et Gestion

Université Paris Dauphine Master 1 Droit des affaires et fiscalité

Aix-Marseille Université Master 2 Droit des affaires et du sport

Université Paris Cité CRFPA - IEJ Paris Descartes, Droit

EBB **Certificat d'aptitude à la profession d'avocat**

ALUMNI GEA MEAUX

Maxime GALLET

Dut GEA spécialisation RH (2011 - 2013)

Le Mans Université Master 2 - Gestion des Ressources Humaines (2015 - 2017)

Admission à l'institut régional d'administration de Metz Cadre de la fonction publique d'Etat (2023)

2013 - 2015 **Licence AES** option administration générale et territoriale

2017 - 2023 **Chargé de projet RH** Chez FIVA (Fonds d'indemnisation des victimes de l'amante)

Depuis Septembre 2023 **Chargé de mission** Revitalisation du territoire et appui RH aux Entreprises à l'unité Départemental du 93 de la DRIEETS

"Profiter de l'apprentissage en stage et des cours en IUT qui s'avèrent avec l'expérience de grande qualité, être pragmatique et opportuniste, s'amuser dans son travail et croire en soi."

Marie VERDIER

Dut GEA spécialisation RH (2011 - 2013)

IAE Paris-Est Master, Gestion des ressources humaines et mobilité internationale (2014 - 2016)

2013 - 2014 **IAE Dijon** Licence 3, Sciences de gestion - Option Ressources Humaines

2019 **Certification** Gestionnaire de paie (Gestion des Ressources Humaines) **19/87** (Abilité à exercer du personnel, général)

Depuis 2022 **Responsable administration du personnel** En CDI chez Meritis

"Les choix d'aujourd'hui ne déterminent pas toute la suite du parcours"

6° Annexe – Questionnaire JPO (2 images)

17 RUE JABLINOT, 77100 MEAUX



JOURNÉE PORTE OUVERTE

8 FEVRIER 2025 - 9H30 À 17H00




NOTRE RÉSEAU ALUMNI EN QUELQUES MOTS :

NOTRE RÉSEAU ALUMNI GEA MEAUX UNIT LES DIPLOMÉS DU DÉPARTEMENT POUR FAVORISER LES ÉCHANGES ET VALORISER LEURS RÉUSSITES. À TRAVERS DES ÉVÉNEMENTS ET UNE PARTICIPATION ACTIVE À LA VIE DU DÉPARTEMENT, NOUS RENFORÇONS LES LIENS ENTRE ANCIENS ÉLÈVES ET ÉTUDIANTS. PORTÉ PAR UNE ÉQUIPE ENGAGÉE, CE PROJET VISE À CRÉER UN RÉSEAU DURABLE ET DYNAMIQUE.



NOUS SERONS RAVIS DE VOUS
COMPTER PARMIS NOUS
L'ANNÉE PROCHAINE !

SCAN ME



POUR SUIVRE NOS
ÉVÉNEMENTS !



QUESTIONNAIRE



QUI A OBTENU UN CERTIFICAT D'APTITUDE À LA PROFESSION D'AVOCAT EN 2024 ?

ADRIEN LARÉE ALEXY MOLINA DORIANE MAKAU

EN MARS BENOIST TROUCHE OCCUPERA LE POSTE DE BUSINESS ANALYSTE CHEZ LVMH A NEW YORK ?

VRAI FAUX

APRÈS SON DUT GEA SPÉCIALISÉ GMO, QUI EST DEvenu CHARGÉE D'AFFAIRE PROFESSIONNEL CHEZ BNP PARIBAS ?

GWENDOLINE CLEMENT DORIANE MAKAU

MAXIME GALLET ET MARIE VERDIER ONT FAIT PARTIE DE LA MÊME PROMOTION DU DUT GEA DE 2013 ?

VRAI FAUX

QUI APRÈS SON DUT GEA SPÉCIALISÉ PMO, EST DEvenu KEY ACCOUNT MANAGER CHEZ SAMSUNG ELECTRONICS ?

ADRIEN LARÉE MARIE FREVAL FLORIAN VERVELLE

APRÈS SON DUT GEA SPÉCIALISATION CGF, MARIE FREVAL A FAIT UN MASTER CONTROLE DE GESTION ET AUDIT EN 2019 ?

VRAI FAUX

QUI EST PARTI AU QUÉBEC, GARDAWORLD, POUR EXERCER SON MÉTIER DE CONSEILLÈRE RECRUTEMENT ET DÉVELOPPEMENT ?

MELANIE LATTE SOLYANE LUTHIER

SONIA KHAMOU EST DEvenue INGÉNIEURE PATRIMONIAL AVEC SON DUT GEA SPÉCIALISATION ?

GCF PMO

QUI APRÈS SON DUT GEA SPÉCIALISÉ GCF, EST DEvenu AUDITRICE INTERNE CHEZ COLAS SA ?

MARIE FREVAL MANON CHABOT MARIE VERDIER

7° Annexe - Photo déjeuner



8°Annexe – Commentaire LinkedIn Parent



nathalie Buron • 3e et +

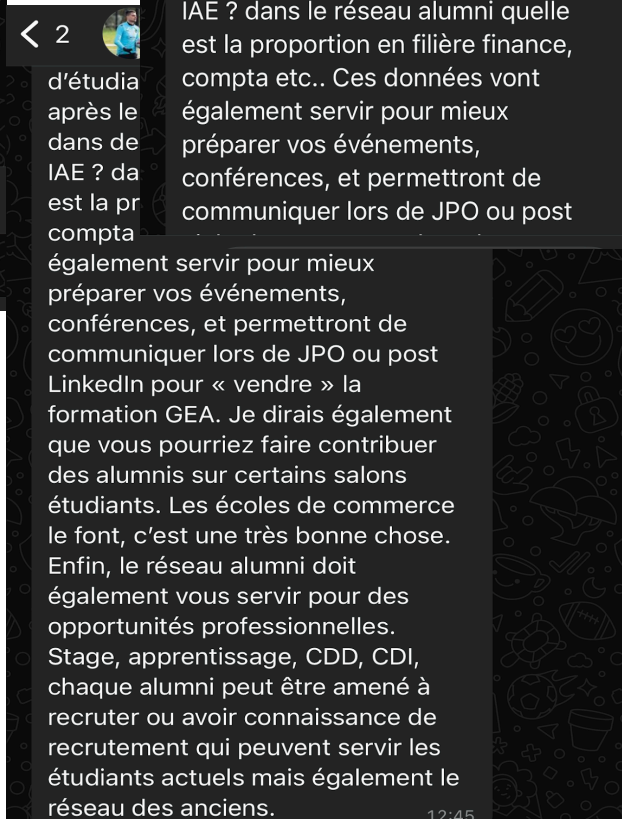
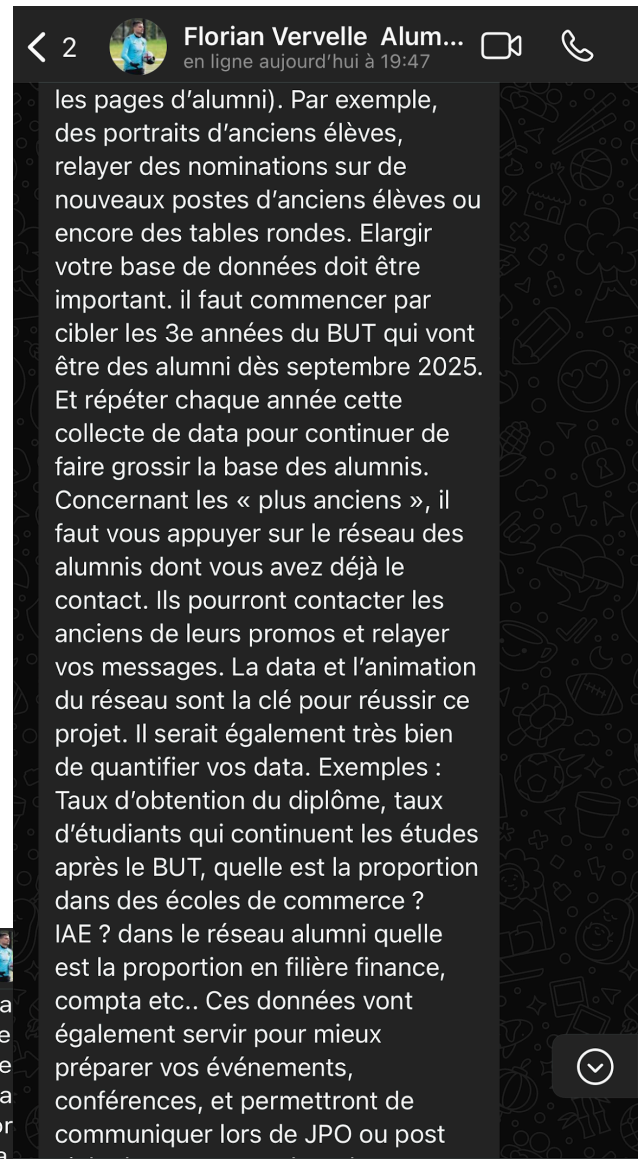
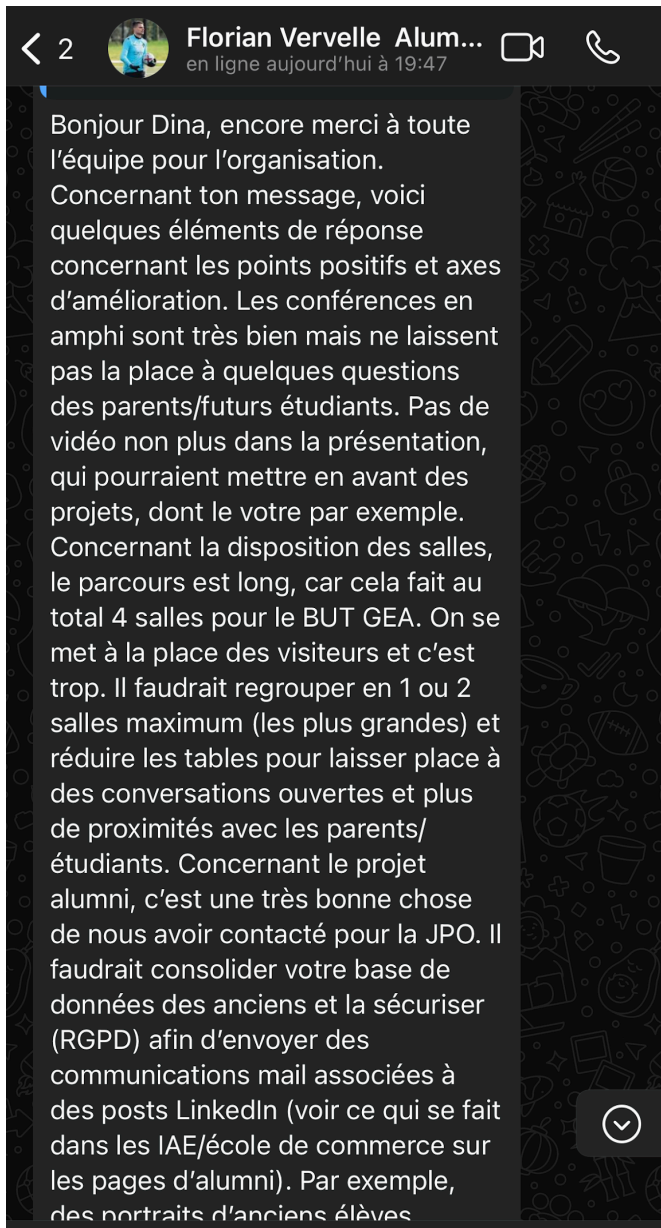
3 mois ...

Professeur chez Collège Robert Doisneau

Bravo a vous! Vous avez été très convaincants et motivants.
Mon fils espere vous rejoindre l'année prochaine !

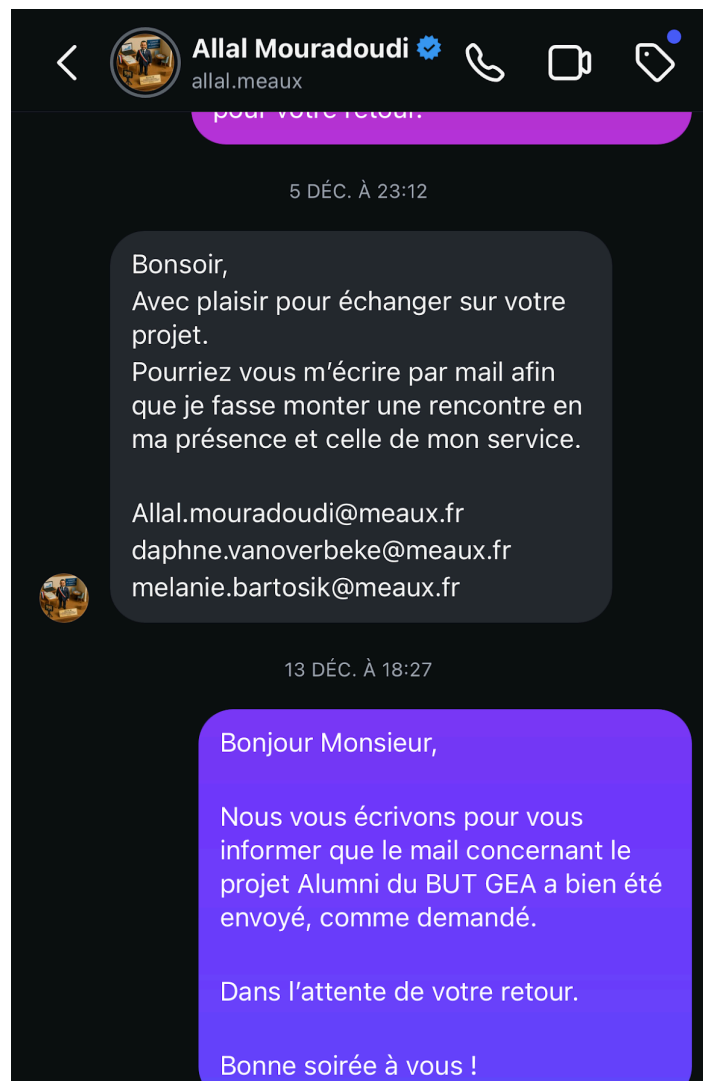
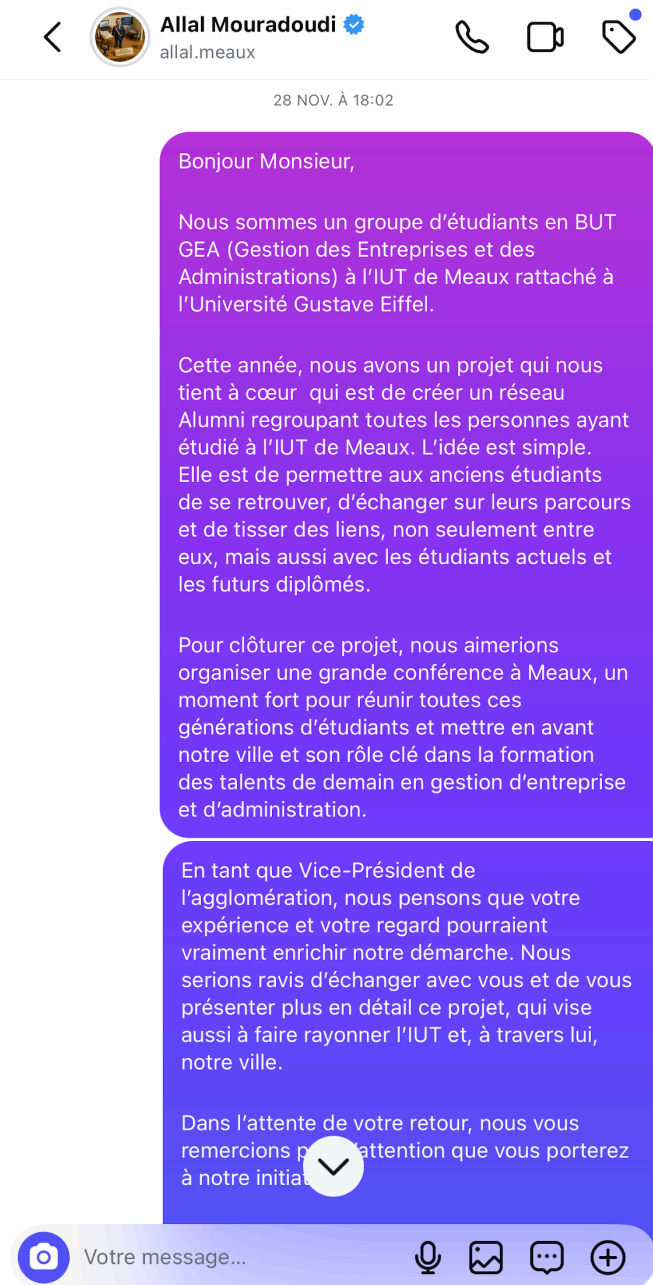
J'aime • 6 | Répondre

9° Annexe – Message des conseils post-JPO de Florian Vervelle (3 photos)



C'est un peu long, mais des idées il y en a plein ! 😊 La journée était très réussie et nous comptons sur vous pour continuer sur cette lancée. Bonne journée! Florian VERVELLE F

10 ° Annexe – Photo conversation M. Allal Mouradoudi



11° Annexe– Photo mail avec M. Allal Mouradoudi

Projet Alumni Gea Meaux

moi 9 déc. 2024
à Allal.mouradoudi, melanie.bartosik, daphne.vanoverbeke ▾

Bonjour,

Nous sommes un groupe d'étudiants en BUT GEA (Gestion des Entreprises et des Administrations) à l'IUT de Meaux rattaché à l'Université Gustave Eiffel.

