



MANUEL ALUMNI

SCOLOPI
www.scolopi.org





ALUMNI HANDBOOK

.....
**For: the Pious Schools.
Of particular interest to:
Provincial Congregations,
Presence Teams, Alumni
Managers, and Management
Teams of Educational
Institutions.**

....
COORDINATION

Javier San Martín, David
Rennella, Dániel Szábo, Placide
Mandona y Carles Gil i Sagner
(coord.)

PUBLISHED BY

General Curia of the Pious Schools
Piazza dei Massimi, 4, 00186
Rome, Italy
Tel: (0039) 06 68 407 41
alumni@scolopi.net
www.scolopi.org

**ALUMNI
SCOLOPI**
www.scolopi.org

- 03 0. Présentation
- 06 1. Qui sommes-nous ?
- 07 2. Anciens élèves piaristes : CRC
- 10 3. Étapes de la vie des anciens élèves
- 11 4. Développement des anciens élèves dans les districts
- 18 5. Financement
- 20 6. Devenir membre des anciens élèves
- 24 7. Groupes d'intérêt
- 26 8. Ressources et activités
- 28 9. Annexes. Construction collective

O PRÉSENTATION : UN OUTIL UTILE

Nous partageons avec joie ce manuel avec l'ensemble des Écoles Pies, convaincus qu'il sera un outil utile pour développer le **projet Alumni** dans toutes les Démarcations piaristes.

A *lumnus-i (alumna-ae)*, d'origine latine, signifie **diplômé** ou ancien élève, personne ayant terminé ses études. Le terme Alumni renvoie habituellement aux anciens étudiants des universités, bien que certains réseaux scolaires – en particulier de congrégations religieuses – commencent déjà à développer un dispositif Alumni pour leurs anciens élèves.

Les Écoles Pies **veulent adapter à nos établissements le modèle Alumni** existant dans la plupart des universités (publiques, privées, urbaines, rurales, séculaires ou de création récente) sur tous les continents, à nos écoles, afin d'améliorer la relation avec nos anciens élèves.

Il est important de préciser d'emblée la différence entre **anciens élèves et Alumni**.

- » La première expression (anciens élèves) renvoie au modèle actuellement présent dans de nombreux établissements, où, au moyen d'une association, les anciens élèves organisent des activités, le plus souvent ponctuelles et commémoratives.
- » La seconde (Alumni), comme nous le verrons tout au long du manuel, est un modèle global, en réseau, et d'accompagnement tout au long de la vie.

Ce manuel n'est pas simplement un ensemble de pages reliées ; c'est un outil dynamique qui vise à promouvoir la **production de connaissances**. Cette première version a été rédigée par l'Équipe Générale Alumni de l'Ordre. Les prochaines révisions et éditions intégreront nécessairement une réflexion beaucoup plus collaborative et participative avec les Équipes Alumni qui se créent dans les Démarcations des Écoles Pies, interagissant comme une communauté large, diverse et riche. Grâce à leurs futures corrections, apports et commentaires, ce manuel pourra nous donner le savoir dont nous avons besoin.

«L'OBJECTIF PRINCIPAL
DU MANUEL EST
D'ÊTRE UN GUIDE
D'INSTRUCTIONS ET
DE CONSEILS OFFRANT
LES INFORMATIONS
NÉCESSAIRES»

L'objectif principal du manuel est d'être un **guide** d'instructions et de conseils offrant les informations nécessaires, pédagogiques et globales, aux équipes chargées de la gestion du projet Alumni dans les Démarcations.

- » **Nécessaire** : qu'il soit efficace, contenant les informations de base et pertinentes pour créer, développer et coordonner les Alumni de nos Démarcations.
- » **Didactique** : avec clarté, un parcours séquencé et des conseils capables d'inspirer les responsables et leurs équipes afin qu'ils puissent, de façon autonome, lancer et développer le projet Alumni.
- » **Intégral** : un compendium répondant à la plupart des questions et besoins susceptibles de surgir, centralisant les réponses, suggérant des propositions et offrant des recommandations.

Du premier au troisième chapitre, nous trouvons **le cadre de référence** de tout ce qui concerne Alumni, à savoir l'ensemble des concepts, raisons, convictions et valeurs qui aident à comprendre et à interpréter le sens global du projet et établissent des critères de démarcation entre ce qui est et ce qui n'est pas Alumni dans les Écoles Pies.

Du quatrième au huitième chapitre, nous trouvons surtout le comment : **les clés pour développer** correctement Alumni à partir des Démarcations.

Le neuvième et dernier chapitre contient les annexes, qui seront enrichies par les contributions des équipes de chaque Démarcation et la réflexion conjointe au sein des Écoles Pies.

0.1 DESTINATAIRES

Les principaux destinataires du manuel **sont les personnes et équipes qui doivent piloter Alumni** dans leurs Démarcations, ou qui sont impliquées dans le projet en raison de leur responsabilité ou de leur charge.

Les clés de lecture de ce manuel varient selon la perspective adoptée sur le réseau et la phase dans laquelle se trouve la Démarcation.

0.2 TROIS PERSPECTIVES

Alumni dans les Écoles Pies comporte **trois perspectives** et prend des nuances différentes selon son niveau de référence : école concrète, Démarcation ou ensemble des Écoles Pies. Chacune de ces perspectives requiert un discours et une réflexion spécifiques.

En résumé :

1. La **présence piariste locale**.

Alumni naît de la réalité concrète d'un établissement, où élèves et anciens élèves conservent leur premier lien d'appartenance.

2. La **Démarcation**.

Elle est le principal promoteur d'Alumni, responsable de sa création et de son développement. Elle agit comme premier réseau de référence sur lequel s'articule le reste. Alumni ne peut exister sans le soutien d'une Démarcation ; sans une structure large d'institutions et d'œuvres donnant continuité au projet, il ne s'agirait que d'une *association d'anciens élèves* et non d'un réseau vivant à identité piariste.

C'est pourquoi les Démarcations sont le destinataire central de ce manuel.

3. Les Écoles Pies (l'Ordre).

La grandeur et le potentiel d'Alumni résident dans sa dimension globale, indispensable dans le contexte actuel. Les Écoles Pies, en tant qu'Ordre, sont un réseau de réseaux et l'instance qui articule cette globalité.



Présence locale Piariste

Réalité spécifique d'une école ou d'un établissement d'enseignement



Démarcation

Principal promoteur des anciens élèves, réseau de référence.



Ordre des Écoles Pies

Caractère mondial.
Réseau de réseaux

0.3 PHASES.

En tenant compte de la réalité de l'Ordre, nous distinguons cinq phases d'Alumni selon le degré de développement du projet dans les différentes Démarcations et l'implantation institutionnelle de chacune, c'est-à-dire le nombre et la structure de leurs écoles.

1. Démarcations disposant d'établissements d'enseignement et ayant créé depuis longtemps le projet Alumni à l'échelle démarcationnelle.
2. Démarcations disposant d'établissements d'enseignement et qui viennent de commencer leur parcours avec Alumni.
3. Le même cas que le précédent, mais avec des associations d'anciens élèves existant depuis longtemps.
4. Démarcations disposant d'établissements d'enseignement et n'ayant pas encore lancé le projet Alumni.
5. Démarcations ne comptant encore que peu d'établissements ou dont le cycle éducatif n'est pas complet.



1, QUI SOMMES-NOUS ? ÉCOLES PIES.

Alumni est une initiative de l'Ordre des Écoles Pies. Les choses essentielles d'abord. Le cadre d'Alumni est défini par sa mission et sa vision, éléments fondamentaux qui éclairent la prise de décisions, la communication, la planification stratégique et d'autres aspects clés du projet.

1.1 MISSION¹.

Voici la mission d'Alumni des Écoles Pies dans une perspective globale, au sein de l'Ordre. La rédiger dans chaque Démarcation favorise une réflexion partagée et enrichissante, tout en garantissant son adaptation à chaque contexte et moment.

Nous sommes Alumni des Écoles Pies, une communauté qui accompagne ses élèves tout au long de la vie.

Ensemble, nous transformons la société par l'éducation, la solidarité et le soin de la *Maison Commune*².

Notre raison d'être :

- » promouvoir l'épanouissement personnel intégral de chaque *alumnus/a*.
- » relier à un réseau mondial.
- » prendre soin de l'identité piariste.

1.2 VISION.

Être une communauté soudée dans un réseau global, réunissant élèves et anciens élèves des Écoles Pies, qui aspirent à une vie digne, améliorent leur environnement et inspirent de nouvelles générations à bâtir une société plus juste et durable.

.....
1 Conseil : il est important de préciser dès le début qu'Alumni est Escuelas Pías. L'initiative est celle des Écoles Pies et intègre les valeurs piaristes.

2 Tout ce qui concerne la justice sociale et la protection de l'environnement. *Fratelli Tutti* et *Laudato Sii* fournissent un bon cadre.



2 ALUMNI PIARISTE : CRC

COMMUNAUTÉ, RESSOURCES, ENGAGEMENT

Il s'agit de répondre, de manière brève, claire et motivée, à deux questions :

- » Le **pourquoi**, c'est-à-dire la nécessité, pour les Écoles Pies, de créer ou de développer Alumni.
- » Et ses **vertus**, c'est-à-dire les atouts du projet.

