



COMMUNIQUE DE PRESSE  
La Rochelle, le 22 septembre 2020

## Excelia Group signe un plan stratégique 2025 qui fait bouger les lignes et s'accompagne d'une évolution de sa marque

Présenté à la presse ce 22 septembre, le nouveau plan stratégique d'Excelia Group innove. Porté par la volonté d'apporter des réponses congruentes et partagées aux enjeux de l'éducation et de responsabilité, il est le fruit d'une réflexion collective de l'ensemble des parties prenantes du groupe (étudiants, apprenants, diplômés, entreprises, territoires, personnels). **SON AMBITION** : garantir l'accès à la connaissance et à l'excellence pédagogique pour tous, sur tous les territoires, en accompagnant les mutations économiques, environnementales, éthiques, sociales, sociétales, territoriales. Une dynamique pionnière, qui s'appuie sur les solides fondations laissées par le précédent plan de développement, lequel a atteint 100% de ses objectifs.

### Explore your future ! La signature du projet stratégique 2025 d'Excelia Group

Inscrit dans l'esprit pionnier qui caractérise Excelia Group depuis 30 ans, son plan stratégique 2025 est résolument en rupture avec le modèle pédagogique et économique traditionnel des écoles. A l'aune des profondes mutations sociétales que connaissent tous les secteurs et toutes les entreprises, la nouvelle orientation stratégique du groupe se nourrit d'une vision qui fait bouger les lignes, avec :

- **Une refonte des méthodes d'apprentissage orientée open innovation**, pour répondre aux besoins des organisations en collaborateurs créatifs et à forte capacité d'innovation. Un fossé s'est creusé entre l'offre en matière d'éducation et la demande en compétences des organisations qui connaît une évolution rapide.
- **L'élargissement de la mission d'éducation** : l'école ne peut plus être le lieu de la seule diffusion des savoirs, aujourd'hui accessibles en abondance. Elle doit être le lieu où l'on apprend à mobiliser les connaissances, c'est-à-dire à développer sa capacité à les trier, à les comprendre, à les utiliser et à les partager collectivement.
- **L'intégration de l'instabilité dans la pédagogie** : faire de la compétence la pierre angulaire du projet de formation, en encourageant la découverte, l'exploration, le test & learn, pour façonner des comportements réflexifs, aptes à assurer le rebond des organisations.

« *Explore your future* », telle est la signature du plan stratégique 2025 d'Excelia Group, il permettra au groupe, pendant les 5 prochaines années, d'inaugurer un nouveau business model et d'explorer les contours d'une mission d'éducation créatrice de valeur pour les apprenants et les territoires.



*« Notre ambition est de créer un groupe de formation et d'éducation, de recherche et de conseils d'envergure internationale, fortement implanté sur ses territoires, qui participe à la création de valeurs pour l'apprenant comme pour les territoires en réaffirmant notre culture humaniste et notre engagement responsable. Il nous faut répondre aux enjeux sociaux et sociétaux, et s'engager dans la formation et la recherche sur le tourisme, l'environnement et la RSE, la santé, le numérique. »*

**Bruno Neil, Directeur général Excelia Group**

## Des valeurs PHARE pour porter l'orientation stratégique d'Excelia Group

Dans l'esprit pionnier qui caractérise Excelia Group depuis 30 ans (création d'Humacité®, de la première formation en RSE/DD...), la responsabilité, l'ouverture et l'engagement étaient déjà inscrits dans son système de valeurs. Aujourd'hui, celui-ci évolue pour renforcer le sens de la mission d'éducation du groupe et son implication dans la construction de modèles audacieux qui répondent aux enjeux sociétaux. Cinq valeurs PHARE nourrissent ainsi le plan stratégique 2025 :

- Le **partage** pour faire ensemble : privilégier l'intelligence collective pour co-construire et donner du SENS.
- L'**humanisme** pour savoir accueillir l'autre dans sa diversité avec une large place accordée à l'enseignement des humanités visant à nourrir la posture d'humilité de l'apprenant.
- L'**audace** pour développer le sens des initiatives créatrices, « l'âme d'explorateur ».
- La **responsabilité** avec la volonté d'infuser l'éthique, la RSE et la circularité dans l'ensemble des actions incontournables pour répondre aux enjeux climatiques.
- L'**engagement** pour le groupe et l'ensemble de ses parties prenantes, à ne pas transiger avec son identité et ses valeurs, mais aussi à prendre des décisions en conscience des enjeux sociétaux.

## Quatre axes stratégiques pour porter la mission d'Excelia Group

Visant à définir la mission d'Excelia Group au bénéfice des territoires, des hommes et des compétences de demain, ces axes tissent les lignes de force suivantes :

- **Axe 1 : Affirmer plus encore le positionnement RSE et développement durable du groupe** avec l'objectif d'être leader sur les enjeux économiques, environnementaux et climatiques de demain et d'agir au quotidien pour le respect de l'environnement et la réduction de son impact environnemental.

