

**7° Rencontre Europe - Amérique latine
sur la coopération
et la formation technologique et professionnelle**
CARTAGENA DE INDIAS, COLOMBIA 2-6 novembre 2010

**Un cas d'étude réelle de marché à
l'international : exemple de coopération
entre Universités Européennes.**

PLAN DE L'INTERVENTION

Le contexte de coopération internationale.

I. L'apprentissage par la pratique dans un environnement d'études internationales authentiques

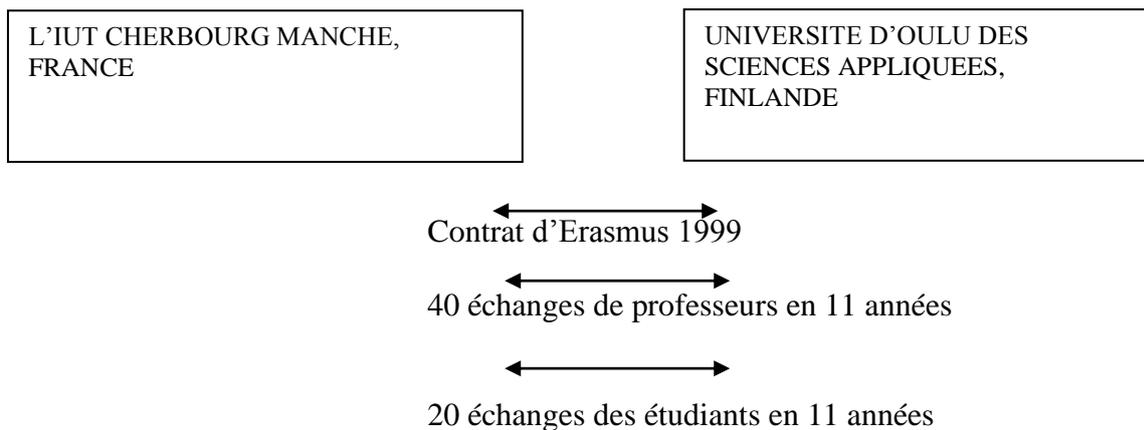
II. Leçons tirées : la définition d'un process de réalisation d'une étude de marché à l'international.

I. La coopération internationale

1. Le fond de la coopération Erasmus entre l'IUT Cherbourg Manche et Université d'Oulu des Sciences Appliquées, Ecole de Business d'Oulu en Finlande



L'IUT Cherbourg Manche et Université d'Oulu des Sciences Appliquées, Ecole de Business et de la gestion des technologies de l'information d'Oulu en Finlande sont les partenaires d'Erasmus depuis 1999. L'échange a été très apprécié par les deux partenaires et surtout les échanges de professeurs ont été nombreux.



Le fait que le volume d'échange des étudiants est plus faible s'explique par les problèmes linguistiques (en Finlande on apprend plus souvent l'anglais, le suédois, l'allemand et l'espagnol, moins le français).

Un échange Erasmus permet aux professeurs de perfectionner leur savoir faire professionnel de plusieurs manières : on apprend de nouvelles façons d'aborder la formation, différents moyens de maîtriser l'organisation des projets étudiants, de nouvelles idées pédagogiques etc. La finalité étant de faire bénéficier aux étudiants de l'université d'origine de tous ces apports professionnels.

Au minimum les professeurs transmettent les nouvelles idées, points de vues plus larges et parlent de leurs observations à leurs étudiants séjournant dans leur pays d'origine. Tout cela correspondant à une initiation à une véritable **internationalisation à domicile**. L'internationalisation à domicile signifie qu'un individu ne doit pas partir dans un autre pays afin de s'internationaliser. Largement interprété le terme veut dire toute activité internationale et pas uniquement la mobilité. En investissant en internationalisation à domicile une plus grande partie des étudiants peuvent en profiter. (Mestenhauser 2003 ; Wächter 2000)

Des idées...

Les échanges d'Erasmus constituent une base pour une coopération internationale à l'Europe. En effet des milliers d'étudiants profitent chaque année d'une possibilité de vivre à l'étranger, d'apprendre de nouveaux points de vue, de découvrir et apprécier les autres cultures et se créer des réseaux internationaux. Mais les étudiants qui restent à leur domicile sont tout de même plus nombreux et l'internationalisation de ses étudiants reste un défi réel à résoudre.

Actuellement les institutions de formation font face à de plus grandes exigences visant à l'insertion professionnelle des étudiants. L'internationalisation des entreprises demande de plus en plus des compétences multiculturelles et des aptitudes interculturelles. Comme conséquence, il faut développer les nouveaux environnements d'études qui permettent une plus grande flexibilité face aux nombreux besoins d'entreprises. Ces besoins ne se limitent pas aux frontières du pays concerné mais le sont de plus en plus dans un cadre international. C'est de ces multiples exigences que l'idée de créer un environnement international servant à la fois aux étudiants comme un champ d'entraînement et aux entreprises est venu.