Trois concepts fondamentaux³, trois mots seulement, permettent d'expliquer ce **qu'est Alumni** dans les Écoles Pies et constituent en même temps les vertus qui justifient sa création.



1. Communauté.



2. Ressources.



3. Engagement.

Avec ces trois concepts, nous pouvons expliquer aisément ce qu'est Alumni des Écoles Pies, le trait identificateur qui le distingue, bien que nous préférions en réalité l'expression « **trait identificateur** »⁴.

Il est utile de retenir ces trois concepts, peut-être au moyen d'une règle mnémotechnique⁵.

2.1 COMMUNAUTÉ.

La fin⁶ de l'étape éducative⁷ avec les Écoles Pies ne signifie pas—et ne doit pas signifier—la fin de notre relation, mais le **passage** à une relation différente, selon la proposition et l'itinéraire de chaque Démarcation. L'appartenance au réseau Alumni est assurément une option ouverte à tous.

Il ne s'agit pas de créer une nouvelle communauté, mais de **poursuivre la communauté** déjà commencée à l'école ou au sein de nos institutions.

Dans nos établissements se tissent des **amitiés** qui dépassent la salle de classe et perdurent. Nous voulons que nos anciens élèves, grâce à leur appartenance à Alumni, continuent d'entretenir ces liens privilégiés, ces connexions nées dans un environnement d'apprentissage et de croissance personnelle. Nous savons que leur passage dans nos institutions leur a apporté non seulement une formation de qualité mais aussi des relations significatives qui ont marqué leur vie. Nous voulons être le réseau qui leur permette de rester en contact, en valorisant et en prenant soin de ces amitiés.

Alumni nous offre également une précieuse fenêtre pour connaître **l'impact** à long terme de notre action éducative. En restant en contact avec nos diplômés, nous pouvons mieux savoir ce qu'ils deviennent et observer comment les valeurs et les connaissances acquises dans nos

3 Concepts à prendre (à emporter).

4 Dans le cadre de la construction de l'association des anciens élèves des Écoles Pies, nous ne recherchons pas ce qui nous différencie des autres, mais ce qui nous identifie en tant qu'Écoles Pies et ce qui convient le mieux à nos élèves et anciens élèves.

5 CRC, CoReCo, selon les langues nationales, il serait souhaitable d'en envisager un.

6 Il est nécessaire de revoir la terminologie que nous utilisons pour désigner la fin de nos étapes. Une étape peut être terminée, les étapes doivent être achevées, mais pas nécessairement en ce qui concerne les Écoles Pies, qui doivent se poursuivre et progresser. En ce sens, on peut organiser une fête de clôture ou de fin d'étape, mais pas d'adieu, afin d'ouvrir une nouvelle possibilité de relation à travers les anciens élèves.

7 Nous utilisons le terme « éducatif » plutôt que « scolaire » car nous insistons sur le fait que l'Alumni ne doit pas être réservé aux écoles ou à l'éducation formelle stricte.



Communauté

La fin d'une étape éducative comme **transition**



Ressources

Adaptées aux contextes, **en fonction** de l'étape de la vie.



Engagement

En faveur de la réforme de la société, en distillant **une manière d'être**.



Apprentissage

Qui accompagne toute une vie, dans le style piariste



Connecté

à la réalité du moment, offrant des informations et favorisant l'employabilité, l'esprit d'entreprise...

classes se traduisent dans leur vie professionnelle et personnelle.

- » Nous découvrons les différents domaines dans lesquels nos élèves exercent.
- » Nous identifions les compétences qui leur ont été les plus utiles dans leur carrière, ce qui nous permet d'adapter et d'améliorer nos programmes éducatifs.
- » Nous reconnaissons leur impact positif sur la société, que ce soit par leur travail, leur bénévolat ou leur engagement.
- » Nous recueillons des témoignages et des avis de nos élèves sur la qualité de l'enseignement, le climat scolaire et l'accompagnement reçu.
- » Nous exploitons ces retours pour repérer des axes d'amélioration et veiller à ce que nos écoles demeurent pertinentes et efficaces.

Le réseau Alumni favorise à la fois la **connexion mondiale**—avec les autres Démarcations et l'Ordre, créant une communauté de communautés—et l'enracinement local, grâce à un **environnement piariste proche**, lié à la *présence*⁸ piariste locale, aux communautés piaristes, aux fraternités piaristes, aux institutions piaristes et à d'autres milieux.

2.2 RESSOURCES.

Les Écoles Pies, à travers Alumni, souhaitent accompagner de manière appropriée les élèves et anciens élèves tout au long de leur vie, en **offrant les ressources** dont ils ont besoin selon leur étape de vie et adaptées à leur contexte.

Le réseau—le fait d'être connectés—crée à lui seul de la valeur. Cependant, il nous faudra réfléchir, partager, entreprendre et collaborer afin que les ressources soient hautement **utiles et pertinentes** pour les membres d'Alumni, et alignées sur les valeurs des Écoles Pies.

L'inscription, l'adhésion et la continuité dans le projet en dépendent en grande partie.

L'environnement Alumni est **concurrentiel** et largement dominé par les universités, promotrices traditionnelles de ce type de projets et vers lesquelles, par inertie, nos élèves auront tendance à se tourner. Dans cet écosystème, nous serons sans doute considérés comme une *rara avis*, notre origine étant fondamentalement scolaire et, dans une moindre mesure, d'enseignement supérieur (universités).

Cependant, **cette particularité constitue un avantage et une opportunité**. Les Écoles Pies, étant principalement une institution éducative, disposent d'une

⁸ Règles communes (2022) 12 : La présence piariste est l'ensemble des institutions communautaires et apostoliques (et des plateformes relationnelles qui s'établissent dans leur environnement) qui constituent et configurent la réalité piariste concrète dans un lieu, local, démarcationnel ou général.

priorité chronologique par rapport à l'université et à l'enseignement supérieur en général. Autrement dit, avant d'être *les leurs* (des universités), ils sont les *nôtres* : nos élèves actuels de nos lycées et autres écoles. Cette priorité rend possible leur appartenance à l'Alumni piariste dès les années universitaires, avant de terminer et d'accéder à un autre éventuel Alumni lié à l'université où ils ont étudié.

L'intérêt propre d'Alumni dans les Écoles Pies et le *sens d'appartenance*—qui doit être travaillé pendant les années scolaires—sont nos meilleurs ambassadeurs.

Mais il faut développer avec créativité la gamme de ressources que nous pouvons offrir. Parmi elles, deux sont fondamentales :

1. **Apprendre.**
2. **Se connecter.**

Apprendre : tout au long de la vie, en largeur et en profondeur. Un apprentissage qui accompagne toute une vie ; une formation à large bagage culturel et à la pensée critique, finalisée par l'humanisme et orientée à la réforme de la société ; une formation qui s'interroge sur la dimension transcendante et favorise la croissance de la vie spirituelle.

Se connecter :

- » Au stade **universitaire** (enseignement supérieur), avec des informations justes et précieuses, des programmes de bourses, des programmes d'échanges, et les ressources nationales et internationales de l'enseignement supérieur.
- » Au stade **professionnel**, avec le monde du travail, principalement par l'insertion, et aussi par l'entrepreneuriat. Avec une attention particulière à **l'emploi des jeunes**, fragile dans certains contextes et sociétés.

Un emploi bon et digne est la clé d'une vie bonne et digne.

Nous devons offrir et partager des ressources propres, canaliser et orienter vers des ressources existantes, et en consacrer d'autres afin que les Alumni eux-mêmes soient capables d'offrir des ressources au reste des membres du réseau.

.....

9 5, 74, 97, 98 Constitutions Piaristes.

2.3 ENGAGEMENT.

La **Réforme de la Société**⁹, belle expression calasancienne pour parler de transformation et d'amélioration sociales, a toujours fait partie de la génétique du charisme piariste. Ce n'est ni une option ni une priorité : **c'est une manière d'être.**

Les Écoles Pies sont nées pour transformer la société, aux côtés des plus pauvres et à partir d'eux, en étant pionnières de leur éducation pour une vie autonome et digne. Avec une fidélité qui déborde quatre siècles, nous croyons, dans les Écoles Pies, à la **solidarité pour une société plus juste.**

Dans nos écoles, inspirées par **Jésus** et nourries des valeurs et des images de l'Évangile, comme le *Bon Samaritain*, les élèves sont encouragés à s'intéresser au bien-être du prochain et à en assumer la responsabilité.

Les Alumni des Écoles Pies peuvent **offrir leur temps, leur talent, leurs amitiés, leurs contacts, leurs connaissances et leurs biens** en faveur d'une société plus juste. Le retour social fait partie de l'identité de notre Alumni.

Les Écoles Pies disposent **d'institutions et de projets éducatifs, sociaux et pastoraux** qui améliorent la vie—et qui, en retour, donnent de la vie à ceux qui y participent. Notre souhait est que nos Alumni continuent de collaborer avec les Écoles Pies : par le bénévolat, par des formations, au moyen de collaborations, par la philanthropie... Cette forme d'implication peut être précisément celle que certains Alumni recherchent. **Savoir relier** les besoins et le désir de collaborer. Qu'ils partagent la mission et participent activement à sa construction, en soutenant la création et le maintien de projets, d'écoles et d'autres institutions là où ils sont le plus nécessaires, dans leur Démarcation ou dans une autre présence piariste du monde.