### Les actions

- ✓ **2020 - Lancer Climacité® (environnement) aux côtés d'Humacité® (social) et ouvrir ces missions aux collaborateurs :**  
*Climacité® est un dispositif pédagogique visant à sensibiliser, éduquer et former les étudiants d'Excelia Group aux enjeux de protection de l'environnement et d'adaptation au changement climatique. L'objectif est de les accompagner à devenir des managers responsables en ajoutant à la dimension sociale portée par Humacité® depuis 15 ans, la dimension environnementale pour répondre aux enjeux climatiques actuels. 100% des étudiants auront réalisé une mission Climacité® aux côtés d'Humacité®, d'ici 2025.*
- ✓ **2021 - Créer une gouvernance garante du positionnement RSE et Développement Durable de l'école.**
- ✓ **2022 - Disposer de son empreinte carbone pour chaque étudiant et chaque collaborateur :**  
*chaque étudiant, chaque collaborateur connaîtra son empreinte carbone et disposera des outils de sensibilisation pour la maîtriser.*
- ✓ **2025 - Construire un nouveau campus éco-responsable en phase avec l'objectif 0 carbone du territoire, conçu comme un tiers-lieu pour son territoire et ses parties prenantes et exemplaire au niveau environnemental. Dès 2022, l'école postulera au label campus numérique responsable.**

- **Axe 2 : Déployer des activités à forte valeur ajoutée au bénéfice des territoires** en renforçant plus encore sa dimension d'école des territoires, impliquée dans leurs dynamiques et qui accompagne les entreprises qui y sont implantées, au plus près de leurs besoins, dans les mutations économiques, environnementales et sociétales.

### Les actions

- ✓ **2021 - Renforcer l'internationalisation de nos territoires grâce à notre réseau mondial de diplômés :**  
*constitution d'un réseau d'ambassadeurs du territoire, via les diplômés et les étudiants dans les pays dans lesquels ils sont installés et mise en place d'une rencontre annuelle entre les entreprises du territoire et ces réseaux internationaux.*
- ✓ **2021 - Lancer un laboratoire Think Tank Territoires et RSE, avec des parties prenantes de nos territoires en local.**

- ✓ **2021 - Adopter le BSIS\* comme outil d'évaluation continue** de notre empreinte et performance économique, sociale et sociétale sur les territoires.
- ✓ **2022 - Créer un observatoire régional du tourisme.**

\* Le Business School Impact System est un dispositif qui a été conçu par l'EFMD et la FNEGE pour déterminer l'étendue et la nature de l'impact d'une business school sur son environnement local - la ville ou la région dans laquelle elle est située.

- **Axe 3 : Bâtir un modèle différenciant, diversifié et pérenne** en priorisant un développement responsable et créateur de valeur pour l'ensemble des parties prenantes du groupe (apprenants, partenaires, personnels, entreprises et territoire).

#### Les actions

- ✓ **A partir de 2021 - Innover en créant de nouveaux produits qui explorent de nouveaux secteurs et de nouveaux métiers, participent à la croissance diversifiée du groupe et lui permettent de toucher de nouvelles cibles :**
    - un joint-programme MSc avec l'ISIT à Paris « Relations Internationales, Lobbying, ONG » (2022).
    - de nouvelles formations dans l'immobilier, la communication, la data intelligence, l'informatique décisionnelle, la santé et le bien-être (2021-2022).
  - ✓ **2022 - Développer un nouveau business model au service d'une nouvelle proposition de valeur :**
    - une école gratuite via des tiers-financeurs et des dispositifs école-entreprises uniques (2022).
    - une offre de contenus dégroupée (« unbundling ») se matérialisant par une école par abonnement (2021-2025).
    - une école qui permet des parcours à la carte et efface la frontière entre la formation initiale et la formation continue (2022).
  - ✓ **2022 - Un modèle pédagogique hybride et fluide pour servir ce nouveau business model qui remet en question les approches descendantes et statiques de l'enseignement et dont la clé d'entrée n'est plus tant la connaissance que la compétence :**
    - des modalités pédagogiques multiples (2022).
    - accompagnement des étudiants, basé à la fois sur du coaching individuel et des technologies d'IA, pour la construction des parcours « adaptative » (2022).
  - ✓ **2022 - Mettre l'expérientiel au cœur du modèle** avec la création d'une direction de l'expérientiel (2021), d'un observatoire des compétences Humacité® (2021), d'un hub sur l'entrepreneuriat vert, d'innovation sociale et solidaire (2022), d'une Junior Entreprise Tourisme sous le format d'une agence de voyage durable (2022).
- **Axe 4 : Accélérer l'internationalisation** avec le triple objectif d'essaimer le modèle d'Excelia Group sur de nouveaux territoires et de développer la mobilité pour accroître son agilité et son ouverture à la diversité.