Cette année, nous avons un projet qui nous tient à cœur qui est de créer un réseau Alumni regroupant toutes les personnes ayant étudié à l'IUT de Meaux. L'idée est simple. Elle est de permettre aux anciens étudiants de se retrouver, d'échanger sur leurs parcours et de tisser des liens, non seulement entre eux, mais aussi avec les étudiants actuels et les futurs diplômés.

Pour clôturer ce projet, nous aimerions organiser une grande conférence à Meaux, un moment fort pour réunir toutes ces générations d'étudiants et mettre en avant notre ville et son rôle clé dans la formation des talents de demain en gestion d'entreprise et d'administration.

Nous pensons que votre place au sein de la ville de Meaux, votre expérience et votre regard pourraient vraiment enrichir notre démarche. Nous serions ravis d'échanger avec vous et de vous présenter plus en détail ce projet, qui vise aussi à faire rayonner l'IUT et, à travers lui, notre ville.

Dans l'attente de votre retour, nous vous remercions pour l'attention que vous porterez à notre initiative.

Bien à vous,
Le groupe Alumni GEA Meaux 🎓 🤗

← Répondre

↩ Répondre à tous

→ Transférer



12° Annexe – Photo de l'entretien avec Manon Lehalle



mar. 7 janv. • 15:00 – 16:00

RDV – Projet Alumni GEA Meaux



📍 Direction Action Economique : 12, boulevard Jean Rose – 77107 Meaux Cedex

👤 Lehalle Manon – Organisateur
Van Overbeke Daphne



📅 Dans votre Google Agenda
Pas d'autre événement à cette date

Oui

Non

Peut-être

Itinéraire

13° Annexe - Fiche de réservation de la salle



Demande de Réservation Externe

A retourner à
L'accueil de la Maison de L'Economie et de l'Emploi
Direction de l'Action Economique
12 bd Jean Rose 77100 MEAUX
Tel : 01 83 69 50 00/ accueil.mee@meaux.fr

Date de la demande :	13 janvier 2024
Organisme demandeur :	Alumni GEA Meaux
Responsable :	Dina Riani
Adresse :	alumnigameaux@gmail.com
Téléphone :	0769053306
Dates et horaires d'utilisation <i>(incluant le temps de préparation et nettoyage)</i>	Le : 7 Mars 2025 De : 9H00 à 23H00
Objet de la réunion :	Table Ronde des Alumni
Nombre de participants	200
Disposition de la salle	Grande Bossuet en assemblée générale Petite Bossuet en table pour cocktail
Matériel(s) nécessaire(s) :	<input checked="" type="checkbox"/> Tables <input checked="" type="checkbox"/> Chaises
Descriptif de la réunion :	Réunion/ Conférence d'anciens élèves du département GEA de l'IUT de Meaux

Pièces à fournir impérativement avant l'occupation de la salle:	-Attestation Assurance Multirisque -Un chèque de règlement (à l'ordre du Trésor Public) -Un chèque de Caution (à l'ordre du Trésor Public, sous réserve de l'état des lieux) -Règlement dûment signé
Commentaires MEE :	

14° Annexe- Photo billetterie (Billetweb)



15° Annexe- Tableau des Alumni présents

KHAMOU	Sonia	mlle.khamou@gmail.com	Alumni	GCF	2020
ROUCHE	Benoist	benoist2108@gmail.com	Alumni	GMOI	2020
MOLINA	Alexy	molinaalex@gmail.com	Alumni	CG2P	2024
MONNEY	Steven	steven.monney@sena.com	Alumni	FC	2006
AMAUX	Brice	brice.jamax@gmail.com	Alumni	CG2P	2024
VERVELLE	Florian	florian.vervelle@gmail.com	Alumni	PMO	2014
MELEDJE GUIA	Anne-Marie	annemarie.guia@gmail.com	Alumni	GCF	2009
GALLET	Maxime	gallet.maxime5@gmail.com	Alumni	RH	2013
VERDIER	Marie	marieverdier@live.fr	Alumni	RH	2013
LARÉE	Adrien	adrien.laree@gmail.com	Alumni	GMOI	2018
BARD	Raphael	raphaelbard27@gmail.com	Alumni	GMOI	2020
DE LA BUSSIÈRE	Nicolas	nicolas.perruchotdelabussiere@gmail.com	Alumni	GMOI	2020
LUTHIER	Solyane	luthiersolyane@gmail.com	Alumni	GCF	2017
QUITERIO	Nicolas	nicolas.quiterio.pro@gmail.com	Alumni	GCF	2021
TEBBOUL	Celia	celia.tebboul@gmail.com	Alumni	GMOI	2014
DUARTE	Yohan	duarteyohan77@gmail.com	Alumni	GCF	2022

16° Annexe- Trame conférence



ALUMNI
GEA MEAUX

Trame

Conférence Alumni BUT GEA

19h - Début de la conférence

- Discours d'ouverture
- Présentation du groupe "Alumni" de l'IUT de Meaux
- Présentation des Alumni (les anciens élèves)
- Intervention Allal MOURADOUDI (vice-président de l'agglomération, conseiller municipale.

19h20 - Questions premières équipes d'intervenants

- Insertion professionnelle
- Évolution de carrière
- Carrière à l'étranger
- L'entrepreneuriat

19h50 - Échange libre autour d'un buffet et tirage au sort de la tombola

mini burgers, wrap, salade, chips, apéritif, plateau de fromage, plateau de fruits, plateau de charcuterie, mini pizza, fromage, Mozza stick, etc.

20h20 - Questions deuxième équipes d'intervenants

- Opportunités de parcours
- Les défis rencontrés
- Les erreurs de parcours
- 30 secondes pour dire son meilleur souvenir !

21h /21h30 - Dernier moment d'échange libre

alumnigeameaux@gmail.com

alumni_iutmeaux

venez également nous suivre sur LinkedIn

Un photobooth est mit à disposition vers le buffet, à vos meilleures photos !!



17° Annexe- Photo de la première équipe d'Alumni



18° Annexe – Photo d'un Alumni qui se présente



19° Annexe- Photo buffet



20° Annexe- Tombola Course contre le cancer



21° Annexe- Photos photobooth



22° Annexe- Photo de la deuxième équipe d'Alumni



23° Annexe- Devis photobooth

Bubbly.

DEVIS

Devis n°43

Date du devis : 18/02/2025
Date de l'événement : 07/03/2025
Lieu de l'événement : Meaux

BUBBLY

06.69.53.57.73 - 07.66.15.54.01
Siret : 939 172 987 00017
contact.bubbly.event@gmail.com
462 rue Benjamin Delessert
Moissy-Cramayel 77550

À L'ATTENTION DE

Dina

DESCRIPTION	PRIX	QUANTITÉ	TOTAL
<p>Borne photo formule Découverte</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100 Impressions • Durée de l'évènement • Photos numériques illimitées • Personnalisation graphique de l'interface de l'écran • Personnalisation graphique de l'impression • Récupération des photos téléchargement numérique par l'organisateur • Borne connectée au réseau wifi permettant le partage numérique en direct • 	152 €	01	152 €
<p>Frais Kilométriques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Livraison, installation et récupération du matériel 	30 €	01	30 €

TOTAL TTC : 182€

Dont TVA (20%) : 30.34 €

Termes et conditions

Un acompte de 25% est requis

Signature suivie de la mention
"bon pour accord"

MERCI DE VOTRE CONFIANCE

Bubbly.

DEVIS

Devis n°44

Date du devis : 18/02/2025
Date de l'événement : 07/03/2025
Lieu de l'événement : Meaux

BUBBLY

06.69.53.57.73 - 07.66.15.54.01
Siret : 939 172 987 00017
contact.bubbly.event@gmail.com
462 rue Benjamin Delessert
Moissy-Cramayel 77550

À L'ATTENTION DE

Dina

DESCRIPTION	RIX	QUANTITÉ	TOTAL
<p>Borne photo formule Best Seller</p> <ul style="list-style-type: none"> • 200 Impressions • Durée de l'évènement • Photos numériques illimitées • Personnalisation graphique de l'interface de l'écran • Personnalisation graphique de l'impression • Récupération des photos téléchargement numérique par l'organisateur • Borne connectée au réseau wifi permettant le partage numérique en direct • 	224 €	01	224 €
<p>Frais Kilométriques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Livraison, installation et récupération du matériel 	30 €	01	30 €

TOTAL TTC : 254 €

Dont TVA (20%) : 42.34 €

Termes et conditions

Un acompte de 25% est requis

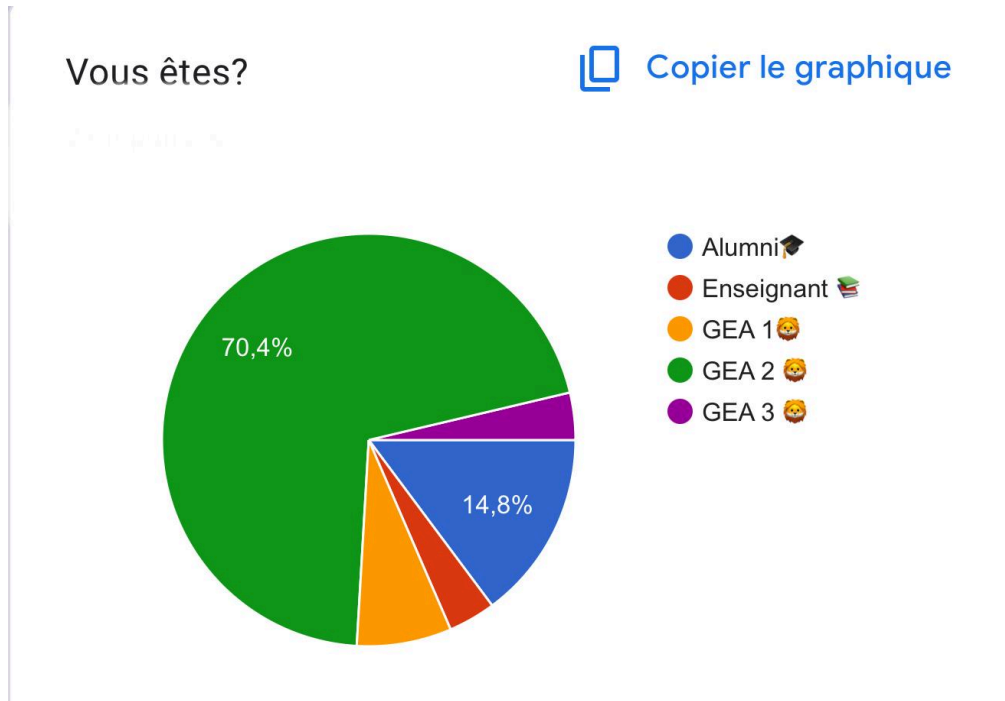
**Signature suivie de la mention
"bon pour accord"**

MERCI DE VOTRE CONFIANCE

24° Annexe- Questionnaire Conférence

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe_4b8aIUbrEyJK5dcptNUUL_uHzX2H3gjX8B18Lf5s-YUC1w/viewform?usp=header

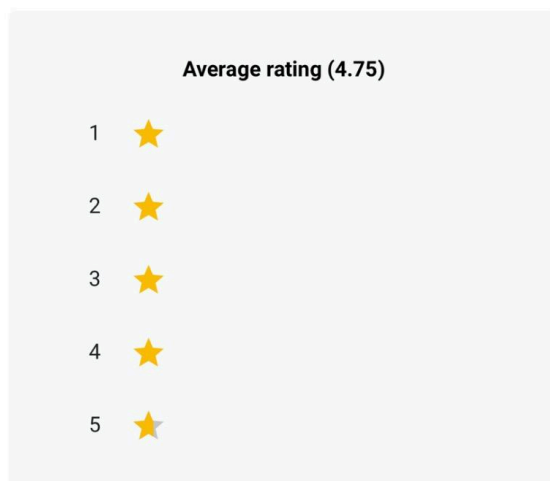
25° Annexe-Diagramme de répartition des répondants



26° Annexe- Diagramme étoiles de satisfaction

Globalement, comment évaluez vous la table ronde des Alumni 🧑🎓 ?

Copier le graphique



27° Annexe- Lien de la page linkedin

<https://www.linkedin.com/company/alumni-gea-iut-de-meaux/>

28° Annexe- Lien de la page instagram

https://www.instagram.com/alumnigea_iutmeaux?igsh=MWE1oXlmZzRtM2d6cw=

≡

29° Annexe-Plan de communication

📅 Plan de communication alumni 2024/2025

30° Annexe- Exemple de post d'un alumni

https://www.linkedin.com/posts/alumni-gea-iut-de-meaux_alumni-inspiration-raezseau-activity-7287031176140054529-fhk?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAAERPyAkBDpyY0pn5uwZoOZZ2LepbLZ4cRHk

Alumni GEA IUT de Meaux 614 abonnés
3 mois • 🌐

🎉 Bonjour à tous !

Comme promis, voici notre premier post dédié ... plus

ALUMNI GEA MEAUX
ANCIENS D'HIER, LEADERS DE DEMAIN

QUE SONT-ILS DEVENUS ?

CONTACT :
ALUMNIGEAMEAUX@GMAIL.COM
LENZO.BAPTISTA@EDU.UNIV-IFFEL.FR

avec Lou Gastaldy

EN 2022, LOU TERMINAIT SON DUT GEA, TOUJOURS EN COURS D'ORGANISATIONS INTERNATIONALES, A L'UNIVERSITE DE LUXEMBOURG. AUJOURD'HUI UN MASTER 2 EN GESTION DES RESSOURCES HUMAINES, ELLE SE PRÉPARE À UNE CARRIÈRE DANS LE COMMERCE INTERNATIONAL ET EXIGENT.

AUJOURD'HUI LOU ASPIRE À DÉCOUVRIR UN CÔTÉ DE LA FIN DE SES ÉTUDES, AVEC POUR OBJECTIF DE METTRE À PROFIT SES COMPÉTENCES DANS L'UNIVERS EXIGENT ET PASSIONNANT DE L'ÉVÉNEMENTIEL DE LUXE.

LOU EST UN EXCELLENT PROFESSEUR ET DIVERSIFIÉ SES COMPÉTENCES DANS DE NOMBREUSES MATIÈRES CONTINENTALES, EN PLUS D'ÊTRE EN CONTACT ACADEMIQUE ET PROFESSIONNEL.

