Profession de foi Paco TANCHON

# Preambule

Le présent document constitue ma profession de foi pour la saison 2019. Ma prise de fonction au poste de Président de l’EPSA ayant eu lieu en Avril 2018, il me parait peu approprié de détailler ici les motivations de ma candidature à un tel poste.

Par conséquent, je souhaite aborder les objectifs de la saison 2019 sur lesquels je souhaite concentrer mon mandat. Je tacherais donc d’établir un bilan opérationnel de l’écurie, puis de présenter mes conclusions et les chantiers de ma présidence.

Les moyens de les réaliser seront détaillés dans un document ultérieur, au fur et à mesure que ceux-ci deviennent d’actualité.

# De la situation générale de l’écurie.

L’écurie EPSA vient de mener à terme sa cinquième participation au Formula Student. Celle-ci a été menée de front avec une réorganisation profonde du mode de fonctionnement de l’écurie lié à deux points majeurs :

* La transition pédagogique au modèle intergénérationnel complet
* L’échec, pour la 4ème année consécutive, de mener à bien une épreuve d’endurance dès la première année.
* La nécessité absolue de stabiliser l’hémorragie financière de l’association

De plus, le contexte général de l’écurie sur la scène française a également évolué : L’ISAT est désormais la première écurie française au classement mondial FSAE, et la catégorie thermique de la compétition Formula Student est, selon moi, à la fin de son apogée. De plus, de nouvelles écoles françaises se lancent dans l’aventure du FSAE.

# Vision politique de la saison

Dans ce contexte particulier, l’EPSA va connaitre des bouleversements majeurs et peut disparaitre si des erreurs de gestions répétées sont commises. Par conséquent, mon choix stratégique est d’orienter l’écurie vers une « professionnalisation » vitale à sa pérennité :

* Professionnalisation de la gestion financière
* Professionnalisation de la communication
* Professionnalisation des outils et plateformes

En plus de ces éléments, mon analyse (détaillée par la suite) m’a conduit à prôner le développement d’une stratégie dont l’échelle temporelle est à nettement plus long terme qu’une simple saison. Cette analyse semble par ailleurs concorder avec celle de mon prédécesseur, Antoine MAROS, qui lors de sa profession de foi, insistait sur la nécessité de la stabilité du pilotage de l’écurie. C’est donc sur ces deux notions – Professionnalisme et stabilité – que le Bureau 2019 redoublera d’efforts.

Par ailleurs, j’ajouterais que les éléments que je viens de citer semblent également au cœur des enjeux de nombre d’entreprises industrielles, et que ce cadre est donc particulièrement intéressant d’un point de vue pédagogique, l’une des clefs de l’EPSA.

# Enjeux majeurs de la saison 2018

* Gestion Financière :

Comme souvent, la première préoccupation de l’association est et doit rester l’obtention d’un bilan financier à l’équilibre. Des efforts considérables ont étés fournis par le Bureau 2018 qui est arrivé à atteindre de mon point de vue ses objectifs sur le sujet. Le vide laissé par le retrait de la participation financière directe de Total à l’association continue de se faire sentir, et il est vital de :

* + Diminuer les dépenses inutiles de l’écurie : dans un objectif de rigueur financière, des questions doivent être posé sur la pertinence de dépenses logicielles (telles que EPSAPROD), lorsqu’une alternative crédible gratuite existe.
  + Augmenter le nombre de sponsors dédiés à la vie associative ; Notamment, les dépenses lors des TOPs, des essais, des déplacements, des teamwears, devraient être minimisées par des tarifs allégés, voire des dons.
  + Trouver une source de revenue consistante et stable pour augmenter la marge de manœuvre de l’association, et permettre à l’écurie de se développer.
  + Les solutions consistant à utiliser du budget en provenance d’ISYRUN doivent pouvoir exister pour garantir la survie de l’EPSA, mais ne peuvent ni ne doivent devenir des solutions à long terme.
* Relations avec les Sponsors Industriels :

La saison précédente a prouvé qu’il était complexe pour le seul président de gérer seul les relations avec les sponsors. Malgré ces difficultés, le bureau 2018 a réussi à construire une dynamique d’amélioration des relations avec les sponsors, notamment ALTEN et ALPEN TECH. Ces efforts doivent se poursuivre, et s’intensifier. D’autre part, la politique mise en place, consistant à encourager chaque équipier à démarcher des entreprises pour la réalisation de son système a porté ses fruits : SKF, SOURIAU, RS COMPONENT et PSEP INDUSTRIES sont désormais des sponsors de l’écurie. Cette démarche doit continuer elle aussi, et se généraliser.