#### Les actions

- ✓ **2021 - Se positionner comme pionnier sur le dispositif d'alternance à l'international**, dont le BBA sera le programme pilote avec 10 à 15 alternants parisiens (sur le campus de notre partenaire l'ISIT).
- ✓ **2021 - Lancer un programme Excelia Group sur chaque continent** (Asie, Afrique, Amérique du Nord), chacun adossé à un partenaire académique international. Trois projets sont en cours de finalisation :
  - un DBA avec plusieurs partenaires universitaires internationaux, dont un partenaire canadien,
  - un Bachelor First Year en Chine,
  - un MSc Tourisme en Chine.
- ✓ **2022 - Modulariser et digitaliser l'ensemble des programmes de la business school** pour la cible internationale.
- ✓ **2025 - Accroître l'internationalisation** avec l'objectif d'atteindre 35% d'étudiants étrangers en s'appuyant sur la création d'un nouveau bureau de représentation par an\*\*, 65% de professeurs internationaux et 6 nouveaux partenaires académiques triplement accrédités par an.

\*\* Excelia Group a organisé son recrutement à l'international via 6 bureaux de représentation (Chine, Inde, Maroc, Sénégal, Côte d'Ivoire et USA).

### Un plan de développement qui s'appuie sur de solides fondations...

Le plan stratégique 2025 d'Excelia Group s'appuie sur des fondations solides puisque 100% des objectifs 2015-2020 ont été atteints :

- Excelia Group a étendu son territoire avec la création d'un campus à Tours et de nouvelles antennes à Niort, Rochefort, Cognac et Paris.
- Héritée d'une démarche pionnière, son empreinte et son avancée dans le domaine de la RSE/DD ne cessent de s'accroître, tant dans les domaines de l'enseignement et de la recherche qu'auprès des entreprises.
- Excelia Group a diversifié son offre de formation, avec aux côtés de son école de tourisme, la création, en 2018, d'une école dédiée au digital. Elle répondait alors au double objectif de former des professionnels des métiers du digital mais aussi d'irriguer de son expertise l'ensemble des programmes d'Excelia Group.
- Enfin, la dimension internationale du groupe a poursuivi sa progression : 25% d'étudiants (72 nationalités représentés) et 51 % de professeurs internationaux, un réseau original de bureaux de représentation à l'étranger et une 6<sup>ème</sup> place mondiale pour la dimension internationale du programme de sa business school dans le classement du Financial Times.

### ... Et des objectifs de croissance ambitieux

Avec notamment, un **chiffre d'affaires doublé** en 5 ans, une croissance de son **effectif étudiant de plus de 50%** dont plus du quart **accueillis en alternance** et **35 % d'étudiants internationaux**, Excelia Group affiche sa confiance dans son modèle d'école des territoires tournée vers l'international.

	2020	2025
CA	35 M€	70 M€
Nombre de collaborateurs	275	330
Nombre de professeurs permanents	95	125
dont internationaux	51%	65%
dont PHD	68%	75%
Articles de recherche	138	240
Nombre d'étudiants formation initiale	3 800	5 800
dont internationaux	988	2 030 (35%)
dont alternants	613	1 525
Nombre d'apprenants formation continue	580	1 600
Campus et antennes	- La Rochelle, Tours - Niort, Rochefort, Cognac	Orléans

### Une évolution de la marque en phase avec les ambitions stratégiques du groupe

À l'occasion de l'annonce de son nouveau plan stratégique et un an et demi après le déploiement de sa marque Excelia, le groupe procède à une nouvelle évolution de celle-ci. Elle a bénéficié d'une appropriation rapide par l'ensemble des parties prenantes du groupe. Les ambitions stratégiques de ce dernier, le déploiement de nouveaux campus et antennes au-delà de La Rochelle, en particulier à Tours, appellent une marque plus cohérente, puissante et lisible.

- Excelia Group devient **Excelia**
- La Rochelle Business School devient **Excelia Business School**
- La Rochelle Tourism & Hospitality School devient **Excelia Tourism & Hospitality School**
- La Rochelle Digital School devient **Excelia Digital School**
- La Rochelle Academy devient **Excelia Academy**
- La Rochelle Executive Education devient **Excelia Executive Education**

**À propos d'Excelia**

*Créé en 1988, Excelia est un des premiers groupes d'enseignement supérieur français. Fortement ancré dans son territoire et d'envergure internationale, il est composé de 5 écoles : Excelia Business School, Excelia Tourism & Hospitality School, Excelia Digital School, Excelia Academy, Excelia Executive Education. Il compte 3800 étudiants et un réseau de 17500 diplômés. Il est titulaire des labels et accréditations : EESPIG, AACSB, EQUIS, AMBA et EFMD Accredited ; TedQual dans le domaine du tourisme.*

**Contacts presse Excelia:**

Cathy Clément

GAIA Communication

Tél. +33 (0)1 30 82 66 65 - +33 (0)6 28 41 17 16

[cathy.clement@gaiacommunication.fr](mailto:cathy.clement@gaiacommunication.fr)