88 1 commentaire • 16 republications

Instructif Commenter Republier Envoyer

31° Annexe-Post sur la base de donnée



Alumni GEA IUT de Meaux

614 abonnés

4 mois • 🌐

...

Bonjour à tous 🙌,

Dans le cadre de notre projet Alumni, nous travaillons à la création d'une base de données 🇫🇷 regroupant les anciens étudiants et à la préparation de futures rencontres et événements pour renforcer notre réseau.

Pour cela, nous avons élaboré un deuxième questionnaire 📄.

Votre participation nous serait d'une grande aide pour structurer ce projet et organiser des rencontres qui répondent à vos attentes 🤝.

👉 Voici le lien vers le questionnaire :

<https://lnkd.in/e2J9Gby6>

Un grand merci pour le temps que vous y consacrerez 🙏!

Le groupe Alumni GEA Meaux 🎓🦁

🔄👤 14
6 republications

 Instructif
 Commenter
 Republier
 Envoyer

32° Annexe-Message de validation



1 **Alumni Adrien Larée**
en ligne hier à 23:48

mar. 25 mars

J'ai rejoint un cabinet d'avocat, le cabinet N'Gazi Avocats 12:48

Mon poste précisément ça sera : Avocat collaborateur 12:48

ADRIEN LARÉE




AUJOURD'HUI ADRIEN EST
 PARTI ET COLLABOREUR AU
 SEIN DU CABINET NGAZI
 AVOCAT, MÉTIÈRE QUE LE
 DROIT LES APPASSE ET QU
 SONT.

SON OBJECTIF ?
 FAIRE CARRIÈRE EN TANT QU
 AVOCAT EN DROIT DE SPÉC.

En fait comme ça c'était parfait ! Vous pouvez le remettre comme ça 12:52

Donc c'est bon on est fixé sur mon entreprise et mon poste ! 12:53

33° Annexe-Plan média



PLAN MÉDIA

PÉRIODE	ACTION	CANAL	OBJECTIFS
18 JANVIER - 12 MAI	CAMPAGNE DE COMMUNICATION : QUE SONT-ILS DEVENUS ?	LINKEDIN & INSTAGRAM	METTRE EN AVANT LE PARCOURS DES ANCIENS ÉLÈVES AFIN D'INSPIRER LES NOUVEAUX.
9 FÉVRIER	POST SUR LE RETOUR DE LA JOURNÉE PORTES OUVERTES	LINKEDIN	PARTAGER LES EXPERIENCES DES ALUMNI, RETROUVAILLES ENTRE ANCIEN & DISCUSSION AVEC LES PROFESSEURS
13 FÉVRIER	ANNONCE DE "LA TABLE RONDE DES ALUMNI"	AFFICHE (IUT), POST SUR LINKEDIN & STORY INSTAGRAM	INVITATION POUR LES ÉLÈVES DE L'IUT DE MEAUX À LA CONFÉRENCES DES ANCIENS ÉLÈVES
11 MARS	POST RETOUR SUR "LA TABLE RONDE"	LINKEDIN & INSTAGRAM	MONTRER A NOS INTERLOCUTEURS, L'IMPACT QUE CET ÉVÈNEMENT A PU AVOIR SUR LES ÉLÈVES MAIS AUSSI LES MOTIVER À TRAVERS DES IMAGES
2 AVRIL	ANNONCE ÉVÈNEMENT PROJET ÉVÈNEMENTIEL ET AU FAS DE COURSE CONTRE LE CANCER	LINKEDIN	FAIRE PARTICIPER LES ALUMNI A CET ÉVÈNEMENT, UN RASSEMBLEMENT POUR UNE BONNE CAUSE !

34° Annexe-Affiche de la conférence du post linkedin



ALUMNI
GEA MEAUX

VOUS INVITE À

"LA TABLE RONDE DES ALUMNI"

DATE : VENDREDI 7 MARS
HORAIRE : 18H00 À 22H00
LIEU : LA MAISON DE L'ÉCONOMIE DE MEAUX
ADRESSE : 12 BOULEVARD JEAN ROSE, MEAUX 77100
PRIX D'ENTRÉE : 5 EUROS
PLACE LIMITÉE
PARKING GRATUIT

Partageons nos parcours,
écrivons l'avenir

Programme de la conférence

Témoignages d'anciens diplômés : parcours, réussites, défis et conseils pratiques

Tables rondes et échanges interactifs : discussions sur l'évolution des métiers et les compétences recherchées

Pause gourmande : un buffet soigneusement préparé pour favoriser les échanges dans une ambiance détendue.

Billetterie en ligne



 alumni@geameaux.com
 Alumni GEA IUT de Meaux

35° Annexe- Vidéo de promotion
des alumni sur instagram



36° Annexe- Post linkedin avec le plus de likes / Post JPO

Alumni GEA IUT de Meaux

614 abonnés

3 mois • 🌐

🏠 Retour sur une journée riche en échanges et en retrouvailles ! 🎉

À l'occasion de la Journée Portes Ouvertes, nous avons eu le plaisir d'accueillir d'anciens étudiants au sein de l'IUT de Meaux .

Au programme :

- ✅ Retrouvailles entre anciens, partage de souvenirs et échanges enrichissants.
- ✅ Discussions avec les professeurs de l'IUT.
- ✅ Repas avec les Alumni, étudiants du projet ainsi que **Ghislaine Lopeo** notre tutrice.
- ✅ Partage d'expérience au sein de notre stand et lors des deux conférences organisées pour l'événement.

Un immense merci à tous les Alumni présents pour leur engagement et leur précieuse contribution à la réussite de cette journée ! 🙌

📍 Restez connectés, d'autres événements arrivent bientôt !

#Alumni #BUTGEA #GEA #Meaux #Réseau #Partage #JPO

avec Marie Verdier et 21 autres personnes

Djily Gaye et 131 autres personnes

6 commentaires • 13 replications

Réactions

Tous 132



120



8



4

37° Annexe- Post linkedin projets tutoré

Alumni GEA IUT de Meaux
614 abonnés
1 mois • 🌐

🌸 Un autre beau rendez-vous à ne pas manquer ! 🎉 ✨

Le projet événementiel de l'IUT de Meaux prépare une soirée exceptionnelle pour le département GEA !

- 📍 L'occasion parfaite pour :
- 👉 Retrouver d'anciens camarades,
- 👉 Revoir vos enseignants,
- 👉 Et surtout partager un moment convivial autour d'une ambiance chaleureuse et festive !

Cet événement est pensé pour renforcer les liens entre les promotions, raviver de bons souvenirs et célébrer l'esprit GEA 🥰

📅 Ne ratez pas cette belle opportunité de retrouvailles !

📩 Si vous voulez vous inscrire, envoyez nous un message en privé avec votre adresse mail afin que le projet événementiel puisse vous envoyer votre invitation !

#Alumni #BUTGEA #GEA #Meaux #Événement #Convivialité #Retrouvailles #IUTMeaux

The Event Dynasty
GEA DE L'IUT DE MEAUX

Une Garden Party d'Exception, Entre Tradition et Ambition

Cher(e)meus(e) et le(e)meus(e),
Les rumeurs bruissent et les couloirs de l'IUT se parlent plus que d'un événement qui promet d'être le plus coquet de la saison ! Une invitation que nul ne saurait décliné, sous peine de manquer une soirée empreinte d'élégance, de divertissements raffinés et de mystères envoûtants...
C'est avec une joie non dissimulée que nous vous annonçons qu'une Garden Party des plus somptueuses se tiendra le 28 mai, dès 18h, en la majestueuse demeure du château Arribas.
L'impairance grandit, les conversations s'animent et l'on s'interroge : que réserve donc cette nuit tant attendue ? Sachez seulement ceci : des soirées exquises, des expériences inédites et des instants de pure fascination rythmeront cette soirée où élégance et mystère se font écho. Certains se distingueront, d'autres se laisseront suspendre... mais une chose est sûre, personne ne regrettira l'absence.

Mais chut... en dire davantage serait glacer le plaisir. Il n'y a qu'un seul moyen de découvrir ce que cette nuit vous réserve : venir.
Alors, Mesdames et Messieurs, préparez vos tenues les plus raffinées, vos esprits les plus vifs et laissez-vous emporter dans un tourbillon de divertissements et de mystères... Car qui sait quelles révélations restent pourrai nous apporter ?
On chuchote déjà sur ceux qui feront sensation... et ceux qui, par malheur, manqueront cet événement. Il serait regrettable que votre absence devienne le sujet principal des conversations des couloirs de l'IUT.
Mais prenez garde, car une telle invitation ne se refuse pas et les places sont précieuses. Pour garantir votre présence à cette soirée d'exception, inscrivez-vous dès maintenant.
Avec toute notre plus haute estime,
Le groupe événementiel

🌐 Lacombe Emmanuelle et 58 autres personnes

7 republications

Alumni GEA IUT de Meaux
614 abonnés
1 mois • 🌐

Chers Alumni, 🤝 🍷

Nous nous permettons de vous solliciter pour une grande cause !

Voici le post de **Léa Bahuchet**, membre du projet "Au pas de course contre le cancer" qui vous invite à participer à leur événement :

🌟 Bonjour à toutes et à tous !
Nous sommes heureux de vous annoncer la 12e édition de notre course « Au pas de course contre le cancer » qui aura lieu le dimanche 27 avril au parc de Rentilly dans la commune de Bussy-Saint-Martin 🇫🇷

Si vous souhaitez participer à une journée mémorable pour une cause importante qui met en avant les valeurs de solidarité et de partage, rejoignez nous !! 🌟

- 🌀 Au programme :
- Une course de 5km pour tout donner
 - Dépasser vos limites en participant à notre 10km 🏃
 - Pour nos plus jeunes sportifs, une course d'1,5km vous sera proposé
 - Vous préférez marcher et profitez du parc? Une marche de 5km sera également présente !

-> Participer à notre projet vous intéresse ?
Inscrivez-vous dès maintenant sur ce lien : <https://lnkd.in/e-un6gAR>

-> Être bénévole est-ce possible ?
Bien sûr vous n'avez qu'à vous inscrire en tant que tel sur notre site internet : <https://lnkd.in/egHjvrH>

Ensemble faisons la différence car chaque participation est un pas en avant vers un avenir meilleur ! ❤️

Au plaisir de vous voir nombreux le 27 avril à nos côtés !!

🇫🇷 L'équipe « Au pas de course contre le cancer » 🇫🇷

27 Avril 2025
AU PAS DE COURSE
1,5KM . 5KM . 10 KM

12e ANNEE EDITION

L'intégralité des dons seront reversés à l'Institut GUSTAVE ROUSSY, premier centre de recherche contre le cancer

NOUS CONTACTER :
au.pas.de.course@iut-meaux.com
au.pas.de.course@meaux.com
au.pas.de.course@iut-meaux.com

Parc Culturel de Rentilly
1 Rue de l'Étance 77602 Bussy-Saint-Martin

AU PAS DE COURSE CONTRE LE CANCER

COURSE	PRIX*	HORAIRES
Course de 5 km	10	11h30
Course de 10 km	20	10h00
Marche de 5 km	10	11h30
Course enfant 1,5 km	10	11h00

*Une place gratuite pour chaque participant de moins de 10 ans.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur notre site au.pas.de.course@iut-meaux.com ou sur notre Instagram [au.pas.de.course](https://www.instagram.com/au.pas.de.course) - #meaux!

Rejoignez-nous pour la 12^e édition et faites la différence ! 🏃

Sponsors: Kiplink, FITNESS PARK, Doops, Institut Gustave Roussy, IUT Meaux.

Lacombé Emmanuelle et 44 autres personnes

13 republications

38° Annexe-Message d'alumni qui participe à la garden party

← Fanny Thomas ...



Fanny Thomas ✓ · 1er
Actuellement en recherche active d'un emploi dans le secteur de la gestion de projet et du conseil aux entreprises
Autres

MERCREDI

 **Fanny Thomas** ✓ · 13:43
Bonjour,
Nous avons vu la Garden Party que vous organisez le 28 mai 2025. Mes deux camarades et moi-même souhaiterions nous y inscrire :

Fanny THOMAS Promo 2021 :
fanny77t@gmail.com
Emma JOANNET Promo 2021 :
emmajoannet@gmail.com
Inès SAUZET Promo 2022 :
ines.sauzet0407@gmail.com


En vous remerciant par avance,
Fanny THOMAS


 **Alumni GEA IUT de Meaux** · 13:45


 Répondre en tant que Alumni GEA IUT de Meaux... 



39° Annexe-Capture d'écran de la fonctionnalité d'invitation des relations

Inviter des relations ×


 Invitez uniquement des relations que vous connaissez personnellement pour que votre réseau puisse bénéficier d'une excellente expérience. [En savoir plus](#)


250 crédits disponibles sur 250 · Recharge de crédits : 31 mai 2025 


 Rechercher par nom

Lieux ▾ Entreprise actuelle ▾ École ▾  

0 sélectionné Tout désélectionner

 **Jérémy Collet**
Consultant chez mc2i | Expertise Achats, Ventes et WM | SAP

 **Marie-Séphora Mukuna**
Chef de projet marketing digital

 Augmenter le nombre d'invités de votre...

40° Annexe- Photo des impressions et des réactions

Pour le post de la JPO



Sur l'ensemble des posts de la page, d'abord sur 2025 puis du 15 septembre 2024 jusqu'au 13 mai 2025

L'essentiel

Données du 01/01/2025 au 13/05/2025

50 795 Impressions ▲515,8%	905 Réactions ▲476,4%	24 Commentaires ▲500%	6 Republications ▲500%
---	------------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

L'essentiel

Données du 15/09/2024 au 13/05/2025

59 043 Impressions	1 062 Réactions	28 Commentaires	7 Republications
------------------------------	---------------------------	---------------------------	----------------------------

41° Annexe-Commentaire des alumni post JPO



Nicolas QUITERIO · 1er

3 mois ...

Chargé d'affaires confirmé chez Soussan & Soussan

Un grand merci aux étudiants en charge du projet qui ont permis ce beau moment de partage ! C'était un grand plaisir de pouvoir échanger avec les anciens étudiants, les étudiants actuels mais aussi de retrouver la formidable équipe enseignante du BUT GEA de Meaux 😊

J'aime · 🇧🇪 11 | Répondre · 1 réponse



Nathan Soussan · 2e

3 mois ...

Expert-comptable inscrit à l'ordre de Paris - Associé chez...

Nicolas QUITERIO bravo 🙌

Un bel exemple pour les futurs diplômés !

J'aime · 🇧🇪 3 | Répondre



Marie Verdier · 1er

3 mois ...

Responsable administration du personnel

Merci à vous tous pour votre accueil. Ça a été un vrai plaisir de partager cette journée (et tous nos souvenirs) avec vous 😊 !

J'aime · 🇧🇪 9 | Répondre



Brice Jamaux · 1er

3 mois ...

Étudiant(e) au MBA ESG

Un grand merci à tous pour l'organisation de cette superbe journée ! Ce fut un réel plaisir d'échanger avec d'anciens étudiants, la nouvelle génération et les enseignants du BUT. De beaux moments de partage et de convivialité 😊

J'aime · 🇧🇪 5 | Répondre



Florian Vervelle · 1er

3 mois ...

Key Account Manager chez Samsung Electronics

Merci aux étudiants pour l'organisation au top et l'accueil de qualité.

Une très belle journée qui permet aux lycéens de se projeter plus facilement dans cette belle formation du BUT GEA. Etudiants et alumni, au plaisir de vous revoir très vite. 😊

J'aime · 🇧🇪 5 | Répondre

42° Annexe-Post conférence

 **Alumni GEA IUT de Meaux**
614 abonnés
2 mois • Modifié • 

 Retour sur une soirée mémorable ! 🎓 ✨

Le vendredi 7 mars, nous avons eu le plaisir d'organiser "La Table Ronde des Alumni", une conférence riche en échanges et en partage. Cet événement marque l'aboutissement de tout le travail fourni depuis le début de l'année pour faire vivre ce projet Alumni. Ce n'est que le début, mais nous avons déjà accompli de grandes choses grâce à vous tous !