Dans les sociétés où l'on constate la rareté ou la précarité de bons éducateurs, promouvoir la **vocation d'éducateur** est à la fois une nécessité et un service.

Parce que, comme disent les classiques, *la répétition aide*, avant de clore ce point, rappelons notre CRC :

1. **Communauté**
2. **Ressources**
 - 2.1. **Apprendre**
 - 2.2. **Se connecter**
3. **Engagement**

**A**

Étudiants

**U**

Enseignement supérieur

**YW**

Jeunes travailleurs

**SW**

Travailleurs seniors

**J**

Retraités

3 ÉTAPES D'ALUMNI ADAPTABILITÉ

Le sens fondamental des étapes est de pouvoir concevoir des activités plus spécifiques et opportunes selon le moment de vie des Alumni.

La singularité d'un Alumni promu à partir des institutions éducatives est qu'il bénéficie de deux étapes dont ne disposent pas les Alumni universitaires classiques : celle des dernières années de la scolarité et celle de l'enseignement supérieur lui-même (université).

Logiquement, ces cinq étapes proposées sont flexibles, perméables et à progression automatique.

- » **A** Élèves : élèves encore dans nos institutions éducatives (avant l'enseignement supérieur et/ou l'université).
- » **U** Études supérieures : élèves dans un établissement d'enseignement supérieur (universités).
- » **YW** Young Worker : jeunes professionnels. Jusqu'à l'après-enseignement supérieur, après la licence, le grade, le master ou le doctorat, selon la terminologie de la législation du pays. Il s'agit d'imaginer des activités et des propositions pour leurs premières années de vie professionnelle.
- » À ce stade, la priorité la plus élevée est de trouver un premier emploi, surtout dans les pays et contextes à fort chômage des jeunes.

» Le mentorat est également essentiel pour se consolider et gagner en expertise dans la profession.

» **SW** Seniors Worker : professionnels à un stade mûr de leur carrière. Ce profil d'Alumni peut disposer de plus de temps, en raison de sa situation professionnelle et familiale.

» **J** Retraité : à l'âge de la retraite. Par leur expérience, leurs contacts et leur gestion du temps, ils sont des candidats idéaux pour offrir du bénévolat au réseau lui-même ou aux activités promues par le réseau Alumni.

Chaque Démarcation doit adapter cette proposition à l'itinéraire éducatif de chaque pays et à la **capacité de gestion**¹⁰ de son Alumni. Déployer ces cycles implique davantage de ressources investies et une plus grande capacité de gestion de la diversification.

Aux premiers stades d'existence d'un Alumni dans une Démarcation, il est conseillé de **simplifier** le projet. Lorsqu'il pourra compter sur davantage d'équipes ou de personnes collaborant au projet, il pourra croître en volume et en complexité.

10 Ressources, personnes, temps qu'une région peut consacrer aux anciens élèves.

4 DÉVELOPPEMENT D'ALUMNI DANS LES DÉMARICATIONS

DÉVELOPPEMENT

Ce manuel s'adresse principalement aux Démarications, véritables promotrices du projet Alumni. Les écoles et institutions où sont les élèves, les futurs Alumni leur appartiennent en effet.

Idéalement, chaque Démarication de l'Ordre devrait créer, structurer et développer Alumni, et convoquer tous les élèves de ses écoles, en coordination avec l'Ordre, en partageant un cadre commun adaptable à chaque lieu et circonstance.

Comme mentionné supra dans l'introduction de ce manuel, il existe **trois niveaux de gestion**.

- » **Celui de l'école singulière, où les élèves étudient.**
- » **Celui de la Démarication.**
- » **Celui de l'Ordre.**

Chaque niveau devrait disposer de son éventail de **compétences**. Par exemple, les conférences, la sensibilisation, l'invitation à participer... doivent nécessairement se faire depuis la présence locale, depuis l'école. En revanche, le réseau à l'intérieur de la Démarication entre toutes les écoles, la maintenance du site web, la réflexion et la proposition d'activités, les courriels de contact... tout cela relève du niveau démaricationnel (provincial).

La dynamique ici consiste à **additionner**. C'est le verbe disruptif entre l'ancien format—les anciens élèves inscrits, au mieux, dans des associations liées à une école particulière—et l'actuel, Alumni, ouvert à toute la Démarication et, en fait, à tout le monde piariste.

4.1 PROPOSITION ORGANISATIONNELLE

On propose ci-après une organisation, un *iter* et un modèle à suivre pour créer le projet Alumni dans une Démarication qui, suivis **pas à pas**, peuvent aboutir à la création réussie d'Alumni.

Il s'agit d'un compendium de lignes directrices et de **bonnes pratiques** (c'est-à-dire la pratique qui, à conditions égales, a le plus grand impact) pour créer et développer Alumni dans les Démarications de l'Ordre.

Chaque Démarication devrait établir sa **propre feuille de route**, selon le type d'institution éducative qu'elle possède, sa capacité à s'organiser en équipes, son budget, son environnement social...

Nous insistons sur l'importance que **l'Alumni soit ajusté à la réalité concrète de la Démarication**.

Il doit y avoir une **réflexion préalable** au sein de l'organe de gouvernement de la Démarication pour convenir et déterminer le type de soutien à accorder au projet.

Alumni est un type d'institution dynamique. **Il faut commencer avec ce que l'on a**, avec les capacités réelles d'exécution d'une Démarication ou d'une école, pour croître avec discernement en écoles, en membres, en anciens élèves de longue date, dans la diversité des projets offerts, dans la collecte de fonds...

Les trois éléments clés de la **soutenabilité intégrale** s'appliquent aussi à Alumni.

- » Leadership (personnes, équipes).
- » Le projet (stratégie et organisation).
- » Soutenabilité financière (budget disponible).



4.2 LEADERSHIP

Chaque Démarcation doit avoir au minimum un **interlocuteur** auprès de l'Ordre. Il serait souhaitable que cet interlocuteur soit en même temps le **responsable** du projet dans la Démarcation, avec les compétences nécessaires attribuées par le Supérieur majeur pour agir, gérer, décider, créer et animer des équipes.

Équipe Alumni dans une Démarcation. Identifier les personnes qui doivent intervenir et les rôles à assumer. Que ce soit le plus synergique possible, que les forces s'additionnent.

- » Dans un premier temps, il doit s'agir nécessairement d'une **Commission provinciale**, une équipe créée par la Démarcation pour créer et développer le projet.
- » Au fur et à mesure que le projet croît et se développe, et que surgissent les premiers membres Alumni (anciens élèves inscrits), ceux-ci pourront participer à ladite commission.
- » Selon la maturité d'Alumni et l'avis de chaque Démarcation, Alumni peut être géré selon ses **propres statuts et équipes**.

4.3 STRUCTURE

Il s'agit d'un moment de réflexion. Penser de **manière adéquate** la structure globale de toute la Démarcation, ainsi que le type de relation qui devrait exister entre les différentes écoles d'une même Démarcation et avec l'Ordre.

Le projet doit être **pensé globalement**, et il peut être élaboré conjointement avec l'Équipe Générale de l'Ordre, en particulier sur des sujets plus délicats comme la gouvernance ou la relation avec des associations d'anciens élèves déjà existantes au regard de ce modèle proposé par l'Ordre.

Le modèle se conçoit de manière globale et s'exécute, logiquement, par étapes et selon les possibilités réelles de développement. Il faut avoir une **image finale** et progresser vers elle graduellement.

- » Rôle de l'école : Qui a la responsabilité d'Alumni dans chaque école ? En dernier ressort, c'est le directeur. Mais, pour des raisons pratiques, il est optimal de nommer un responsable—ou idéalement une petite équipe ou commission—dans chaque école.
- » Rôle de l'équipe Alumni de la Démarcation.
- » Rôle des associations *d'anciens élèves* déjà existantes.
- » Rôle des équipes de gouvernement des Démarcations (Provincial, Congrégation provinciale, Équipes de Présence, etc.).
- » Rôle des équipes de coordination émergeant d'Alumni lui-même.
- » Rôle de l'Équipe Globale Alumni (de l'Ordre).



Les structures organisationnelles et de gouvernance des Alumni universitaires sont très diverses. Chaque forme présente des avantages et des inconvénients. Certaines permettent une très forte participation et souveraineté de leurs membres, conduisant à une émancipation vis-à-vis de l'université. En particulier, la présidence d'Alumni est indépendante du recteur. Dans d'autres cas, Alumni a une personnalité juridique distincte de celle de l'université. Ailleurs, c'est un département de l'université. Dans d'autres modèles, c'est une entité juridique indépendante de l'université dont la présidence est toujours réservée au recteur.

Dans les Écoles Pies, nous recherchons la **participation et l'implication** des membres, pour qu'Alumni soit à leur service afin d'offrir des prestations utiles à leurs étapes de vie, les accompagner tout au long de la vie et promouvoir que les membres eux-mêmes soient acteurs des activités.

Cette invitation à participer et à jouer un rôle actif dans l'Alumni des Écoles Pies doit s'inscrire dans **un cadre clair d'appartenance aux Écoles Pies**. Alumni est Écoles Pies, et doit être Écoles Pies. Pour cette raison, la structure et la forme de gouvernance d'Alumni doivent garantir absolument qu'Alumni demeure au sein des plateformes de ministère piaristes de la Démarcation et de l'Ordre.