De plus, il faut prendre conscience que nos sponsors industriels n’ont que peu d’intérêt – dans l’absolu – pour notre projet. Leur intérêt réside dans ce qui fait le corps de l’écurie : ces membres, élèves ingénieurs de l’école centrale de Lyon. Par conséquent, je pense que l’EPSA doit, vis-à-vis des entreprises, se positionner en tant que prestataire pour renforcer les relations entre ladite entreprise et l’école. C’est pourquoi le Bureau 2019 à rédigé, sous l’œil attentif du bureau 2018, la gamme de prestations sponsors EPSA.

Enfin, je pense que l’écurie doit désormais etre partenaire d’un constructeur automobile français, pour les raisons suivantes :

* + Possibilité d’apport de contenu technique
  + Possibilité de prêt de matériel utile
  + Possibilité de participation financière importante
  + Possibilité d’accroitre l’image de l’EPSA
  + Possibilité de réaliser des stages dont le sujet peut apporter du fond à l’EPSA.

L’ensemble des éléments précédemment cités conduisent le bureau 2019, à se focaliser sur :

* + L’amélioration des relations avec les sponsors actuels
  + Le développement de nouveaux partenariats, en privilégiant les dons de pièces
  + Le développement de nouveaux partenariats, en privilégiant les activités associatives
  + Le démarchage d’un constructeur automobile français
* Image de l’écurie

La communication n’a jamais été le point fort de l’écurie. Si des efforts considérables ont étés réalisés durant la saison 2018 pour renforcer la présence de l’EPSA sur les réseaux sociaux, de nombreux points restent encore à perfectionner :

* + Manque de régularité dans les publications sur les réseaux sociaux
  + Newsletter dont la régularité varie
  + Manque de communication « informelle » à destination des centraliens et particuliers
  + Manque de contenu (photos, vidéos, etc…) de qualité.

Là encore, cette communication doit se professionnaliser, et résulter de l’implication de tout le monde. Par exemple, la gestion des réseaux doit être confiée à une équipe de 2-3 personnes motivées et impliquées, tandis que la réalisation des supports (et du fond) gagnerais à être externalisée, notamment auprès d’associations de l’école.

L’image de l’écurie de se limite pas à la seule communication. En effet, il faut également prendre en compte l’image de l’association vis-à-vis des centraliens, ainsi que vis-à-vis de l’école et de sa direction. Concernant les premiers, je pense que que l’écurie pourrais facilement améliorer son image tout en augmentant son efficacité : en effet, avoir recours aux associations centraliennes (CTN, PAO, SDeC,…) permettrai de créer une collaboration pour le projet à une échelle dépassant les membres seuls de l’EPSA. D’autre part, cela libèrerais du temps aux membres s’occupant actuellement de telles taches.

Enfin, tout cela s’inscrit dans le cadre d’une réflexion plus générale : L’EPSA est une vitrine internationale de la formation proposée à l’Ecole Centrale de Lyon :

* + Elle représente la qualité du travail fourni par ses élèves ingénieurs
  + Elle attire de nombreux candidats en double diplôme
  + Elle est le fer de lance de la pédagogie moderne : Learning-by-doing
  + Elle est le vivier de recrutements de stagiaires de nombreuses entreprises

Par conséquent, il serait logique que le cadre de l’epsa soit réévalué par l’école, notamment en :

* + Aménageant les attendus de PE/PA pour correspondre à la réalité de l’EPSA
  + Renforçant les liens entre les enseignants chercheurs et l’écurie
  + Mettant en avant l’epsa sur les canaux de communication de l’école
  + Envoyant régulièrement un représentant administratif de l’école à la compétition

Ce dernier point est monnaie courante au FSAE, ou les responsables de la communication de l’école accompagnent leurs équipes respectives dans l’espoir de faire de la publicité pour leur programmes d’échanges respectifs, et d’ainsi recruter des élèves ingénieurs très compétents et investis.

Enfin, la réalisation d’un Roll-Out de qualité professionnelle est désormais un élément indispensable pour l’écurie.

* Gestion des plateformes :

Le bureau 2018 a mené à bien le rangement de la plateforme ISYPRO, et la réhabilitation de la plateforme ISYRUN Froide. Le bureau 2019 compte perdurer dans ces efforts, en :

* + Transformant ISYRUN Froid en un espace de travail performant
  + Modernisant et équipant la plateforme ISYPRO