Un immense merci à :


- 🏡 La mairie de Meaux pour la mise à disposition de la salle.
- 🎓 Nos Alumni pour leur présence, leurs témoignages inspirants et leur engagement envers le réseau.
- 👨‍🏫 Les professeurs et élèves qui ont contribué à faire de cette conférence un moment d'apprentissage et d'échange.
- 👤 Toutes les personnes ayant œuvré dans l'ombre :
 - 👩‍🍳 L'équipe en charge du magnifique buffet,
 - 📷 Les installateurs du photo Booth,
 - 🛡️ L'agent de sécurité, qui a veillé au bon déroulement de l'événement,
 ... et bien d'autres qui, de près ou de loin, ont apporté leur aide précieuse !

✨ Ce projet est encore jeune, mais il grandit à une vitesse incroyable grâce à votre soutien.

Toute l'équipe Alumni GEA Meaux vous remercie du fond du cœur ❤️ ! 🚀

[#Alumni](#) [#BUTGEA](#) [#GEA](#) [#Meaux](#) [#Réseau](#) [#Conférence](#) [#Partage](#) [#Inspiration](#)



 avec Stéphanie DELISLE et 32 autres personnes

   Djily Gaye et 106 autres personnes

4 commentaires · 20 republications

43° Annexe-Commentaires des alumni post Conférence



Nicolas QUITERIO • 1er
Chargé d'affaires confirmé chez Soussan & Soussan

2 mois ...

Merci encore une fois à l'ensemble des acteurs qui ont permis ce beau moment de partage ! 🙌

Félicitations pour ce bel événement c'était une réussite 🎉

Heureux de pouvoir faire parti de ce beau réseau d'alumni 🙌

J'aime · 🗨️ 6 | Répondre



Anne-Marie MELEDJE • 1er
Alternante AOS Expertise comptable chez Forvis Mazars

2 mois ...

Un grand merci pour l'invitation ! Une belle soirée placée sous le signe des retrouvailles et des échanges enrichissants. Hâte de renouveler l'expérience !



J'aime · 🗨️ 7 | Répondre



Bogais Isabelle • 2e
Analyste Crédit Sr - Euro Disney Associés S.A.S.

1 mois ...

Félicitations à cette promotion et bonne continuation pour la suite 😊

J'aime · 🗨️ 1 | Répondre

44° Annexe- Capture d'écran fichiers Google sheet base de donnée

Recherche 20:46 Mercredi 14 mai

54 %

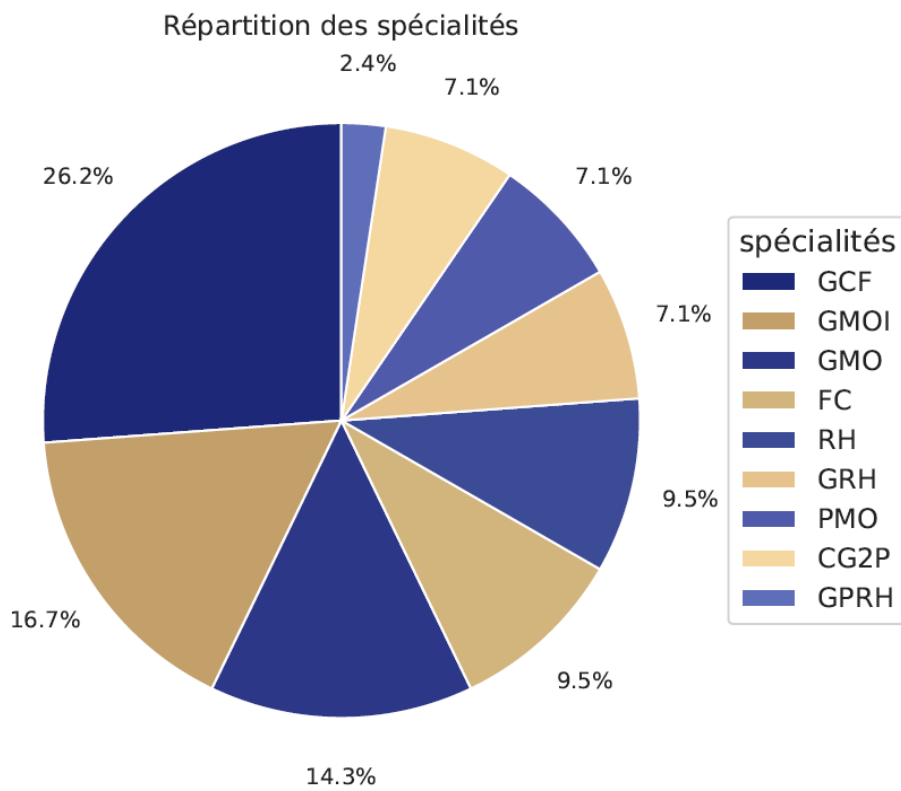
Création de notre base de données Alumni GEA Meaux (réponses).xlsx

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
1	Identifiant	Adresse e-mail	Nom et prénom	Numero de Téléphone (facultatif)	Qual parcours avec suite lors de votre BUT/DUT (si Promotion/Année de sortie)	Si autres précisez	Qual parcours avec suite suite après votre départ (si Domaine)	Niveau	Établissement	Quelle est votre			
2	1202025 18 36 32		Emmanuel Delapierre		Actifs		1998	Intégration directe dans le monde du travail				En emploi	
3	1202025 12 21 27		Sonia Khannou		GCF		2020	Poursuite d'études	Ingenierie Patrimoine	Bac+6	Université Panthéon Sorbonne BAC+5 Université Paris Dauphine PSL Bac +6	En emploi	
4	1202025 14 29 19		Justine Audreau		GCF		2020	Poursuite d'études	Comptabilité	CCO/CCO/CCO	CFA Decathlon	En emploi	
5	1202025 16 46 16		QUATRECROIX Nicolas		GCF		2021	Poursuite d'études	CCA - Comptabilité, compt.L.CCA + Master CCA	Université Gustave Eiffel - IAE de Champs sur Marne		En emploi	
6	1402025 18 43 37		Raphael Bard		GMOI		2020	Poursuite d'études	École de commerce	Master	EDHEC Business School (Programme Grande Ecole)	En emploi	
7	1402025 23 01 20		Clément Queménil		GMO		2018	Poursuite d'études	Banque et assurance	Master	IAE Gustave Eiffel	En emploi	
8	1402025 23 02 59		Gabriel Meunier		RH		2019	Poursuite d'études	Ressources Humaines	Bac +5	Université du Maine (Le Mans)	En emploi	
9	1502025 11 02 54		MARSTON BELTRAMI Audrey		GRH		2002	2000 Intégration directe dans le monde du travail				En emploi	
10	1502025 11 23 29		Dumont Anabelle		GMO		2017	Poursuite d'études	Management projet et bu	Bac+5	INEDMA et INSEEC	En emploi	
11	1502025 12 28 37		Eric Chevalier		GRH		2004	Poursuite d'études	GRH	Master	IAE de Champs	Étudiant(e)	
12	1502025 21 20 46		Colombet Almy		GMOI		2020	Poursuite d'études	Négociations et stratégie	Master 2	Panthéon sorbonne	En emploi	
13	1502025 21 31 13		Lou Gaudin		GMOI		2022	Poursuite d'études	Evènementiel	Master	ISG Luxury Management	Étudiant(e)	
14	1502025 10 31 30		Charles Menon		GMO		2019	Poursuite d'études	Management en innovation L3-M1-M2		Université Gustave Eiffel	En emploi	
15	1602025 18 16 05		Adrien LARÉE		GMO		2018	Poursuite d'études	Droit des affaires / Droit d	Bac+5	Université Paris Dauphine	Entrepreneur	
16	1702025 8 31 43		Ponzo Anais		GCF		2015	Poursuite d'études	Corporate finance	Master (Bac+5)	IAE Gustave Eiffel	En emploi	
17	1702025 16 56 14		Léa Milane		RH		2013	Poursuite d'études	Administration et échange	Licence	Université Paris-Est Créteil	En emploi	
18	1802025 1 08 32		Abdel Nassim		FC		2014	Poursuite d'études	Contrôle de gestion et fu	Bac+5	Inseco	En emploi	
19	1802025 12 23 03		FREVAL Marie		GCF		2019	Poursuite d'études	Contrôle de gestion et Au	Master 2	IAE Gustave Eiffel	En emploi	
20	1802025 21 28 03		Stéven Morrey		FC		2008	Poursuite d'études	Digi (Bcg)	Master	Alma Joff	En emploi	
21	1802025 8 29 54		LUTHERIE Solenne		GCF		2017	Poursuite d'études	RH	Master - BAC+5	Université Jules Verne Picardie	En emploi	
22	1702025 11 58 56		Marie Vanders		RH		2013	Poursuite d'études	Ressources humaines	Licence puis Master 2 en	IAE de Dijon puis IAE Gustave Eiffel	En emploi	
23	1702025 12 42 37		Audrey MANSISSAN		GMO		2015	Poursuite d'études	Marketing / Gestion	Master	IAE Gustave Eiffel	En emploi	
24	1702025 20 27 50		Melva Alexy		CGP		2024	Poursuite d'études	Contrôle de gestion et Au	Master 1	EDC site de La Défense	En emploi	
25	1702025 11 32 05		Katigine Neetha		FC		2015	Poursuite d'études	Master audit compté et i	Master	Université Paris 1 Panthéon Sorbonne	En emploi	
26	1702025 23 28 39		bertrand troucha		GMOI		2020	Poursuite d'études	Finance	Master 2	EDHEC	En emploi	
27	1702025 23 24 36		Véronique Piron		PMO		2014	Poursuite d'études	Marketing	Master 2	IAE Gustave Eiffel campus de Créteil	En emploi	
28	1502025 11 22 25		TARON Mathilde		GMO		2018	Poursuite d'études	Management hôtelier	Acnes de mise a niveau /	VATEL PARIS	En emploi	
29	1502025 14 28 40		Margot Mathieu		GCF		2016	Poursuite d'études	Droit	Master 2	Assas	En emploi	
30	1502025 16 25 25		Marcus cabouret		GCF		2022	Poursuite d'études	Gestion	Bac +3	IAE Paris Est	Étudiant(e)	
31	1502025 10 50 09		Makau Mwangi Doriane		GRH		2020	Poursuite d'études	Ressources Humaines et	Bachelor puis Master	Sup des RH	En emploi	
32	1502025 18 32 33		De Jesus Duarte Yohan		GCF		2022	Vous venez guère promo et	Poursuite d'études	Finance de marché	Master	Ethics BS	Étudiant(e)
33	1502025 22 53 37		Laroché Caroline		FC		2009	Poursuite d'études	École de commerce	Master 2	Norma Business School	En emploi	
34	2102025 18 00 39		Dennis Richard		RH		2020	Poursuite d'études	Ressources humaines	Bac+5	ISG RH	En emploi	
35	2102025 22 31 43		Nicolas de La Bussière		GMOI		2020	Poursuite d'études	Management et Marketing	Bac+5	IESEG School of Management	En recherche	
36	2102025 12 03 27		Caroline Béchet		GRH		2022	Poursuite d'études	RH	Bac+5	IOENSIA	Étudiant(e)	
37	2002025 13 19 39		MELEDE GUA Anne-M		GCF		2022	Poursuite d'études	Comptabilité	Contrôle Aux Licence 3	IAE PARIS EST CRETEIL (EA GUSTAVE EFFEL)	Étudiant(e)	
38	2002025 16 49 45		Teboul Célio		PMO		2014	Poursuite d'études	Gestion, commerce et RH	Licence Gestion et Masto	ISG	En emploi	
39	2002025 23 01 51		Janvier Brice		CGP		2024	Poursuite d'études	Contrôle de gestion	Master	NBA ESG	Étudiant(e)	
40	4102025 13 38 20		Anthony LONGUEVILLE		GCF		2019	Poursuite d'études	Expertise comptable et	BAC +7	INES EXPERTISE	En emploi	
41	4002025 16 04 08		Madelaine YVES		CGP		2024	Poursuite d'études	Evènementiel	MA	Sup de Plus	Étudiant(e)	
42	4002025 8 57 16		BOUSMANE Thomas		PMO		2012	Poursuite d'études	Licence européenne de g	Bac +3	EPEDEC	En emploi	
43													
44													
45													
46													
47													
48													
49													
50													
51													

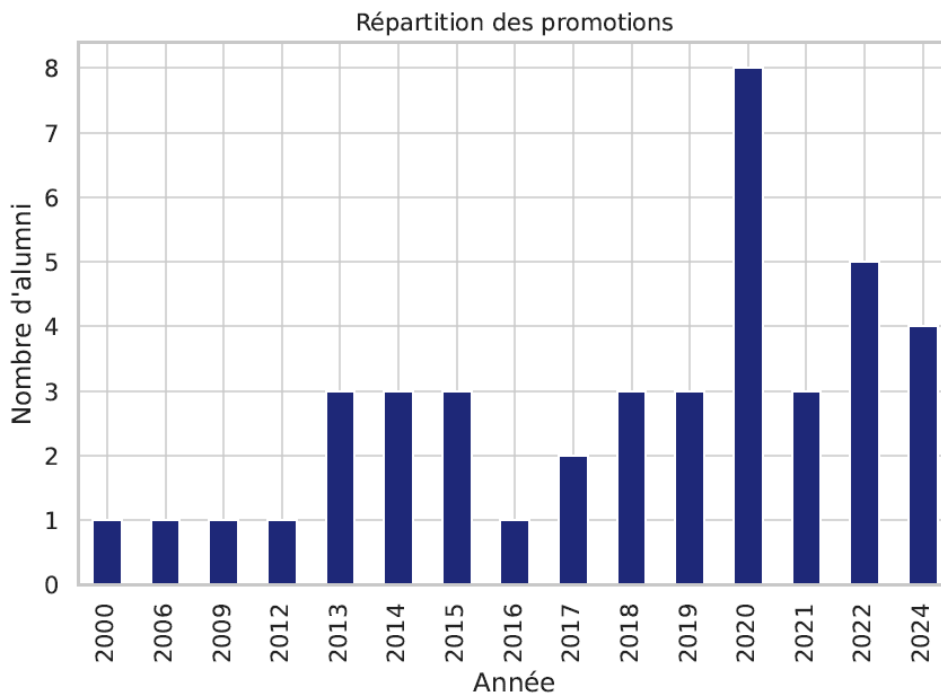
Saisissez du texte ou une formule

45° Annexe- Graphique Analyse Alumni GEA Meaux

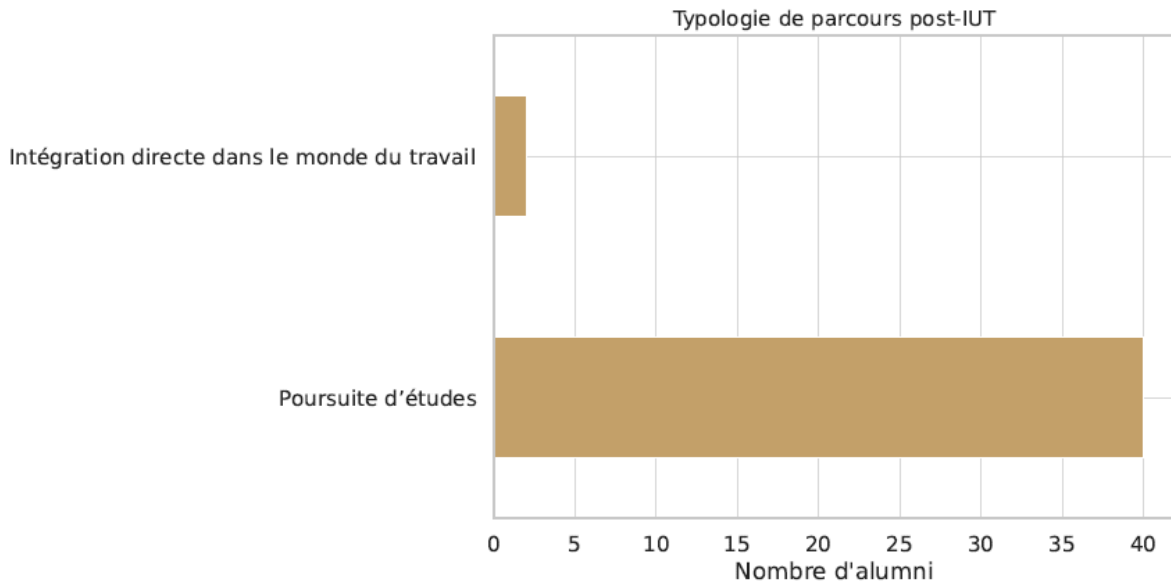
1)