Pour cette raison, il convient de **se faire conseiller** avec la plus grande rigueur lors de la rédaction des règles ou statuts, ou lors de la création de personnes morales.

4.4 GOUVERNANCE

La gouvernance d'un réseau international d'Alumni est un pilier fondamental pour garantir son fonctionnement efficace, sa soutenabilité et son alignement avec les objectifs stratégiques des Écoles Pies.

Les statuts doivent définir avec clarté et précision les compétences, responsabilités, droits et capacités de décision des personnes et équipes chargées de la gouvernance d'Alumni.

441 Alumni : Une initiative piariste à l'identité et à la mission claires

Alumni est un projet des Écoles Pies, au sein des Écoles Pies et pour les Écoles Pies. Sa structure et sa gouvernance doivent garantir que, au présent comme à l'avenir, il **conserve son identité piariste et sa raison d'être**, en évitant tout risque de désengagement, de dilution de son charisme ou d'indépendance vis-à-vis de l'Ordre.

Ce principe est capital et exige que les statuts et le modèle de gouvernance soient rédigés avec prudence et vision stratégique. À cette fin, un dialogue étroit avec l'Équipe Générale de l'Ordre et la consultation d'équipes juridiques expertes dans chaque Démarcation sont indispensables, en particulier lorsque des associations civiles sont constituées. Cela garantira que la structure d'Alumni respecte la législation sans compromettre son lien avec les Écoles Pies ni générer de risques futurs.

442 Principes clés de la gouvernance d'Alumni

La gouvernance d'Alumni, tant au niveau démarcationnel qu'international, doit se fonder sur les principes suivants :

1. Principes fondamentaux

- » **Participative** : Implique activement les Alumni dans son développement et ses décisions.
- » **Transparente** : Assure la clarté des processus, des décisions et de la gestion des ressources.
- » **Stratégique** : Orientée vers la soutenabilité et alignée sur la mission piariste.

2. Cadre légal et normatif

- » **Légalité** : Conforme au cadre juridique du pays et aux normes internationales.
- » **Réglementation** : S'ajuste aux statuts d'Alumni et des Écoles Pies.

- » Éthique et déontologie : Guidée par des principes de responsabilité, d'éthique et de prévention des conflits d'intérêts.

3. Inclusion et responsabilité sociale

- » **Diversité et inclusion** : Favorise l'intégration de différentes réalités et sensibilités.
- » Équité de genre : Régie par la législation en vigueur et les bonnes pratiques de chaque Démarcation.
- » **Engagement environnemental** : Respecte et promeut la soutenabilité écologique dans ses activités.

4. Gestion et évaluation

- » **Soutenabilité financière** : Assure la viabilité d'Alumni et contribue au renforcement des Écoles Pies selon des critères éthiques.
- » **Transparence économique** : Rend des comptes avec clarté et responsabilité.
- » Évaluation continue : Analyse son impact et améliore ses pratiques de manière permanente.

4. Organisation en réseau et leadership

- » **Travail en réseau** : Favorise les alliances stratégiques et les collaborations avec d'autres entités.
- » **Leadership piariste** : Développe des équipes engagées et assure la continuité générationnelle dans la gestion.
- » **Adaptabilité et résilience** : Capacité à répondre aux changements et à surmonter les crises avec solidité.

5. Sécurité et protection

- » **Protection des données** : Garantit la sécurité des informations personnelles et administratives.

4.5 RESPONSABLES ET ÉQUIPES

Chaque Démarcation doit réfléchir et décider quelle forme concrète de gouvernance est optimale pour elle. Comme indiqué dans ce manuel, un critère doit être la capacité d'action réelle de la Démarcation, le budget qu'elle peut allouer, l'envergure de ses institutions éducatives et le degré de maturité du projet Alumni...

Voici un exemple de progression dans la gestion d'Alumni :

Le plus élémentaire est d'avoir un **responsable**, nommé par la Congrégation provinciale¹¹, qui fasse l'interface avec l'Équipe Générale de l'Ordre et qui puisse élaborer un plan et constituer une première équipe dans la Démarcation.

Une équipe Alumni, constituée comme **commission** au sein de la Démarcation. Un groupe de personnes qui travaille en équipe, élabore le plan stratégique et commence à mettre en œuvre des actions concrètes propres à Alumni. Il faut prioriser le contact avec les écoles afin que les promotions qui achèvent nos cycles scolaires s'inscrivent et participent à Alumni, avec les ressources et méthodologies disponibles.

Une équipe Alumni avec quelques années d'expérience, dont l'Alumni compte des **membres actifs** pouvant offrir une partie de leur temps au développement du plan de la Démarcation.

À partir de là, on peut constituer des **commissions** pour le développement des activités d'Alumni : pour la formation, pour encourager l'inscription, pour rechercher des partenariats et des fonds afin de soutenir le projet...

À ce stade, où des commissions d'Alumni se créent et où les membres participent déjà de manière plus responsable et active, l'existence et la clarté de règles ou de statuts sont indispensables.

Alumni ne peut ni ne doit croître sans une **coordination** correcte et convenue avec la Démarcation.

Une fois ces règles ou statuts établis, conformément à ceux-ci et à la coordination prévue statutairement avec la Démarcation, Alumni se dote de ses propres commissions et structures de gouvernance.

11 La Congrégation de la Démarcation, qu'elle soit provinciale, vice-provinciale, de la délégation...



ALUMNI

4.6 STATUTS ET RÈGLEMENTS

La naissance d'Alumni doit se faire avec des règles de gestion.

Dans un premier temps, elles doivent être rédigées par la Démarcation, avec l'agrément de la congrégation correspondante.

Nous appelons *statuts* l'ensemble de règles rédigées pour une gestion plus mûre et autonome d'Alumni, permettant une plus grande participation de ses membres.

Nous insistons sur la lecture des points précédents relatifs à la *Structure organisationnelle et à la gouvernance* avant de rédiger tout type de règles ou de statuts, ou de solliciter l'avis de l'Équipe Générale d'Alumni.

Nous proposerons, au cours de cette première année, un modèle de statuts spécifique pour l'Alumni piariste.

4.7 PLAN DE COMMUNICATION

Le plan de communication d'Alumni doit être **collaboratif et dynamique**, enrichi par les contributions de toutes les Démarcations, en s'appuyant sur des expériences réussies et des stratégies générant un bénéfice accru pour les membres.

» **Courriels périodiques :**

- Anniversaires.
- Fêtes marquantes (Noël, Pâques, saint Joseph de Calasanz, etc.).
- Événements spéciaux d'Alumni ou des Écoles Pies (journées portes ouvertes, inscriptions, anniversaires institutionnels, etc.).
- Formations et opportunités de développement.

» **Bulletin d'information : Informations pertinentes d'Alumni et des Écoles Pies.**

- **Personnalisation avec IA :** À l'avenir, il convient de développer des stratégies prudentes intégrant **l'Intelligence artificielle** pour générer des messages personnalisés et pertinents, apportant une réelle valeur aux Alumni.

4.8 COMMUNICATION : CANAUX

Pour que l'Alumni croisse et se consolide, il est essentiel de disposer de canaux de communication efficaces permettant de **maintenir le lien** avec les anciens élèves, de **diffuser des informations** pertinentes et de **renforcer le sentiment d'appartenance**.

Étant donné la diversité des réalités de chaque Démarcation, la stratégie de communication doit être flexible et adaptable, en commençant par des actions simples et en évoluant progressivement selon les possibilités de chaque région.

Les canaux doivent répondre à trois objectifs clés :

- » **Accessibilité** : Faciliter la connexion des Alumni au réseau piariste.
- » **Interaction** : Créer des espaces de communication bidirectionnelle et de participation active.
- » **Croissance** : Élargir la communauté Alumni et renforcer son impact dans la société.

Ci-dessous figurent les principaux canaux de communication recommandés, des plus basiques aux plus avancés, afin que chaque Démarcation mette en œuvre ceux qui conviennent le mieux à ses ressources et à son contexte.

Web :

La stratégie web doit être élaborée en fonction des capacités réelles de chaque Démarcation, en privilégiant une croissance graduelle et durable :

- 1. Premier pas** : Ajouter sur les sites des écoles un **bouton** renvoyant vers une page explicative d'Alumni avec option d'inscription.
- 2. Évolution idéale** : Créer un **site web complet** avec toutes les informations, activités et avantages d'Alumni, afin de favoriser l'inscription et la diffusion.
- 3. Coordination** : Toutes les écoles doivent connaître et promouvoir le site d'Alumni pour faciliter l'accès à l'information et l'inscription.
- 4. Interconnexion et SEO**¹² : Alumni se distingue des associations classiques par son caractère **interscolaire** (démarcatif) et **international** (Écoles Pies globales).

Il est crucial de :

- » Ajouter des liens depuis les sites scolaires vers le site

.....

¹² SEO: Search Engine Optimization (Optimiseur de moteur de recherche)

d'Alumni (tant démarcatif qu'international).

- » Maintenir une nomenclature uniforme pour améliorer la visibilité dans les moteurs de recherche (ex. Alumni Piariste [Démarcation]).

