

QUINZE AMBASSADEURS HEC À AUSTIN

Publié le 24 mars 2023



par Christian Du Brulle

Ces derniers jours à Austin, la capitale du Texas, une quinzaine d'étudiants en Master de [HEC Liège](#) (l'École de gestion de l'Université de Liège) arpentaient les allées et les salles de conférences du [festival South by South West](#) (SxSW). Des accros de spectacles, de concerts et de cinéma ? Sans doute. « Mais ils et elles participent surtout à un atelier que nous organisons dans le cadre des [programmes Explort de l'AWEX](#), l'Agence Wallonne à l'exportation et aux investissements étrangers », explique Anne-Christine Cadiat, professeure de marketing à HEC (ULiège).

Pour ces étudiants, cette expérience est une opportunité d'effectuer une plongée dans la réalité du commerce international. « Lors de ce grand rendez-vous des industries culturelles et créatives qu'est SxSW, nos étudiants sont là pour apprendre et pour développer leurs compétences professionnelles », précise Pre Cadiat.

Au service de huit partenaires wallons

« Dans un premier temps, ils ont dû identifier et contacter l'une ou l'autre entreprise wallonne en lien avec les industries culturelles ou créatives (ICC), au sens large du terme, intéressées par le marché américain. Nous avons ainsi des entreprises actives dans le transport, la logistique, la technologie, le design ou encore la mode et même les spiritueux. Pour cette mission, huit partenaires wallons comptent sur nos étudiants: [Safran Aeroboosters](#), [Easycargo](#), [NRB](#), [Learnence](#), [Wallonie-Bruxelles Mode Design](#), [Liegin](#), [Belgian Owl](#) et le labo d'AI et de réalité virtuelle de HEC appliquées au business.»

« L'idée est d'explorer le marché et d'identifier des opportunités potentielles pour chacun de ces partenaires, de mieux connaître les réglementations, d'apprendre comment aborder le marché, de cerner la concurrence... Mais chacun a aussi des objectifs plus particuliers. Safran, par exemple, connaît déjà bien le marché américain. L'entreprise recherche cependant un fournisseur pour une pièce spécifique. Les étudiants sont donc ici chargés d'un exercice de veille dans le domaine qui intéresse cette société.»

Les étudiants travaillent par groupes de deux ou trois sur deux entreprises. Sarah et Justine, par exemple, œuvrent pour le labo de réalité virtuelle et augmentée de HEC. « Nous assistons aux conférences sur le métaverse. Nous rencontrons aussi des entreprises actives dans le domaine. Notre rapport sera riche », assurent-elles.

Du « win-win-win-win »

« Cette démarche pédagogique centrée sur le « problem based learning » ancre les étudiants dans le réel », reprend Anne-Christine Cadiat. « Les entreprises partenaires attendent d'eux un rapport. Mais elles ne sont pas les seules bénéficiaires de cette mission. Tout le monde en retire une plus-value. Cette mission est aussi intéressante pour l'Awex qui bénéficiera de notre retour d'expérience, pour les étudiants eux-mêmes, mais aussi pour HEC Liège qui peut ainsi créer un environnement pédagogique de qualité en confrontant ses étudiants à des cas réels, sur le terrain. »

« Nous remarquons aussi que les étudiants qui se lancent dans ce genre d'expériences progressent plus vite que les autres. Certains, en deuxième année de Master, présentent même déjà une expérience professionnelle », précise la professeure de marketing.

« Speed dating » international

Un autre bénéfice de ce genre de séjour porte sur la mise en place des réseaux personnels de ces étudiants. Des réseaux de relations qui leur seront vraisemblablement très utiles tout au long de leur carrière.

« On a eu un bel exemple lors de la soirée de « speed dating » organisée par l'[Awex](#) à destination des entreprises wallonnes qui participaient également à la SxSW et à la mission technologique préalable », reprend Pre Cadiat. « Aux côtés des entreprises wallonnes et de leurs éventuels partenaires québécois et américains, ils ont pu découvrir les attentes et les besoins des uns et des autres. Ce genre d'expérience décuple les possibilités de rencontres, de contacts ».

À propos de ce « speed dating », on soulignera que cette année, la délégation wallonne emmenée à SxSW par l'Awex et par le service Recherche et Innovation de [Wallonie-Bruxelles International](#) (plusieurs universités et hautes écoles étaient du voyage) remplaçait avantageusement le traditionnel stand wallon dans les salles d'exposition de SxSW. L'attrait du volet « expo » apparaissant cette année en nette perte de vitesse, à entendre les entreprises et les représentants wallons sur place.

Apprentissage du réseautage

Reste une question de fond: pourquoi une professeure de marketing de HEC Liège orchestre-t-elle, depuis 2017, ce genre de mission pour ses étudiants ? « La réponse est limpide », assure Anne-Christine Cadiat. « Quand j'étais moi-même étudiante, j'ai pu bénéficier d'une expérience de ce genre organisée à l'époque par l'Office belge du Commerce extérieur. Cela a été un événement marquant dans ma formation. D'où ma volonté d'en faire profiter mes propres étudiants.»

« D'un point de vue pédagogique, c'est extrêmement intéressant. C'est aussi long et difficile à organiser. Mais pour quels résultats! Cela apprend aux étudiants à casser les routines. Cela les fait entrer dans d'autres manières d'apprendre. Ils apprennent à réseauter entre eux, ce qui n'est pas évident à l'école, vu qu'ils sont encore plusieurs centaines en master. Mais aussi avec les entreprises wallonnes, avec des contacts internationaux et des structures comme l'Awex. »

Une expérience qui a bien entendu aussi un coût. Ici, tous les partenaires mettent la main au portefeuille. « L'Awex alloue un subside par étudiant, les entreprises participent aussi financièrement, tout comme HEC, ainsi que les étudiants eux-mêmes. Ces derniers investissent 400 euros dans cette expérience », précise Anne-Christine Cadiat. « Mais cette quote-part ne doit pas être un frein à leur participation. Nous sommes à leur écoute pour faciliter les choses, le cas échéant », conclut-elle.