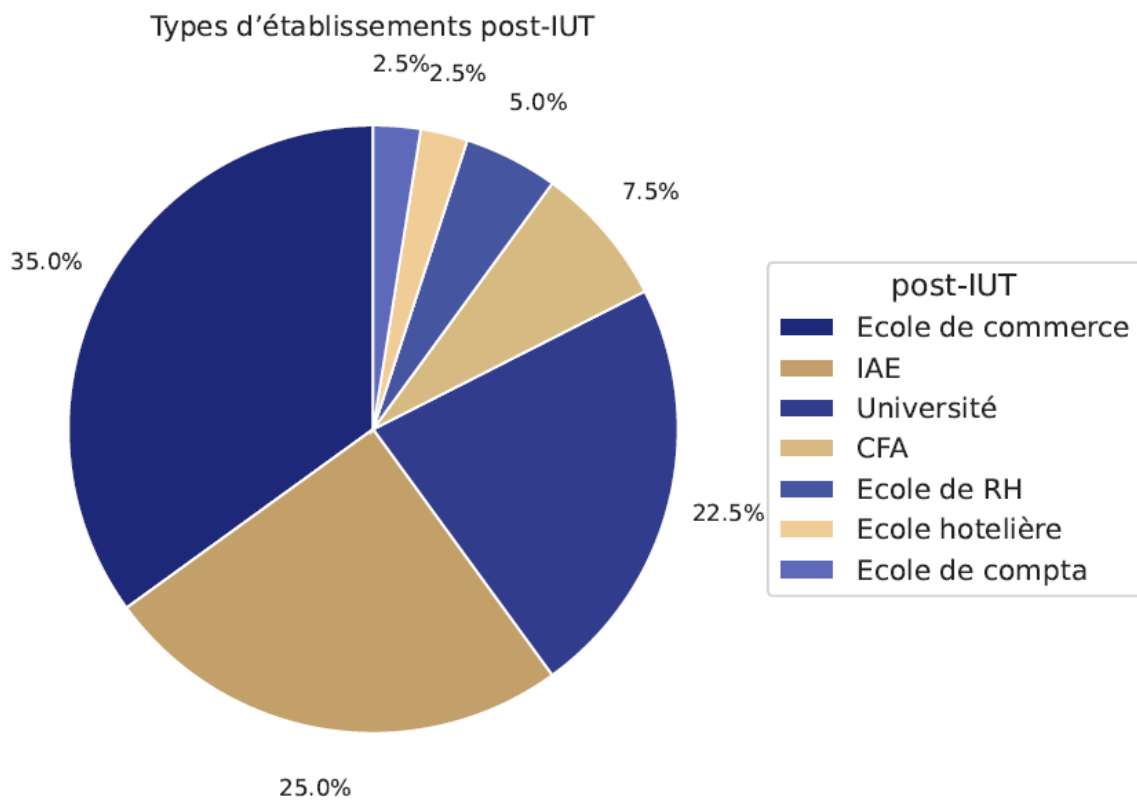
2)



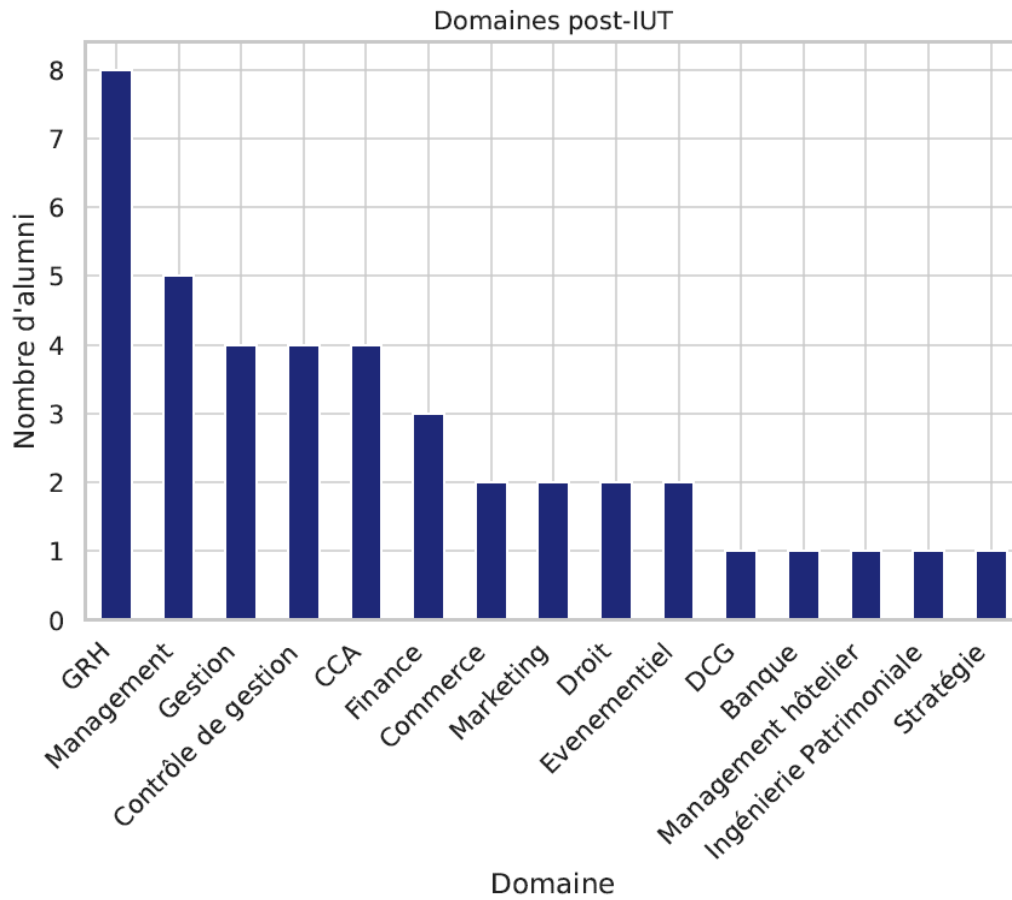
3)



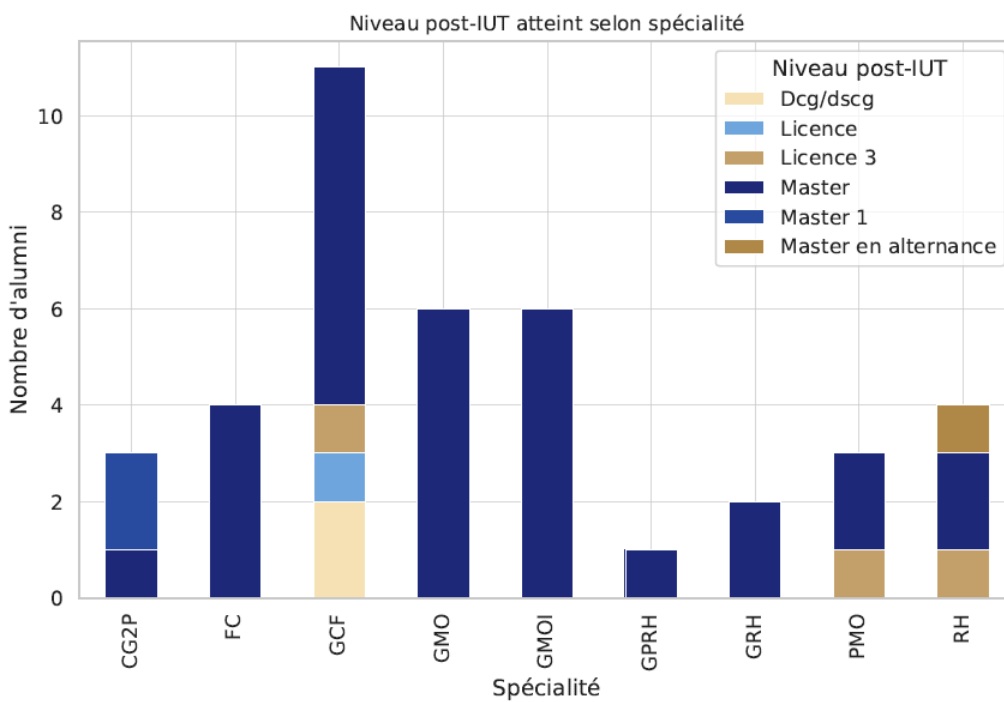
4)



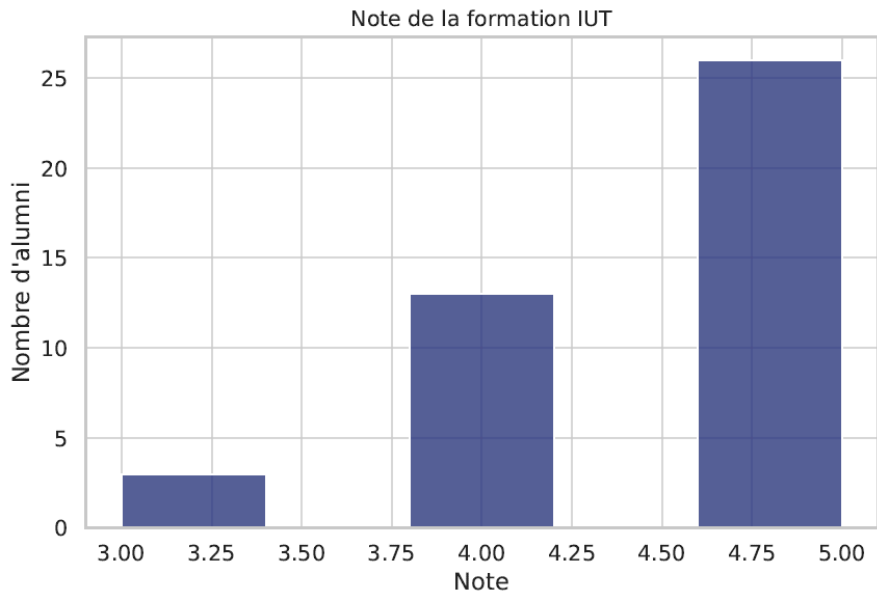
5)



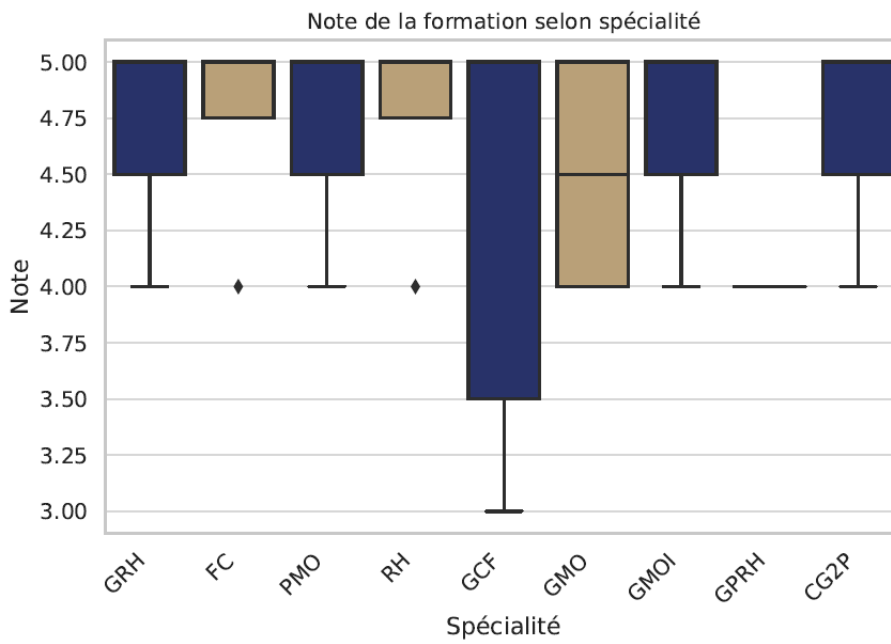
6)



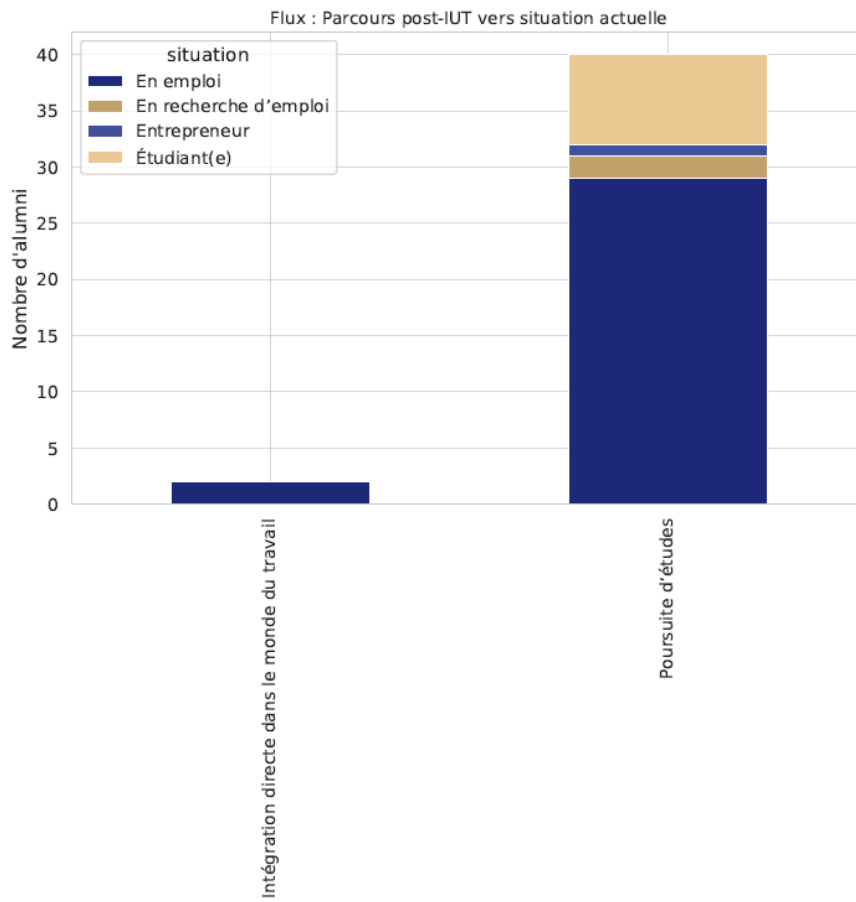
7)