5. Responsable web : Chaque Démarcation devrait désigner un responsable pour la gestion et la mise à jour du site, pouvant aussi se coordonner avec d'autres équipes de communication pour partager les bonnes pratiques.

WhatsApp :

- » Outil gratuit et efficace pour une communication agile.
- » Possibilité de créer des groupes par établissement, par promotions ou par génération.
- » Ne doit pas être l'unique canal, mais un premier pas simple et fonctionnel.

Réseaux sociaux :

- » Priorité : **LinkedIn**, réseau le plus pertinent pour la communauté Alumni.
- » Il est recommandé que chaque Démarcation possède son propre profil, ainsi qu'un profil international.

Mail :

La possibilité d'offrir des adresses électroniques institutionnelles Alumni, comme le font certaines universités, a été étudiée.

Notre recommandation est de ne pas créer de nouvelles adresses institutionnelles (alumni.org, etc.), mais d'utiliser l'adresse habituelle des Alumni afin d'en garantir l'usage effectif, car c'est la leur et celle qu'ils consultent. On réduit ainsi les coûts et on gagne en efficacité.

Matériel institutionnel :

L'image d'Alumni doit être uniforme dans tout l'Ordre, garantissant la cohérence visuelle et renforçant l'identité.

1. Éléments clés : Nom, logo et ligne graphique commune.

2. Développement conjoint : L'Équipe Générale de l'Ordre, après dialogue avec les Démarcations, proposera une identité visuelle consolidée.

3. Matériel promotionnel :

- » Affiches et banderoles pour les écoles.
- » Dépliants d'information.
- » Vidéos explicatives des activités réalisées.
- » Cartes de visite pour les responsables d'Alumni.
- » Adresse électronique spécifique pour Alumni dans chaque Démarcation.



» **Produits dérivés (merchandising) :**

Les produits dérivés renforcent **l'identité** d'Alumni et peuvent devenir une source de **revenus**.

» Dans les universités, c'est un segment significatif, pouvant aller jusqu'à justifier des boutiques dédiées.

» Leur faisabilité dépendra de chaque Démarcation :

- Alternative simple : Production et distribution limitées d'articles de base.
- Alternative avancée : Mise en place d'une boutique en ligne selon l'infrastructure disponible et les coûts de distribution et de livraison des produits.

4.8 SYSTÈME OPÉRATIONNEL (BASE DE DONNÉES)

Au début, **un simple fichier Excel suffit**. Selon l'établissement, une feuille papier peut même convenir, à transférer ensuite dans Excel. L'essentiel est de disposer du **prénom, du nom et d'un moyen de contact fonctionnel**, tel qu'un numéro de téléphone ou une adresse email. Les bases de données pourront ensuite être complétées et améliorées.

Idéalement, toutes les Démarcations pourraient utiliser le **même système opérationnel** afin de faciliter l'agrégation des données et de mieux exploiter l'information et les réseaux susceptibles d'être créés.

Avant de commencer à archiver tout type de données d'élèves et d'anciens élèves, il est nécessaire de solliciter l'avis juridique d'un expert en **protection des données** et de prévoir les documents légaux à faire signer pour pouvoir demander et conserver des données personnelles.

Une bonne pratique consiste à commencer à recueillir ces données **durant la dernière année du secondaire (lycée)**, avant que les élèves n'achèvent leur scolarité et ne quittent nos centres éducatifs.

Une base de données solide permettra aux Alumni de se retrouver selon leurs centres d'intérêt, selon les études, selon les universités, ainsi que selon les villes et pays où ils exercent leur vie professionnelle. Lorsqu'on travaille ou vit à l'étranger, dans un pays différent de celui où l'on a effectué sa scolarité primaire ou secondaire, il est opportun de créer des *Chapters*—des réseaux d'Alumni des Écoles Pies—qu'il y ait ou non une présence piariste dans la ville.

5 FINANCEMENT DURABILITÉ

Si nous voulons que le projet Alumni se développe, il faut prévoir une **ligne budgétaire** pour le créer et le soutenir.

Au départ, **le temps de quelques personnes**—Piaristes, enseignants motivés, voire un ancien élève souhaitant s’engager pour faire grandir le projet—peut suffire. Mais à mesure que la base de données des participants s’étoffe et que l’on souhaite développer davantage d’activités, il faudra prévoir un budget.

Idéalement, à son stade de maturité, Alumni ne devrait engendrer aucun coût pour la structure des Écoles Pies de la Démarcation.

Alumni ne génère pas seulement des **revenus** visibles dans un compte de résultat ; il produit aussi **d’autres vertus** qui influent sur la soutenabilité des écoles, telles que la réputation ou l’inscription dans nos établissements des familles d’Alumni (leurs enfants), comme expliqué au chapitre *Groupes d’intérêt*.

À partir de la commission qui crée et développe Alumni, il convient de mettre en place **une équipe chargée des finances, de façon rigoureuse et transparente, rendant compte périodiquement** et en temps utile à l’organe compétent, selon la structure organisationnelle définie. Au début, il peut s’agir de la même équipe ; idéalement, ce sera une équipe distincte, chargée de réfléchir à la collecte de fonds pour maintenir la structure d’Alumni tout en bonifiant les Écoles Pies.

Dans certaines universités—généralement privées—un pourcentage très élevé des revenus (plus de 50 % dans certains cas) provient des dons des Alumni. Pour atteindre ce stade, il faut une planification soignée et un long parcours.

Pour générer des revenus pour Alumni, nous proposons ci-après quelques possibilités :

5.1 COTISATIONS

Mettre en place une cotisation adaptée à l’étape de vie du membre. Dans la plupart des universités, afin de favoriser l’inscription, la participation est **gratuite** durant les années académiques des Alumni. Cependant, des cotisations peuvent être instaurées, selon les possibilités et le contexte, **aux étapes professionnelles**.

Ces cotisations n’ont pas à se superposer à d’autres contributions déjà versées, par exemple à une fondation ou à une association de l’environnement piariste qui collecte des fonds pour des activités sociales, des bourses éducatives ou de la coopération internationale.

Elles ne doivent pas non plus se confondre avec les campagnes de levée de fonds ; au contraire, elles peuvent en démultiplier l’effet via la plateforme Alumni.

Enfin, une Démarcation peut décider que la cotisation Alumni constitue une contribution directe à une fondation ou à une association des Écoles Pies. Cette décision relève de l’appréciation de chaque Démarcation et de la manière dont elle souhaite gérer Alumni et sa soutenabilité.

5.2 SUBVENTIONS

Dans certains pays, il peut exister des subventions ou un soutien pour ce type d’entité, pour certaines actions ou programmes, ou pour des postes budgétaires précis, comme les déplacements ou les formations. L’équipe doit être capable d’identifier ces subventions et de formuler les projets correspondants.

5.3 DONS

À partir du travail avec les membres d’Alumni, et avec l’appui d’un expert—rémunéré ou bénévole—il est possible d’obtenir des dons. C’est un domaine plus complexe qu’il n’y paraît.

«UNE DÉMARCATIION PEUT DÉCIDER QUE LA COTISATION ALUMNI CONSTITUE UNE CONTRIBUTION DIRECTE À UNE FONDATION OU À UNE ASSOCIATION DES ÉCOLES PIES»

Il faut préparer avec soin le type de dialogue avec les personnes disposées à contribuer, soit pour soutenir Alumni lui-même, soit pour des projets des Écoles Pies.

5.4 ACTIVITÉS, ÉVÉNEMENTS ET VENTES

Toute la variété et la richesse des activités, formations et événements peuvent être proposés, avec une cotisation, afin de couvrir l'événement ou de générer des fonds pour Alumni.

À moyen et long terme, une **solidarité financière** du réseau international Alumni serait souhaitable, afin d'aider à créer des Alumni dans toutes les présences des Écoles Pies.

Comme **mentionné** précédemment, les produits dérivés (merchandising) peuvent constituer une source de revenus, mais exigent une infrastructure logistique minimale, tant pour la commande en ligne que via un service de distribution et de messagerie, ainsi que pour la production propre des articles (crayons, stylos, sweats, écharpes, casquettes, chemises cartonnées, mugs...).

5.4 GESTION D'UN FONDS (ENDOWMENT)

Logiquement, une fois des fonds constitués, les placements et les produits financiers deviennent une autre source de revenus notable pour Alumni et les Écoles Pies.

Cela est signalé dans le manuel, mais ce paragraphe est *réservé* à des Alumni à un stade très mûr et dans des contextes socio-économiques habitués à collaborer et à donner.



6 FAIRE PARTIE D'ALUMNI

INCLUSION

L'inscription est une question capitale, car d'elle dépendent le sens et la soutenabilité du projet. Sans un nombre minimum¹³ d'Alumni, le projet ne pourra pas générer les ressources nécessaires à son fonctionnement et l'appartenance au réseau ne sera pas attractive.

Pour toutes ces raisons, les équipes Alumni doivent accorder une attention particulière à l'inscription et commencer au plus tôt.

Il convient de rappeler que la proximité avec les élèves et le sentiment d'appartenance sont des facteurs déterminants pour motiver une inscription effective.

6.1 RECOMMANDATIONS

Les recommandations suivantes sont regroupées en **quatre axes clés** pour en faciliter la mise en œuvre :

1. Mettre en marche le processus d'inscription.
2. Faciliter et accélérer l'inscription.
3. Gestion et suivi des données.
4. Mesure et évaluation.