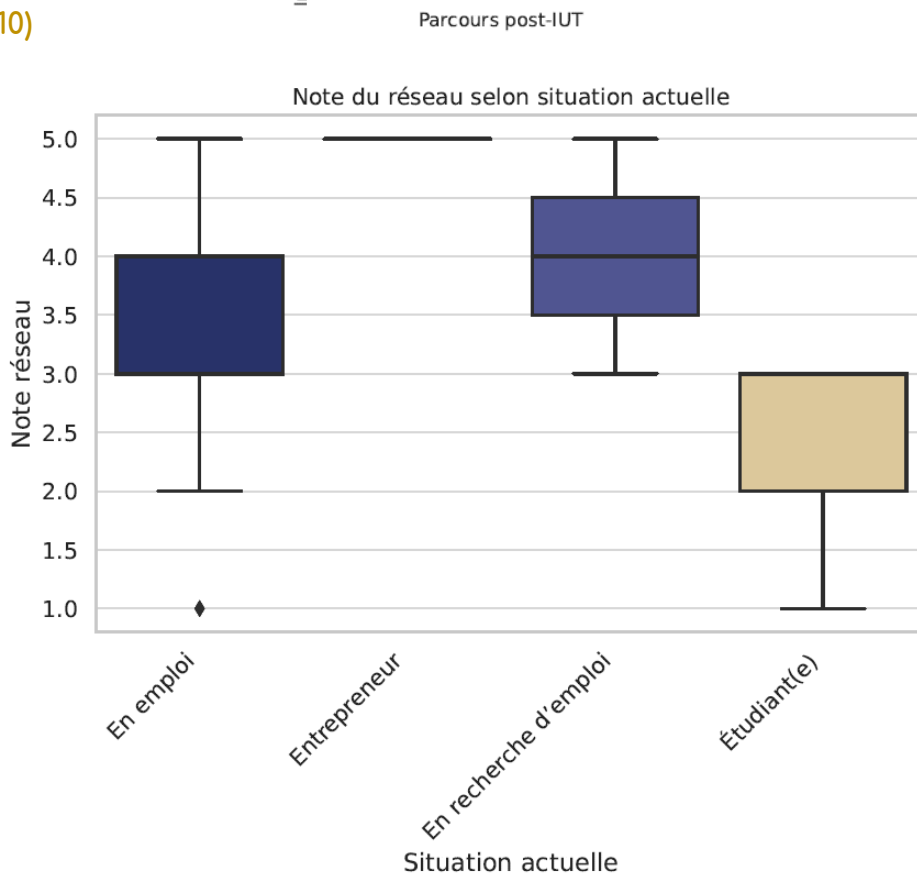
8)



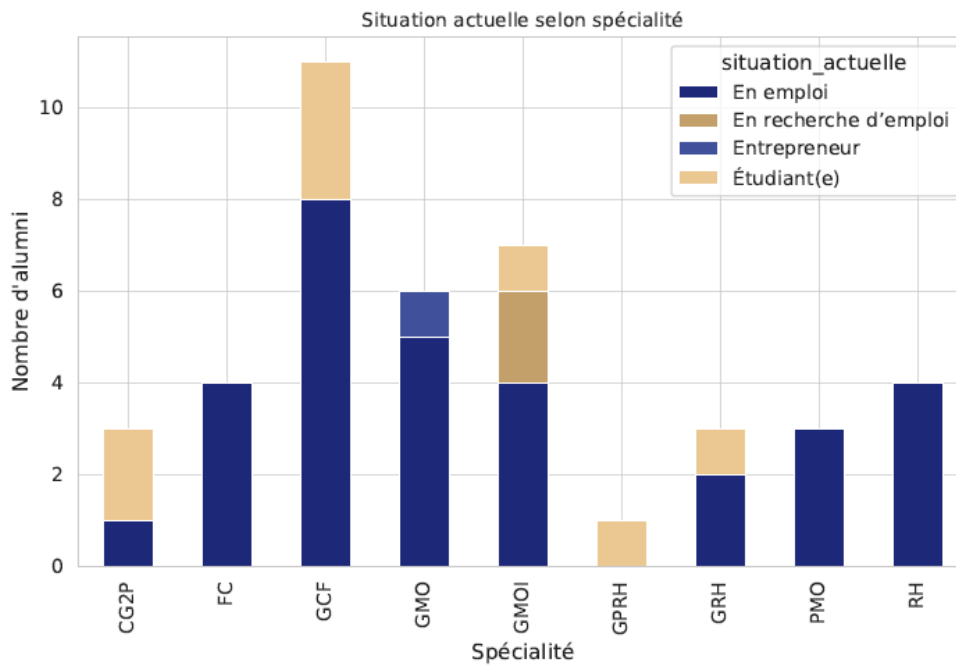
9)



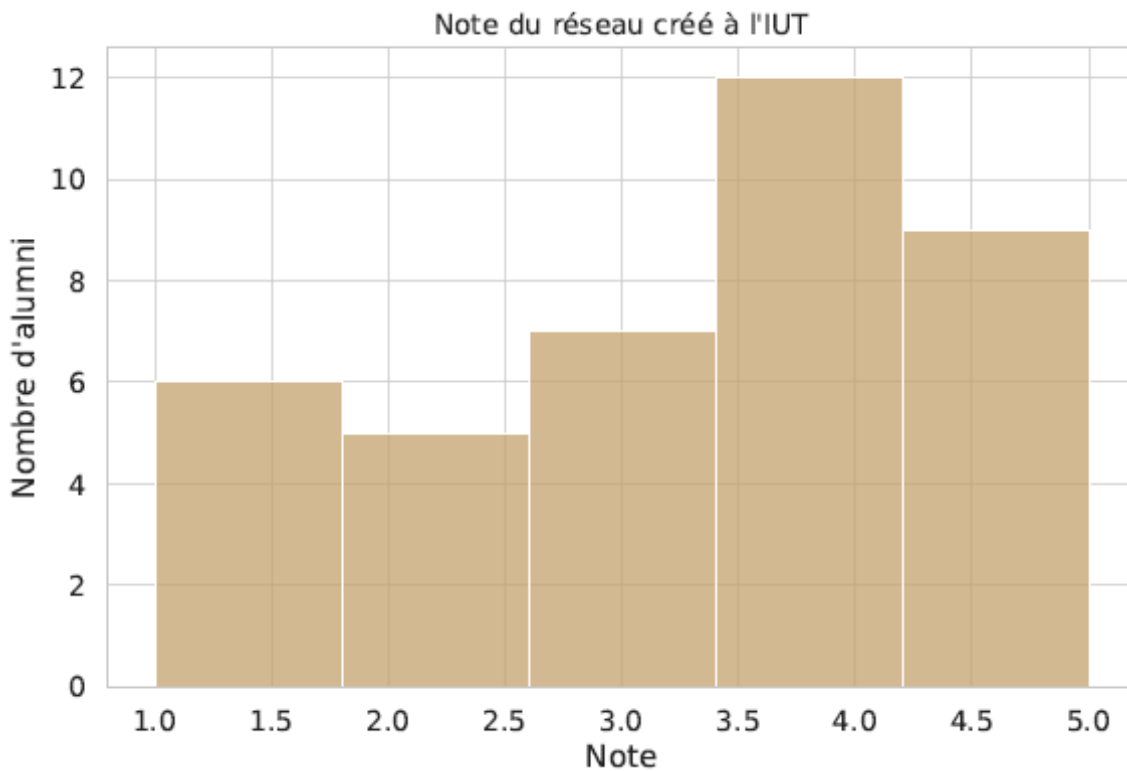
10)



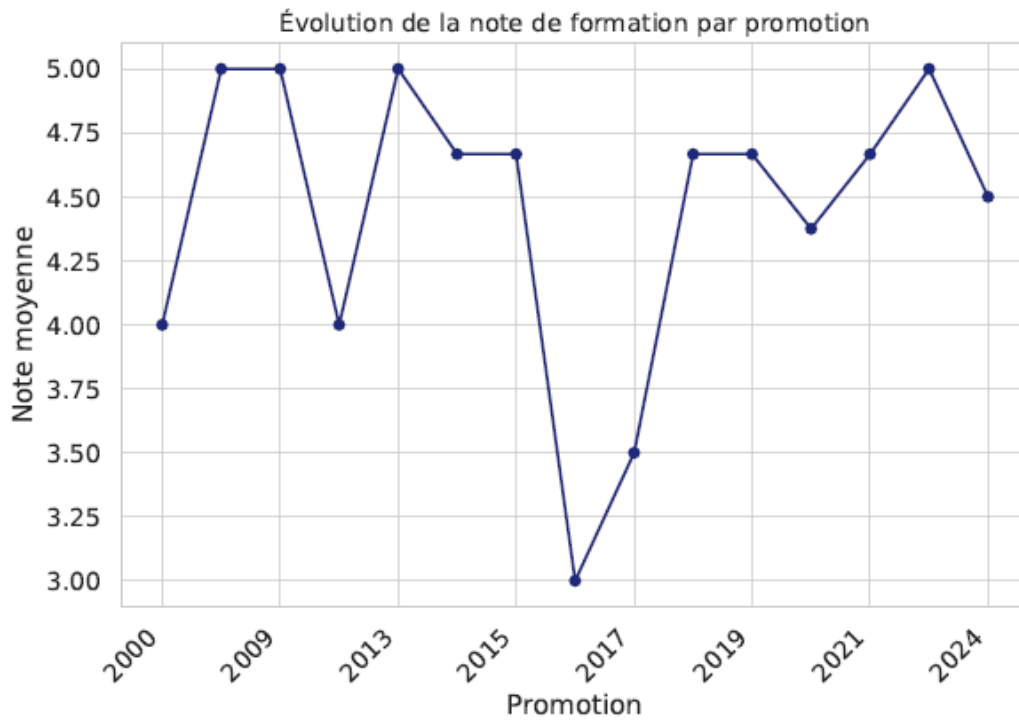
11)



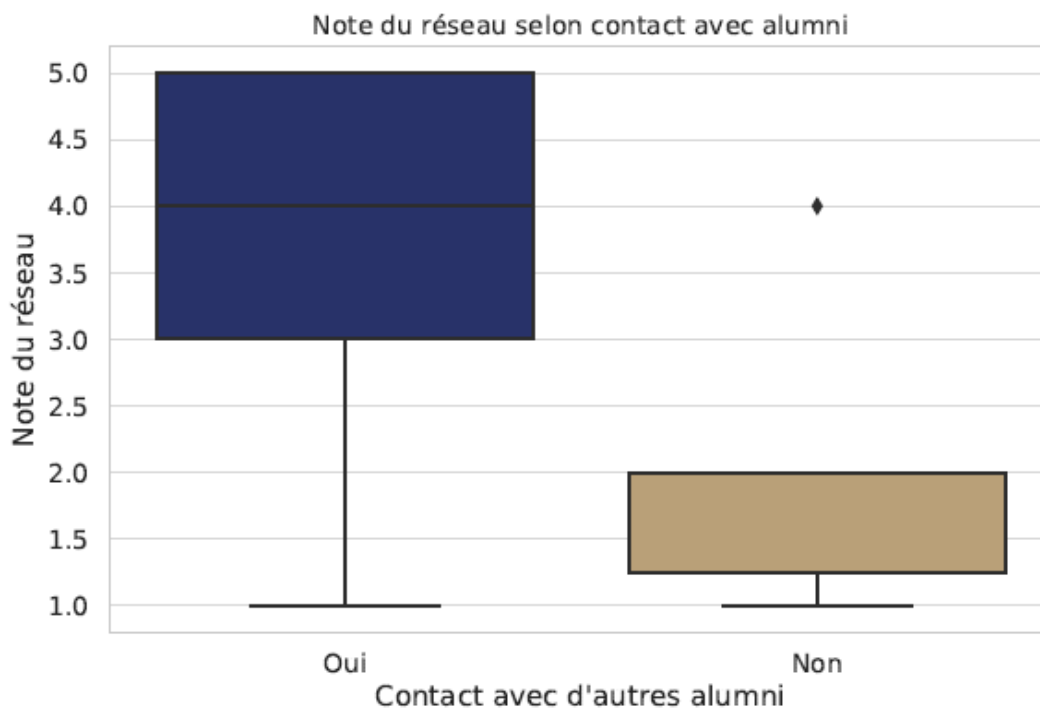
12)



13)

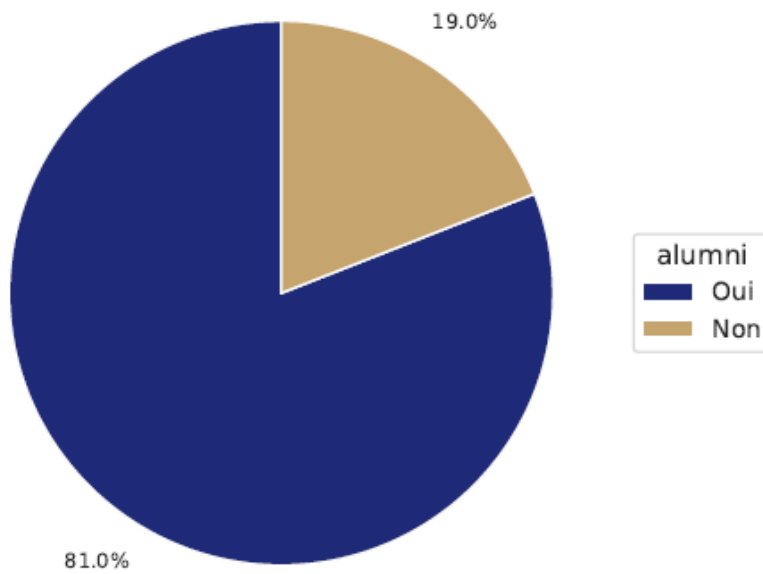


14)



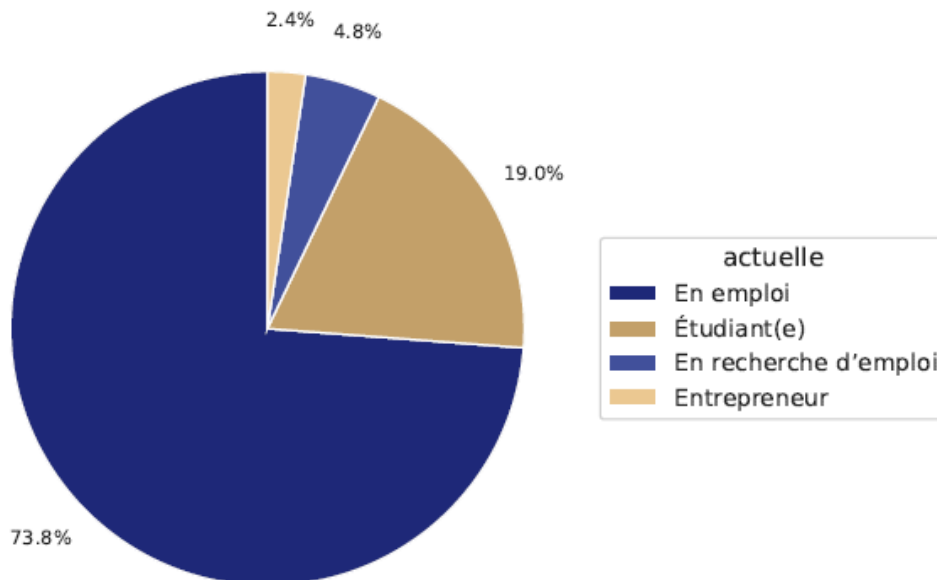
15)

Contact avec d'autres alumni

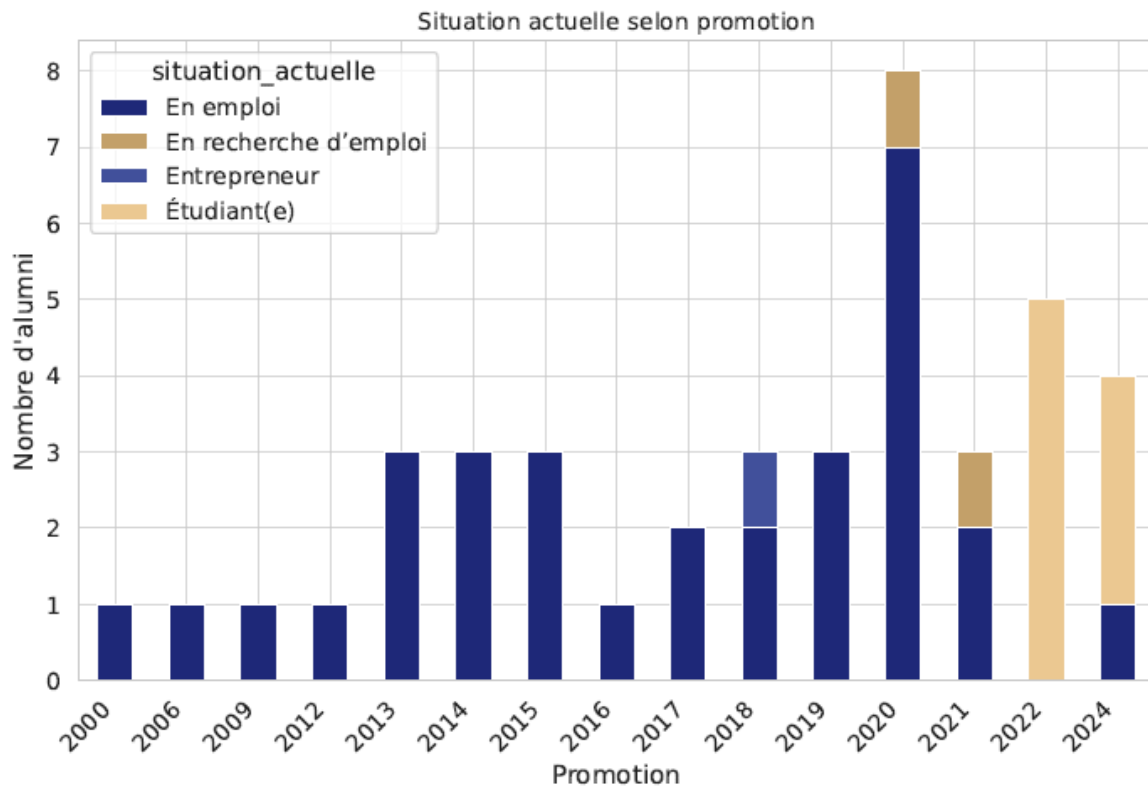


16)

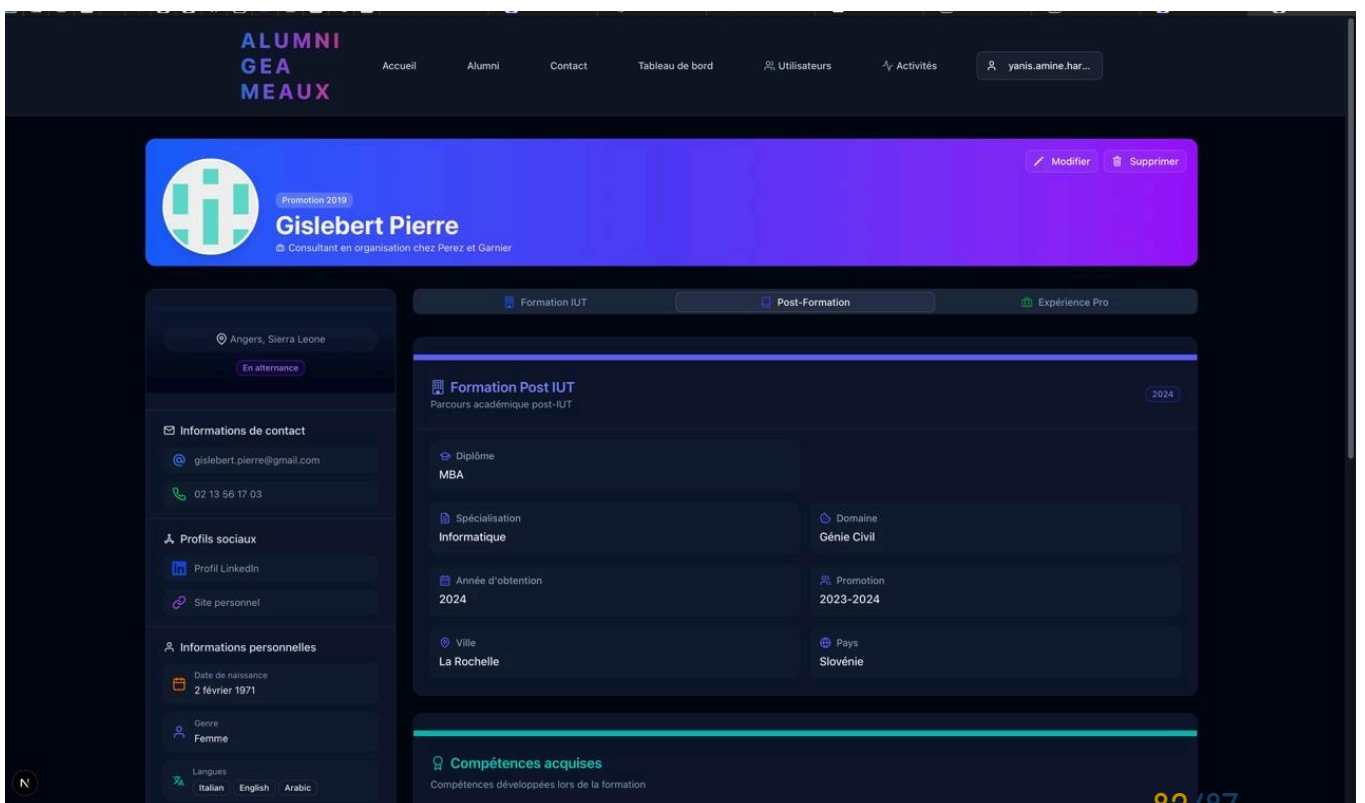
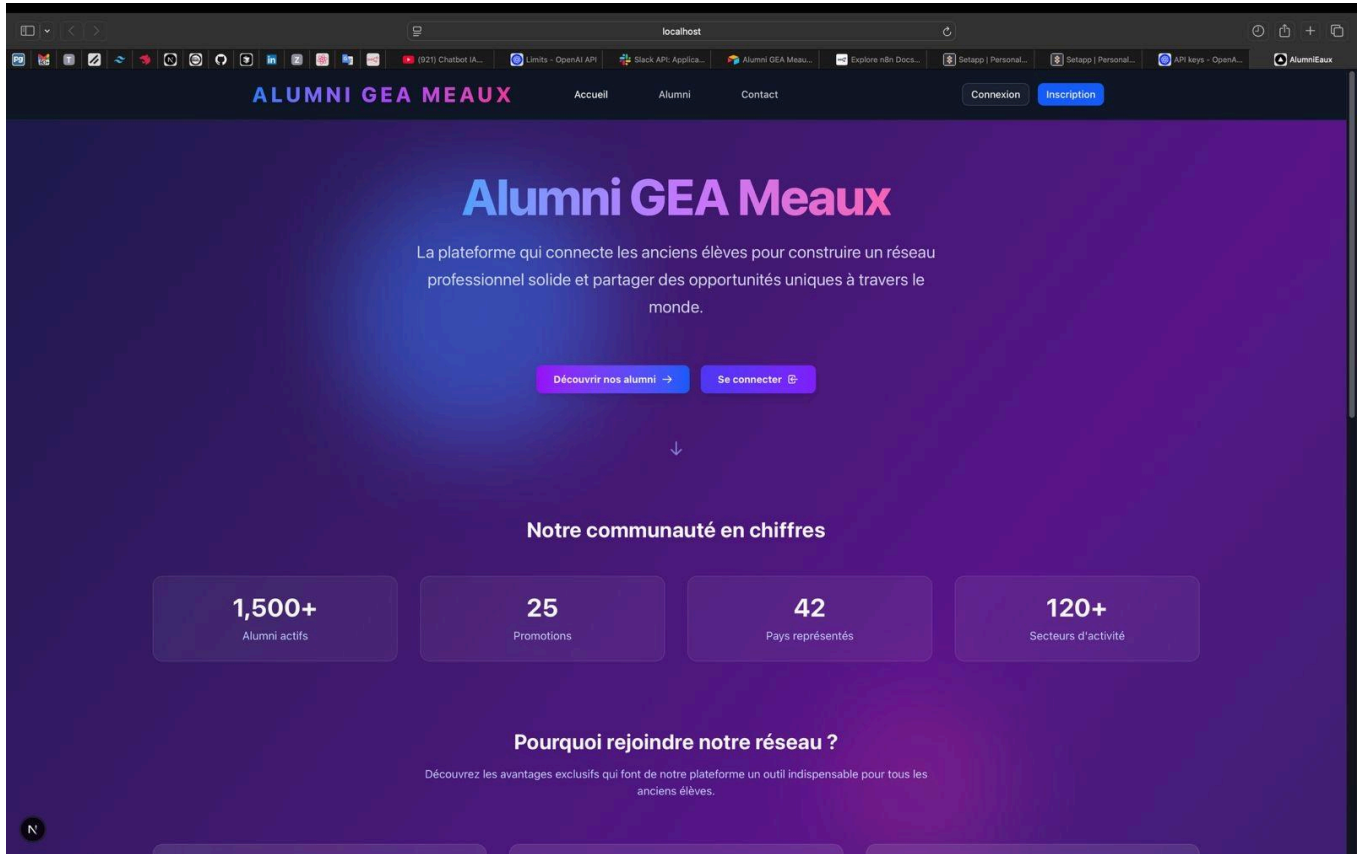
Situation actuelle

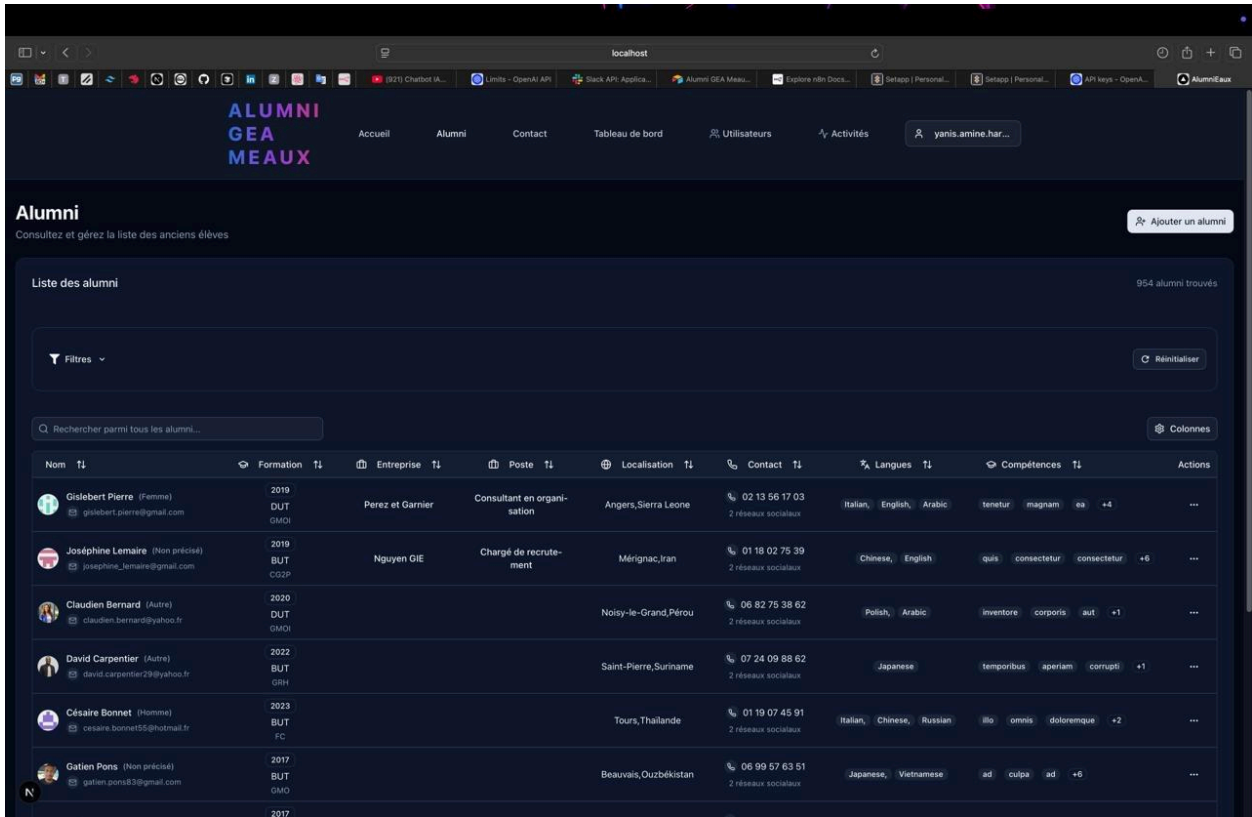


17)



46° Annexe- Capture d'écran plateforme Black Rise

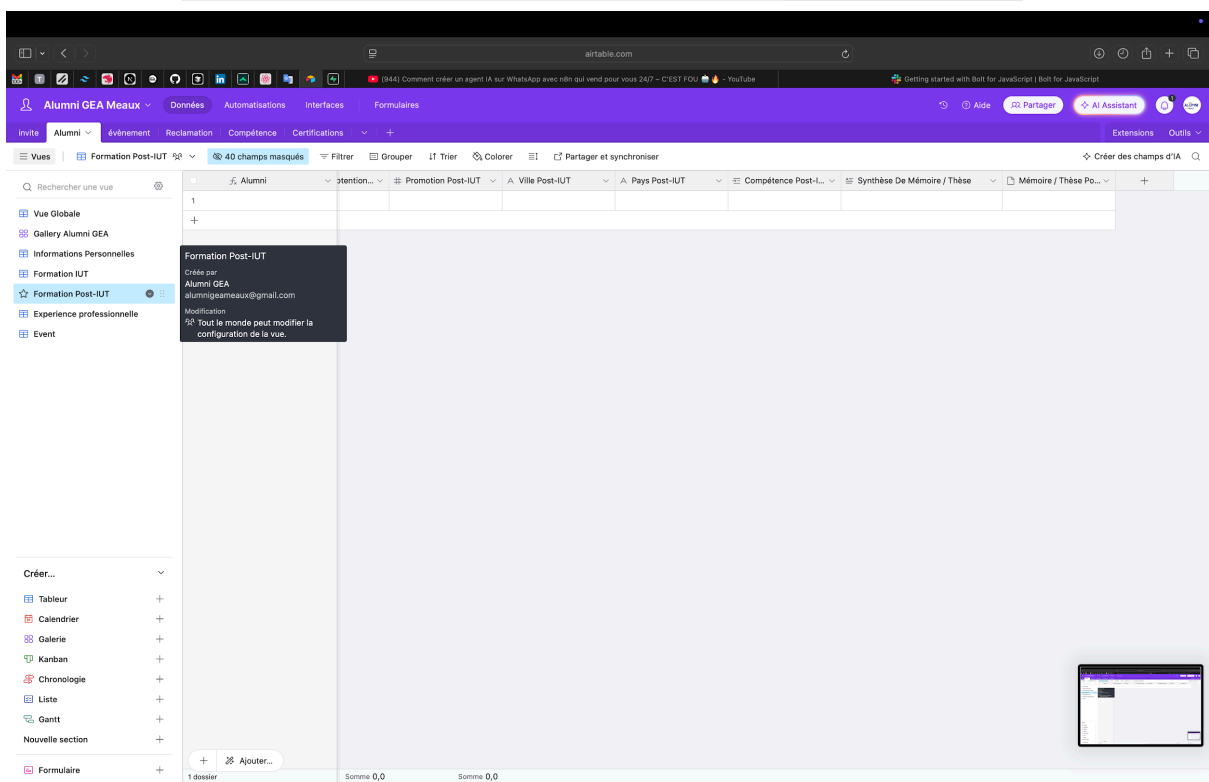
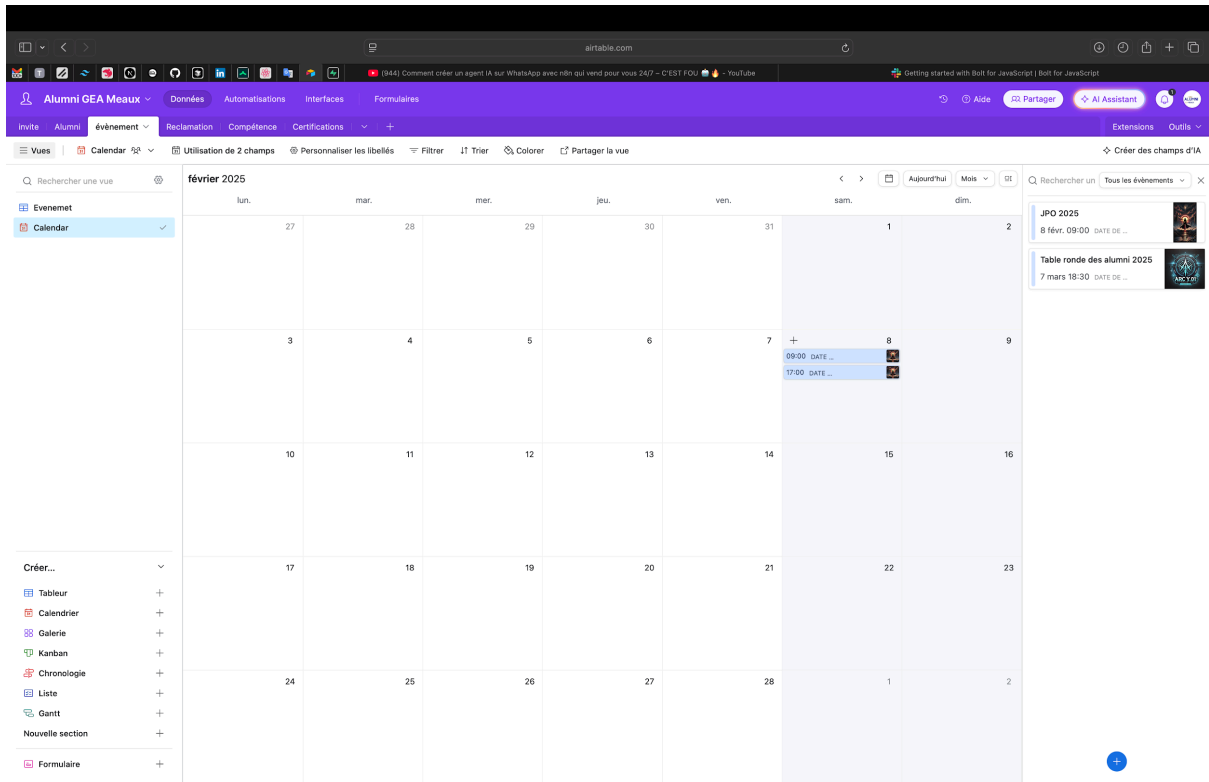