1. Mettre en marche le processus d'inscription :

- » **Commencer dès maintenant** : Ne pas attendre un système parfait. On peut commencer avec les élèves actuellement en dernière année et améliorer progressivement.
- » **Protection des données** : Vérifier la conformité au RGPD¹⁴ et aux réglementations locales en matière de données personnelles.
- » **Vérification d'appartenance** : Chaque établissement doit vérifier que la personne a étudié dans l'institution, en particulier pour les promotions anciennes. La dé-

centralisation semble la voie la plus simple, c'est-à-dire que chaque école vérifie dans ses archives l'appartenance à l'institution. Comme le recueil d'informations pour les générations anciennes est plus coûteux, nous recommandons de commencer par les derniers diplômés.

- » **Inscription automatique¹⁵** : Il est recommandé que les élèves de **dernière année** soient inscrits automatiquement à Alumni afin de se familiariser avec la plateforme avant la fin de leurs études.

2. Faciliter et accélérer l'inscription :

- » **Se concentrer sur les nouveaux diplômés** : Ils sont les plus accessibles, restent en lien avec l'école et maîtrisent les réseaux sociaux.
- » **Recommandation et motivation** : L'invitation doit venir de personnes proches de l'élève, telles que tuteurs, directeurs ou référents Alumni.
- » **Délégués de classe et élèves charismatiques** : Identifier et responsabiliser des leaders étudiants pour encourager leurs pairs à rejoindre le réseau.
- » **Formulaire centralisé et accessible** : L'inscription doit se faire sur le site de la Démarcation, avec redirections depuis les pages des écoles.
- » **Agilité du processus** : Formulaires courts et clairs. Au départ, ne demander que les informations essentielles, à compléter ensuite par contact direct.
- » **Anciens élèves des générations précédentes** : L'identification et la mobilisation sont plus complexes. Il n'est pas recommandé de le faire au début, lorsque l'équipe Alumni de la Démarcation se consolide. Comme stratégie, former et responsabiliser des

13 Il est conseillé de déterminer le seuil de rentabilité, c'est-à-dire le nombre d'anciens élèves nécessaires pour que le projet soit viable.

14 GDPR: *General Data Protection Regulation* (Règlement général sur la protection des données)

15 Le nom varie selon les pays. Nous faisons référence au dernier cours proposé par une école en particulier

RECOMMANDATIONS



1 Lancer le processus d'inscription

Commencer dès maintenant
Protection des données
Vérification de l'adhésion
Inscription automatique



2 Faciliter et rationaliser l'inscription

Se concentrer sur les jeunes diplômés
Recommandation et motivation
Représentants de classe et étudiants charismatiques
Formulaire centralisé et accessible
Rationaliser le processus
Anciens élèves des générations précédentes
Leaders et promoteurs



3 Gestion et suivi des données

Évaluation et amélioration continue
Gestion efficace des données
Utilisation du CRM
Réseaux sociaux



4 Mesure et évaluation

Sentiment d'appartenance
Relations avec les familles
Communication et promotion
Qualité et pertinence du programme des anciens élèves

ALUMNI

anciens élèves désireux de collaborer afin qu'ils mènent eux-mêmes le travail minutieux de reconstitution des listes et des membres de leurs promotions.

- » **Protagonistes et promoteurs :** Les principaux bénéficiaires du projet Alumni sont ses membres—nos anciens élèves. Il est juste qu'ils en soient aussi les promoteurs. Il est important de former et d'autonomiser les premières promotions d'Alumni pour qu'elles promeuvent le projet, fassent connaître le réseau et encouragent l'inscription.

3. Gestion et suivi des données

- » **Évaluation et amélioration continues :** Mesurer le taux d'inscription permet d'analyser le sentiment d'appartenance, la relation avec les familles et l'efficacité de la communication.
- » **Gestion efficace des données :** Une base de données bien organisée permet de segmenter et de personnaliser l'information pour les Alumni.

ser l'information pour les Alumni.

- » **Usage d'un CRM :** Bien que l'on puisse commencer avec des outils simples comme Excel, il est recommandé de migrer progressivement vers un système de gestion de la relation (CRM).
- » **Réseaux sociaux :** LinkedIn est la plateforme la plus adaptée pour rechercher et connecter des Alumni.

4. Mesure et Évaluation.

L'évaluation est essentielle pour la croissance et la soutenabilité d'Alumni. Un indicateur clé est le **pourcentage** d'élèves qui s'inscrivent au réseau. Cette métrique simple, analysée avec discernement, fournit des informations précieuses sur divers aspects :

- » **Sentiment d'appartenance :** Un taux d'inscription élevé reflète un fort sentiment d'appartenance à nos institutions éducatives. Il indique que les élèves valo-

risent leur expérience piariste et souhaitent conserver un lien avec leur *alma mater*.

- » **Relation avec les familles :** La participation est souvent influencée par le soutien et le lien des familles avec l'institution. Un taux élevé peut montrer que les familles se sentent elles aussi partie de la communauté piariste et veulent rester liées via Alumni.
- » **Communication et promotion :** Un taux élevé suggère que le projet Alumni a été communiqué efficacement, en mettant en avant ses bénéfices et sa valeur pour les Alumni.
- » **Qualité et pertinence du programme Alumni :** L'inscription reflète directement l'utilité et le sens du programme.

6.2 CRITÈRES D'APPARTENANCE

Dans une université, l'adhésion à l'Alumni est simple : peut être membre quiconque a achevé une formation accréditée dans ladite université.

L'idiosyncrasie d'un Alumni universitaire—généralement avec un siège principal dans une ville unique et des anciens élèves disséminés dans le monde—diffère d'un réseau comme les Écoles Pies, présent sur quatre continents, avec des systèmes et appellations¹⁶ variés, une grande diversité d'offres, des écoles accueillant des élèves de presque 0 à 18-19 ans, d'autres uniquement primaires, d'autres secondaires, baccalauréats inter-congrégationnels, formation professionnelle, formation technique, éducation non formelle...

Par **option institutionnelle**, l'adhésion à Alumni doit être **la plus accessible possible**, en concevant des processus inclusifs qui respectent sa nature (celle d'un Alumni) et son identité (piariste).

Pour faire partie de l'Alumni piariste, on peut considérer les critères suivants :

1. Avoir achevé un cycle de formation dans une institution éducative piariste (primaire, secondaire, baccalauréat, université).

.....

¹⁶ Selon le pays, on parle d'école, de collège, d'institut, de lycée, selon l'âge des élèves, les niveaux d'enseignement, s'il s'agit d'une école publique ou appartenant à une congrégation religieuse...

¹⁷ Capacité réelle de travail des équipes d'anciens élèves des collèges et de la démarcation, des programmes disponibles.

2. Obtention d'un titre officiel (accès à l'université, formation technique, etc.).
3. Si le cycle n'est pas achevé, possibilité d'intégration par accord explicite de l'équipe Alumni de la Démarcation.
4. Avoir suivi des formations professionnelles piaristes.
5. Avoir participé à des cycles de formation spécifiques organisés par les Écoles Pies.
6. Avoir reçu une formation dans le cadre de l'éducation non formelle piariste.

6.3 STATUT SPÉCIAL

Un statut spécial pourrait être envisagé pour ceux qui, sans être à strictement parler d'anciens élèves, entretiennent un fort lien avec la communauté piariste. Parmi eux :

- » Religieux piaristes.
- » Laïcs piaristes engagés.
- » Enseignants et personnels éducatifs piaristes.
- » Personnel administratif et de service.
- » Familles d'élèves et d'anciens élèves.

6.4 MODÈLES D'INSCRIPTION

Les processus d'inscription doivent s'adapter à la réalité¹⁷ de chaque Démarcation, en tenant compte de la capacité des équipes Alumni et des programmes disponibles. L'inscription n'est pas un processus binaire, mais progressif, débutant par un premier contact et enrichissant les informations à mesure que le lien avec la communauté Alumni se renforce.

6.4.1 Informations minimales.

Informations de base indispensables pour l'inscription :

- » Autorisation de traitement des données personnelles.
- » Nom et prénoms.
- » Date de naissance.
- » Genre.
- » Lien avec l'institution piariste (école, université, Démarcation).
- » Année de promotion (génération).

642 Informations de base.

Les informations sont complétées par des données additionnelles permettant un meilleur travail en réseau :

- » Universités fréquentées et études suivies.
- » Centres d'intérêt professionnels (avocats, ingénieurs, médecins, etc.).
- » Informations sur la résidence à l'étranger en vue de la création de Chapters Alumni dans différentes villes.

643 Informations optimales.

Pour un travail plus structuré au sein du réseau Alumni, on peut inclure ces données optionnelles :

- » Éducation : intérêt pour la formation et la promotion d'enseignants piaristes.
- » **Litterae**¹⁸ : disponibilité à participer à des formations et à l'apprentissage continu.
- » **Trastevere**¹⁹ : intérêt pour le bénévolat et les projets sociaux.
- » **Pietas**²⁰ : participation à la pastorale piariste, aux groupes de foi et aux célébrations.
- » **Diaspora** : création de réseaux Alumni dans des villes sans présence piariste.
- » **Culture et sport** : participation à des activités récréatives et artistiques.