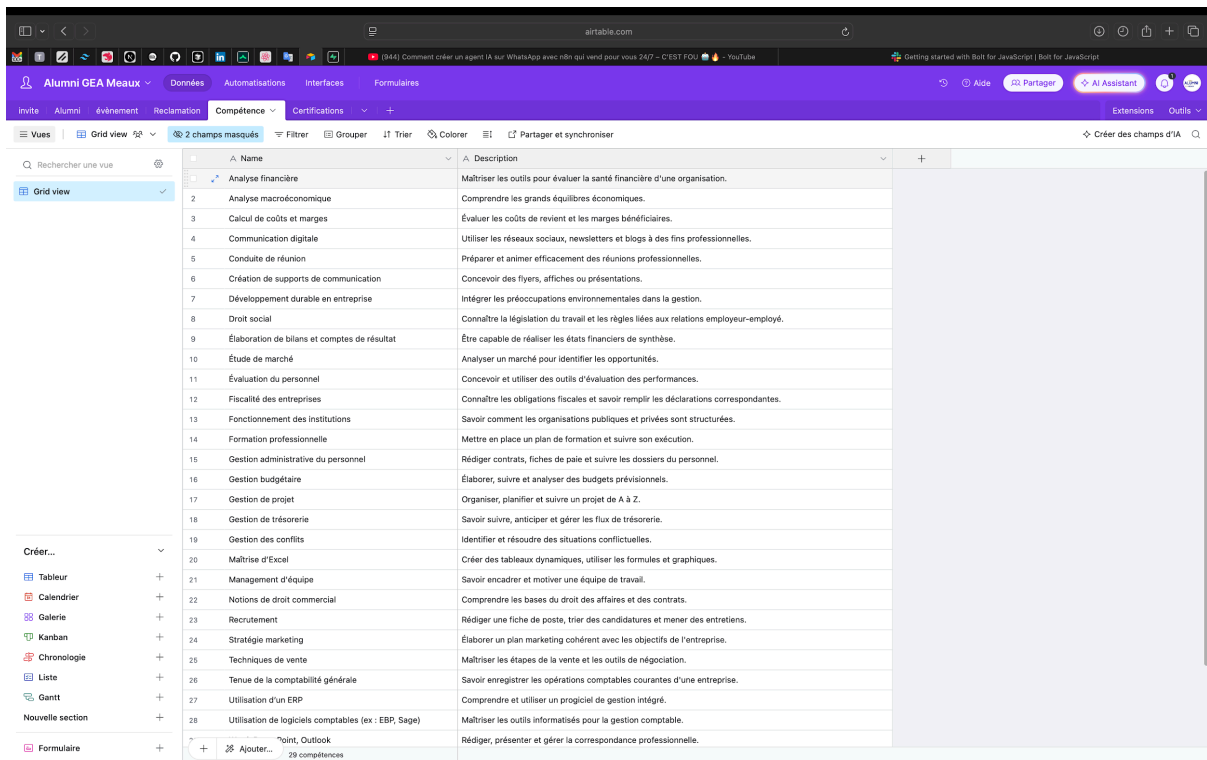
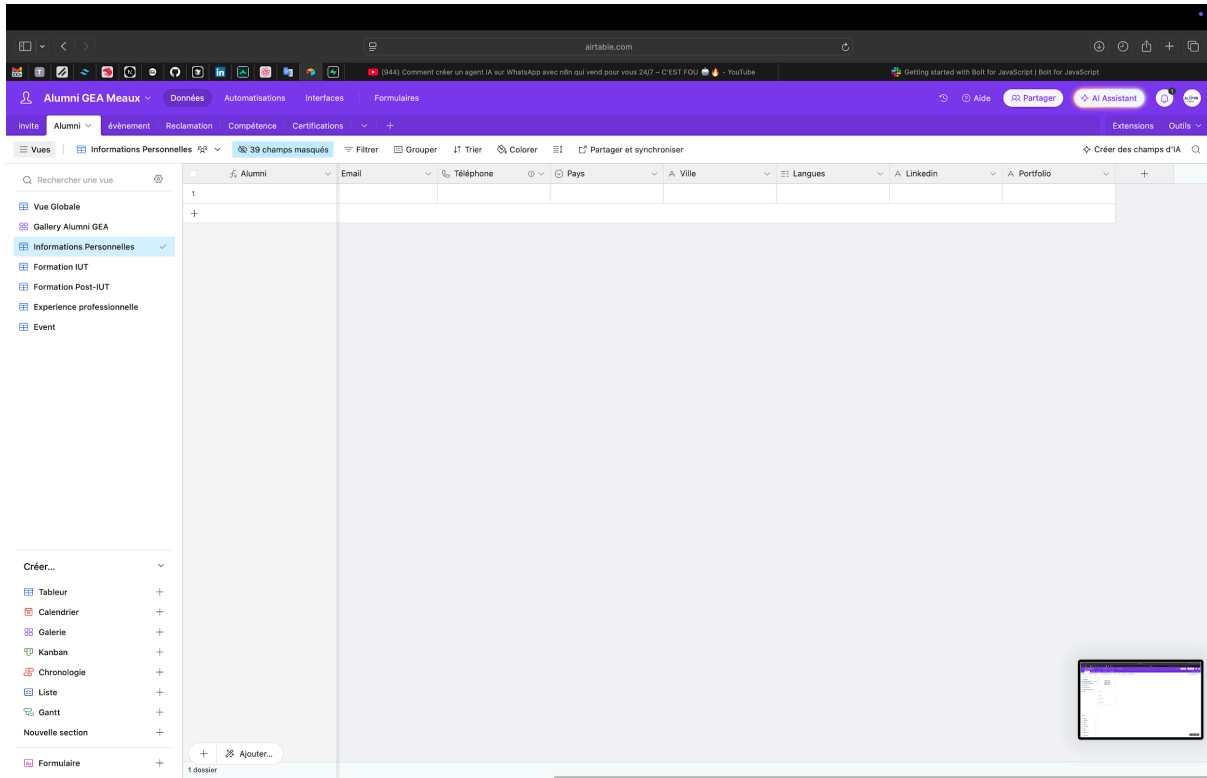


The screenshot shows a web browser displaying the ALUMNI GEA MEAUX application. The page title is "Alumni" and the subtitle is "Consultez et gérez la liste des anciens élèves". There is a search bar with the text "yanis.amine.har...". Below the search bar, there is a section titled "Liste des alumni" with a sub-header "954 alumni trouvés". A filter dropdown is set to "Filtres". A search bar below the filter says "Rechercher parmi tous les alumni...". The main content is a table with columns: Nom, Formation, Entreprise, Poste, Localisation, Contact, Langues, Compétences, and Actions. The table lists six alumni entries.

Nom	Formation	Entreprise	Poste	Localisation	Contact	Langues	Compétences	Actions
Gislebert Pierre (Femme) gislebert.pierre@gmail.com	2019 DUT GMDI	Perez et Garnier	Consultant en organisation	Angers, Sierra Leone	02 13 56 17 03 2 réseaux sociaux	Italian, English, Arabic	tenetur magnam ea +4	...
Joséphine Lemaire (Non précisée) josephine_lemare@gmail.com	2019 BUT CGSP	Nguyen GIE	Chargé de recrutement	Mérignac, Iran	01 18 02 75 39 2 réseaux sociaux	Chinese, English	quis consectetur consectetur +6	...
Claudien Bernard (Autre) claudien.bernard@yahoo.fr	2020 DUT GMDI			Noisy-le-Grand, Pérou	06 82 75 38 62 2 réseaux sociaux	Polish, Arabic	inventore corporis aut +1	...
David Carpentier (Autre) david.carpentier29@yahoo.fr	2022 BUT GRH			Saint-Pierre, Suriname	07 24 09 88 62 2 réseaux sociaux	Japanese	temporibus aperiam corrupti +1	...
Césaire Bonnet (Homme) cesaire.bonnet55@hotmail.fr	2023 BUT FC			Tours, Thaïlande	01 19 07 45 91 2 réseaux sociaux	Italian, Chinese, Russian	illo omnis doloremque +2	...
Gatien Pons (Non précisée) gatien.pons83@gmail.com	2017 BUT GMO			Beauvais, Ouzbékistan	06 99 57 63 51 2 réseaux sociaux	Japanese, Vietnamese	ad culpa ad +6	...

47° Annexe- Capture d'écran logiciel Airtable





The screenshot shows the Airtable form editor interface. The main form is titled 'Alumni GEA Meaux' and contains several sections:

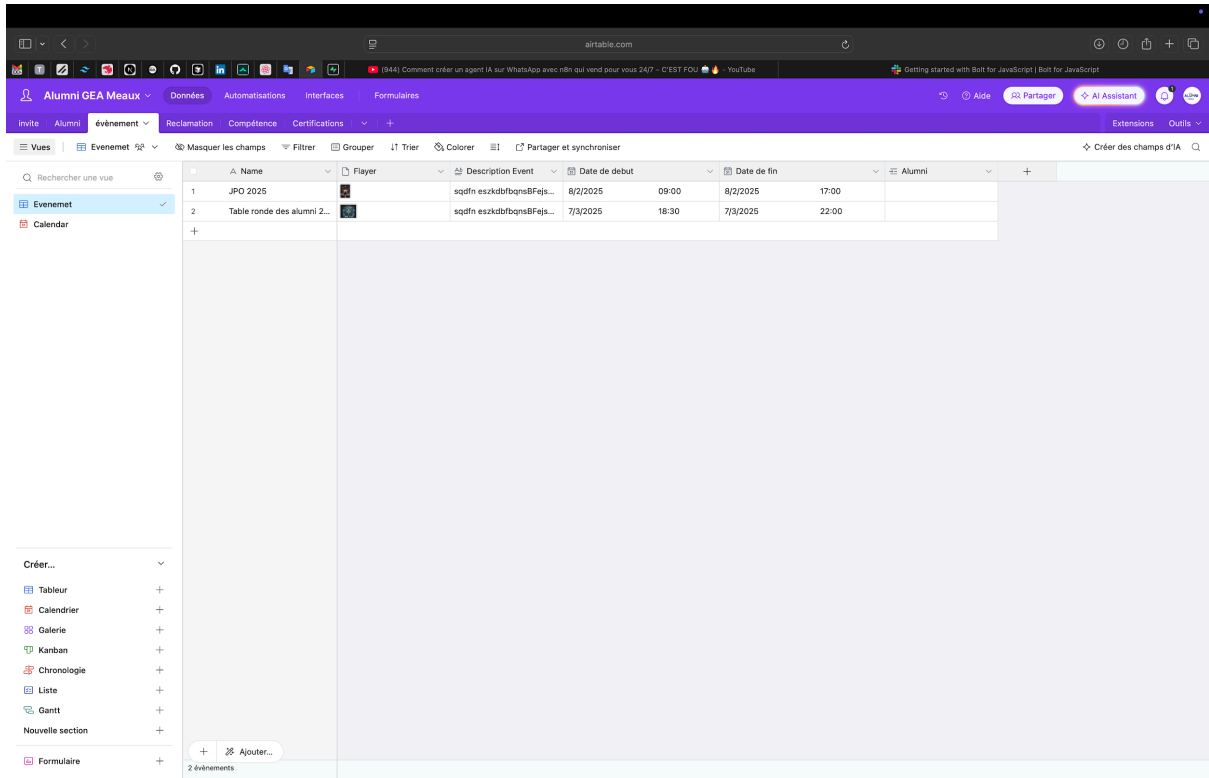
- LinkedIn**: A text input field.
- Portfolio**: A text input field.
- IUT**: A section with a sub-header 'Cliquer pour ajouter du texte' and several input fields:
 - Diplôme**, **Spécialisation**, **Promotion**: Dropdown menus.
 - Date De Fin**, **Date De Début**: Date pickers with 'dd/mm/yyyy' format.
 - Conseils Aux Etudiants**: A large text area.
 - Avis Sur Votre Réseau IUT**: A text input field.
 - Compétences**, **Certification**, **événement**: Radio buttons with associated text input fields.
 - Projet Académique**, **Stages**: Text input fields.
 - Mobilité Internationale**, **Souvenirs IUT**, **Activités associative**: Text input fields.
 - Note IUT**, **Réseaux IUT**: Text input fields.

On the right side, there is a 'Formulaire' settings panel with options for 'Titre', 'Données', 'Apparence', 'Paramètres', 'Options d'envoi', and 'Actions d'envoi'.

The screenshot shows the Airtable Kanban view for the 'Alumni GEA Meaux' table. The view is organized into columns representing different stages of the process:

- Non catégorisée**: 0 items.
- Reçue**: 0 items.
- En cours de traitem...**: 1 item.
- Accepter**: 0 items.
- Rejetée**: 0 items.

Each column contains a text input field for adding a dossier and a '+ Ajouter dossier' button. The left sidebar shows navigation options like 'Vues', 'Recherche', and 'Créer...' with various view types like 'Tableau', 'Calendrier', 'Galerie', etc.



The screenshot shows the Airtable interface for a table named 'Evenement'. The table has the following columns: Name, Flyer, Description Event, Date de debut, Date de fin, and Alumni. There are two rows of data:

	Name	Flyer	Description Event	Date de debut	Date de fin	Alumni
1	JPD 2025		sqdfln eszkdbfboqnsBFajs...	8/2/2025 09:00	8/2/2025 17:00	
2	Table ronde des alumni Z...		sqdfln eszkdbfboqnsBFajs...	7/3/2025 18:30	7/3/2025 22:00	

On the left side, there is a sidebar with a search bar and a list of views: 'Evenemet' (checked) and 'Calendar'. At the bottom left, there is a 'Créer...' menu with options: 'Tableur', 'Calendrier', 'Galerie', 'Kanban', 'Chronologie', 'Liste', 'Gantt', 'Nouvelle section', and 'Formulaire'. At the bottom center, there is a '+ Ajouter...' button and a note '2 événements'.