644 Inscription active — promotion du leadership :

Les protagonistes d'Alumni sont les Alumni eux-mêmes, et son succès dépend de l'implication active de ses membres.

Il est très important d'identifier précocement ceux qui peuvent contribuer à sa croissance et à sa diffusion, en particulier ceux qui :

- » Ont été des leaders étudiants ou ont participé à des activités extrascolaires.
- » Tiennent un rôle actif lors des événements Alumni.
- » Font preuve d'enthousiasme et d'engagement envers le réseau.
- » Identifier ces promoteurs permettra de renforcer la communauté Alumni piariste et d'amplifier son impact dans la société.

18 Les groupes d'anciens élèves piaristes dans certaines villes.

19 Selon les démarcations, ils peuvent être nommés d'après un nom issu du patrimoine piariste.

20 Celui qui s'inscrit en premier était une activité proposée par Alumni, qui prend facilement le micro lors d'un événement Alumni et se montre enthousiaste à l'égard du projet.



« LES PROCESSUS
D'INSCRIPTION DOIVENT ÊTRE
ADAPTÉS AUX CIRCONSTANCES
DE CHAQUE DÉMARCATIION »

7 GROUPES D'INTÉRÊT

SHAREHOLDERS [ACTIONNAIRES]

Les groupes d'intérêt sont les personnes ou collectifs susceptibles d'entretenir une relation particulière (intérêt) avec un projet ou une institution.

Dans le cas d'Alumni des Écoles Pies, une première liste serait :

1. Élèves.
2. Anciens élèves.
3. Familles (d'élèves ou d'anciens élèves).
4. Écoles.
5. Associations d'anciens élèves.
6. Piaristes.

Sans leur collaboration, il sera plus difficile de construire le projet. Il est donc très important d'identifier les collectifs qui composent le groupe d'intérêt d'Alumni afin de personnaliser l'information pertinente à leur intention. Celle-ci doit être claire, étayée (capable de lever d'éventuels préjugés et résistances) et transmise en temps opportun.

Ces groupes d'intérêt peuvent, à leur tour, contribuer à la diffusion et à la sensibilisation.

7.1 NOS ÉLÈVES (ACTUELS)

Ils constituent le premier groupe d'intérêt—non seulement d'Alumni, mais des Écoles Pies. Chaque établissement doit réfléchir à la meilleure manière de présenter ce qu'est Alumni, au moyen de :

- » Conférences, ateliers ou tables rondes.
- » Invitation d'anciens élèves et de membres d'Alumni.
- » Intervention des référents Alumni de l'école ou de la Démarcation.
- » Visioconférences avec des élèves d'autres écoles piaristes.
- » Visioconférences avec des Alumni à l'étranger.
- » Présentations en tutorat ou en classe.
- » Participation des délégués ou responsables de classe.
- » Événements spéciaux, comme saint Joseph de Calasanz, avec invitation d'anciens élèves.

- » Remise d'un petit signe symbolisant le lien avec les Écoles Pies.
- » Idéalement, cette présentation doit être faite dans les dernières années²¹ de scolarité, seuil de la transition vers Alumni.

Notre avantage par rapport aux Alumni universitaires est que nous pouvons commencer plus tôt et offrir un appui pendant les années universitaires.

- » Maintenir le **lien** avec les Piaristes (l'identité piariste), avec ton école.
- » Fournir des ressources de formation et professionnelles.
- » Offrir la possibilité de continuer à collaborer à des projets.
- » Faciliter le contact avec des camarades pour la formation, le travail, le volontariat et des expériences.
- » Construire un réseau d'appui et de croissance.
- » Demander la mise à jour des coordonnées.

Mener un travail de collecte et d'analyse **des attentes** des anciens élèves : ce qu'ils attendent, ce qu'ils souhaitent... À cette fin, **plusieurs enquêtes** peuvent être réalisées : durant les dernières années à l'école, après la fin de cette étape, etc.

7.2 ANCIENS ÉLÈVES

Pour les anciens élèves qui ne sont pas encore membres d'Alumni, la *perméabilité* de l'école, c'est-à-dire son rôle de point de référence accueillant—par amitié, pour saluer leurs anciens professeurs—est très importante. Dans les premières années après la sortie, cela se produit souvent naturellement. Notre tâche est simplement de le permettre, en favorisant une école ouverte et accessible.

Nous pouvons adopter une attitude proactive en les invitant à des événements comme la célébration de saint

21 Il est également important de veiller au vocabulaire et aux expressions utilisées lors des événements marquant la fin de l'année scolaire. Nous devons insister sur le fait que nous sommes à la fin de l'année scolaire, mais que nous pouvons accueillir de nouveaux membres (Bienvenue à bord !). Vous êtes désormais un ancien élève. Nous ne vous invitons pas, vous en faites déjà partie !

Joseph de Calasanz, en facilitant les retrouvailles avec leurs enseignants et la communauté scolaire.

7.3 FAMILLES

Les familles de nos élèves ne sont pas nécessairement des anciens élèves de nos écoles. À la différence des réseaux Alumni universitaires, généralement plus rigoureux quant à l'appartenance, notre modèle doit être plus flexible en raison de la diversité de nos institutions (baccalauréat, cycles professionnels, etc.).

Ceux qui n'ont pas été anciens élèves ne devraient pas avoir un accès plein au réseau Alumni, mais un espace spécifique pourrait être créé pour les familles des Alumni.

Il est nécessaire de contacter les familles des élèves aux dernières étapes de la scolarité pour leur présenter le projet et les encourager à inscrire leurs enfants. Il est aussi essentiel d'entretenir une relation suivie avec les Associations de familles et de leur fournir des informations pertinentes sur Alumni.

7.4 ÉCOLES

Lors de la présentation d'Alumni aux écoles, il est important **de désamorcer la perception d'une charge supplémentaire**. Il ne s'agit pas d'une charge, mais d'une responsabilité inhérente à la mission piariste d'accompagner les élèves tout au long de leur vie.

Les écoles piaristes, qui depuis Calasanz œuvrent en pietas et litterae, dans une formation intégrale des élèves, ne peuvent qu'accueillir favorablement un projet qui permet d'accompagner ceux qui furent élèves tout au long de leur vie.

Une vertu pédagogique du projet est qu'il permet de mieux mesurer l'impact de l'ensemble du travail éducatif de l'établissement. Comment connaître tout le bien accompli si nous ne gardons pas le contact avec nos anciens élèves ?

De plus, Alumni peut constituer une forme de reconnaissance pour les enseignants, en renforçant leur vocation et leur identité piariste.

Les Alumni, à leur tour, peuvent :

- » Être prescripteurs de nos écoles, en les recommandant à leurs proches et amis.

.....

22 Approuvé par le 48e Chapitre général, en 2022.

- » Participer à des cours, projets, visites, programmes d'orientation professionnelle et activités extrascolaires.

7.5 ASSOCIATIONS D'ANCIENS ÉLÈVES

La différence fondamentale entre les associations d'anciens élèves et Alumni tient à leur **capillarité et à leur dimension internationale**.

Il est essentiel **d'entrer en contact** avec ces associations pour présenter Alumni comme une opportunité d'alliance et de croissance mutuelle, avec un discours clair :

- » **Nous remercions** profondément leur travail et leur histoire.
- » Alumni est le **nouveau modèle** approuvé par les Écoles Pies (CG 48²²). Dorénavant, les activités d'anciens élèves doivent s'aligner sur ce format.
- » Construisons **ensemble un avenir nouveau**.
- » Planifions une éventuelle **transition**, selon différents scénarios :
 - Union des associations à l'Alumni global.
 - Union avec conditions.
 - Alliance, en maintenant les deux structures.

7.6 PIARISTES, RELIGIEUX ET LAÏCS

L'objectif est d'ajouter et de relier Alumni aux offres déjà existantes dans les Écoles Pies, telles que le Mouvement Calasanz, la Fraternité, les fondations, Itaka-Escolapios et la Communauté chrétienne piariste.

Il s'agit de **relier les offres existantes** aux besoins ou demandes qui surgissent dans la vie des membres d'Alumni. Par exemple, pour les Alumni désireux de vivre une expérience de volontariat, il convient de proposer les différents programmes existants dans nos Démarcations. Il s'agit, en priorité, de connecter les besoins émergents avec les propositions offertes par les Écoles Pies, ou pouvant l'être, dans une dynamique de cercle vertueux.

Il est probable que les personnes exerçant un leadership dans Alumni proviennent de ces mouvements ou communautés.

Enfin, la relecture de la mission et des vertus d'Alumni justifie et fonde la nécessité de développer ce projet dans toutes nos écoles et communautés.

Chaque Démarcation doit élaborer et fournir sa propre

8 RESSOURCES, ET ACTIVITÉS : OPPORTUNITÉS

L'intérêt principal de ce catalogue de ressources et d'activités est de montrer des exemples de la grande diversité d'opportunités pouvant être offertes aux Alumni.

Cette liste de ressources et d'activités qu'elle peut effectivement proposer à la communauté Alumni, à partager dans le réseau mondial afin d'inspirer, multiplier, compléter ou améliorer les activités proposées par d'autres Démonstrations.

Nombre de ces ressources **dépendent de l'étape et de la maturité** du projet Alumni, de son budget, des personnes impliquées, du type d'organisation, de l'engagement du volontariat, des alliances tissées...

Logiquement, le type de ressource dépendra aussi du pays et des ressources qui y existent. Par exemple, dans certains pays, il existe peu de ressources en ligne sur les universités et l'accès à celles-ci ; cela peut être un élément stratégique à offrir à nos Alumni.

D'autres ressources naissent de l'appartenance au réseau mondial Alumni et doivent être promues par l'Équipe Générale Alumni.

8.1 APPARTENANCE ET COMMUNAUTÉ

- » **Accès à la Plateforme Alumni** (réseau de contacts, ressources, actualités).
- » **Accès au Réseau Mondial Alumni :**
 - Partage d'expériences et de bonnes pratiques.
 - Création d'alliances.
 - Diffusion d'histoires personnelles inspirantes.
 - Promotion institutionnelle (les réussites des Alumni renforcent la qualité de l'éducation piariste).
- » **Certification d'Appartenance :**
 - Accréditation en tant qu'Alumni piariste (effet de marque et sceau de qualité).
- » **Appartenance :**
 - Célébration de la *Journée Alumni* dans chaque établissement.
 - Retrouvailles de promotions (10, 15, 20, 25 ans...).

8.2 DÉVELOPPEMENT ACADÉMIQUE ET PROFESSIONNEL

- » **Études supérieures :**
 - Avantages à l'inscription dans les universités et les écoles.
 - Accès à des projets de recherche et à des réseaux académiques.
 - Facilitation de connexions interdisciplinaires et cartographie internationale des universités.
 - Programmes de mobilité (Alumni+, Erasmus+).
- » **Tutorats et orientation académique :**
 - Accompagnement pendant le lycée et les études supérieures.
 - Conseils pour le choix des filières et des spécialités.
- » **Formation continue :**
 - Accès à des conférences, congrès et ateliers.
 - Cours et certifications.
 - Programmes internationaux de spécialisation.

8.3 DÉVELOPPEMENT PERSONNEL ET SPIRITUEL

- » **Accès à une information de valeur :**
 - Actualités et nouveautés sur des Alumni remarquables comme source d'inspiration.
 - Sélection stratégique d'informations pertinentes (sans spam ni surcharge).
- » **Accompagnement spirituel :**
 - Accompagnement et direction spirituelle.
 - Retraites et expériences de croissance intérieure.
 - Célébration des sacrements.
 - Lien avec le Mouvement Calasanz.

8.4 PARTICIPATION À LA VIE PIARISTE

» Utilisation des installations scolaires :

- Accès aux bibliothèques, salles d'étude et de conférence.
- Utilisation des terrains de sport, piscines et espaces de loisirs.
- Connectivité (zones Wi-Fi).

» Soutien aux projets scolaires :

- Participation comme moniteurs, entraîneurs sportifs ou éducateurs.
- Collaboration aux retraites et activités d'accompagnement.
- Organisation de semaines pédagogiques et de rencontres de formation.

» Participation à des projets sociaux :

- Bénévolat dans des programmes éducatifs et sociaux.
- Collaboration à des campagnes de fonds (Itaka-Escolapios).

8.5 DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL ET EMPLOYABILITÉ

» Réseau d'opportunités d'emploi :

- Bourse d'emploi et programmes de stages.
- Suivi de carrière et mentorat professionnel.
- Création de partenariats professionnels.
- Promotion de l'esprit d'entreprise.
- Salons de l'emploi et networking.

» Soutien aux entreprises, à l'entrepreneuriat et au leadership :

- Information et accompagnement des entrepreneurs.
- Programmes d'investissement (business angels, incubateurs).

» Programmes ou actions de volontariat :

- Participation aux comités et conseils consultatifs d'Alumni.
- Promotion et gestion d'événements Alumni.
- Création d'un *Chapter* dans les villes du monde à forte présence d'Alumni, ou dans des villes à contexte difficile où l'association est capitale.
- *Welcome Day* dans les villes où il existe des Alumni, pour accueillir les nouveaux arrivants.
- Organisation de programmes de mentorat pour étudiants et jeunes professionnels.
- Création de publications et d'espaces de réflexion (conférences TED²³ Alumni).

8.6 OPPORTUNITÉS INTERNATIONALES

» Mobilité internationale :

- Connexion avec des Alumni dans différentes villes et différents pays.
- Organisation de Welcome Days dans les lieux où il existe une présence Alumni pour accueillir les nouveaux arrivants.

» Création de Chapters Alumni dans des villes stratégiques ou à communautés en croissance.

8.7 SOUTIEN FINANCIER ET DISTINCTIONS

» Parrainage et mécénat :

- Diffusion des campagnes piaristes ou propres à Alumni.
- Création de bourses nationales et internationales.
- Financement de projets éducatifs et de recherche.
- Soutien aux infrastructures institutionnelles.
- Dons en nature.

» Prix Alumni : reconnaissance du parcours et des contributions d'Alumni remarquables.

8.8 AUTRES AVANTAGES ET SERVICES

- » Réseaux thématiques : femmes dans Alumni, familles Alumni, amis d'Alumni.
- » Bibliothèque virtuelle et accès à des ressources numériques.
- » Réductions sur événements, cours et activités culturelles ou sportives.
- » Accès à des activités exclusives pour Alumni.

« LOGIQUEMENT, LE TYPE DE RESSOURCES DÉPEND ÉGALEMENT DU PAYS ET DES RESSOURCES QUI Y SONT DISPONIBLES »

23 TED: Technology, Entertainment, Design (Technologie, divertissement et design)

9 ANNEXES :

CONSTRUCTION COLLECTIVE

9.1 OBJECTIFS DE L'ÉQUIPE GÉNÉRALE :

Nous partageons avec l'ensemble des Écoles Pies les objectifs de l'Équipe Générale Alumni, recueillis dans la *Feuille de route* de la Congrégation Générale pour le sexennat 2022-28.

1. Expliquer et sensibiliser, dans toutes les Démarcations de l'Ordre, à ce qu'est le projet et à ses bénéfices.

- 1.1. Élaboration de tous les documents-cadres, pour disposer d'une vision et d'un glossaire communs.
 - 1.1.1. Réfléchir au propos et au sens d'Alumni dans les Écoles Pies.
- 1.2. Développer les critères d'appartenance à Alumni.
- 1.3. Concevoir la gouvernance d'Alumni, tant dans les Démarcations qu'au niveau global de l'Ordre.
- 1.4. Calendrier de réunions et/ou de visites à chaque Démarcation.

2. Orienter et accompagner la création d'Alumni dans chaque Démarcation : conseiller, recommander, partager les bonnes pratiques.

- 2.1. Création d'Équipes Alumni dans les Démarcations.
 - 2.1.1. Choix d'un interlocuteur.
 - 2.1.2. Gestion des équipes dans les Démarcations et coordination avec les autres équipes de l'Ordre.
 - 2.1.3. Promotion du volontariat dans Alumni.
- 2.2. Relation avec Global Alumni.
- 2.3. Relation avec les associations existantes d'anciens élèves de nos collègues.
- 2.4. Rédaction des statuts.
 - 2.4.1. Lien aux Écoles Pies.
 - 2.4.2. Clarification de la mission, des valeurs et de la vision selon le charisme piariste, comme établi et consensué dans l'Équipe Alumni de l'Ordre.
 - 2.4.3. Organigramme et fonctions.
 - 2.4.4. Critères d'adhésion.
 - 2.4.5. Relation entre les équipes Alumni.
 - 2.4.6. Relation avec les institutions et projets des Démarcations.
- 2.5. Conseils financiers et juridiques.
 - 2.5.1. Élaboration des budgets.
 - 2.5.2. Étude des typologies de revenus.
 - 2.5.2.1. Typologie des cotisations des membres.
 - 2.5.3. Forme juridique la plus appropriée, selon l'ordre juridique du pays ou de la région, et les

critères de l'Ordre.

2.5.4. Solidarité financière du réseau.

2.5.5. Orientations sur les ressources nécessaires : personnes, équipes, espaces, sites web...

2.6. Axes principaux d'Alumni et de ses activités.

2.6.1. Étape scolaire.

2.6.2. Étape universitaire (tranche d'âge).

2.6.3. Étape professionnelle.

3. Créer Alumni Global Scolopi, le réseau (Ordre) de réseaux (Démarcations).

3.1. Création d'un programme pour la gestion de toutes les bases de données.

3.1.1. Attention aux contingences juridiques.

3.1.2. Commencer à court terme par le secondaire (baccalauréats) et/ou les dernières années.

3.1.3. Systématisation pour éviter d'en faire une charge supplémentaire pour les équipes des écoles.

3.2. Communication :

3.2.1. Document-cadre consensué.

3.2.1.1. Sentiment d'appartenance aux Écoles Pies.

3.2.1.2. Développement de la marque Alumni des Écoles Pies.

3.2.2. Canaux : site web, réseaux sociaux.

3.2.3. Plan de merchandising.

4. Maintenir et développer le réseau, pour qu'il soit durable.

9.2 STATUTS

Ceux qui apparaîtront dans les Démarcations, ainsi que le modèle publié.

9.3 MATÉRIEL DE FORMATION

À développer conjointement.

9.4 EXPÉRIENCES

À développer conjointement.