...A la pratique

Pendant 10 années professeur de marketing finlandaise, Outi Sutinen, a visité régulièrement l'IUT Cherbourg Manche et donné les conférences en marketing et gestion. Lors de sa dernière visite à Cherbourg celle-ci a discuté avec M. Harold Lefevre, enseignant de marketing, agrégé en sciences sociales, qui a donné différentes idées plus concrètes de coopération possible.

M. Lefevre étant à la fois très expérimenté dans la pédagogie de groupe au service de l'entreprise et participant déjà depuis de nombreuses années aux échanges d'Erasmus avec l'Espagne était très ouvert pour une nouvelle coopération internationale.

Peu de temps après notre discussion, nous avons lancé pour la première fois un projet international : une étude de prospection en France, réalisé par une groupe d'étudiants de la Licence Professionnelle Assistant Export Trilingue (IUT Cherbourg Manche) pour une entreprise Finlandaise Hätälä. Le projet des étudiants français consistait à déterminer si pour l'entreprise Finlandaise, Hätälä Oy, le marché Français était un marché potentiel à la commercialisation du Corégone fumé. Comme preuve du succès de ce projet pilote, le chef de la direction Hätälä vit cette expérience comme une démonstration de ce que les étudiants étrangers étaient capables de faire.

2. Projet réel international d'étude de marché

Comme but de créer un environnement de véritable étude internationale un projet pilote dont les parties venaient de deux pays, la France et la Finlande, a été lancé. Les professeurs de ces deux pays – Harold Lefevre (IUT Cherbourg, France) et Outi Sutinen (Université des Sciences Appliquées d'Oulu, Finlande) – se sont mis d'accord pour commencer la coopération par une étude de marché en France pour une entreprise Finlandaise, Hätälä. Cette entreprise vendant comme produits, des poissons, avait signalé au professeur Sutinen son désir de faire une étude de marché pour ses produits en France. L'industrie des produits de la mer étant très développée en Normandie (Cherbourg) le cas de Hätälä semblait très judicieux pour une première tentative.

Une fois le cas décidé il fallait trouver un programme d'études adapté et voir s'il y avait des étudiants intéressés par le cas de Hätälä. Le programme de Licence professionnelle Assistant Commercial Export Trilingue semblait très adapté puisque dans celui-ci les étudiants doivent apprendre à réaliser des études de marché.

En outre cette licence professionnelle met l'accent sur la maîtrise de langues étrangères, le cas Hätälä était l'occasion d'une utilisation active de l'anglais pour communiquer entre toutes les parties

. Le fait de travailler sur une étude de marché en France pour une entreprise étrangère allait donc servir comme un champ entraînement international authentique pour ses étudiants.

Organisation de projet – les participants

<p>IUT CHERBOURG MANCHE/ UNIVERSITE DE CAEN Basse-Normandie, France</p>   <p>Enseignant de marketing Harold LEFEVRE tuteur principal de projet</p>	<p>OULU UNIVERSITE DES SCIENCES APPLIQUEES, ECOLE DE BUSINESS ET DE LA GESTION DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION, Finlande</p>  <p>Professeur de marketing Outi SUTINEN tuteur secondaire de projet</p>
<p>UNE GROUPE DE 4 ETUDIANTS DE LICENCE ASSISTANTE EXPORT TRILINGUE</p>	<p>L'ENTREPRISE HÄTÄLÄ, Finlande</p>  <p><i>kalasta puhtaasti parasta</i></p>

3. Le process du projet d'étude à l'international

Le process de notre projet pilote peut être divisé globalement en quatre parties : le pré-process, la planification, l'exécution et l'évaluation.

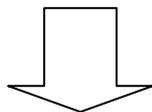
Le pré-process de notre cas pilote a commencé par une idée de piloter une plus profonde coopération entre les partenaires d'Erasmus (phase 1 : orientation/volonté).

Plus tard quand le vrai besoin d'une entreprise Finlandaise de faire une étude de marché en France s'est actualisé (phase 2 : proposition/besoin) la planification a commencé réellement. Après avoir eu la demande de l'entreprise nous, les professeurs Lefevre et Sutinen, avons discuté (a) si oui ou non c'était un projet approprié = acceptable pour les étudiants (phase 3 a: première évaluation de projet), (b) quels seraient les principes de notre coopération, s'ils étaient acceptables à l'IUT Cherbourg Manche et leur façon de travailler (par exemple la question des frais, possibilités de fournir des échantillons etc...(phase 3 b : filtration de projet), (c) quelles seraient les différentes possibilités de réaliser cette étude de marché par les étudiants de l'IUT Cherbourg Manche/Université de Caen, Basse-Normandie ? (phase 4 : positionnement) et si on pourrait trouver les étudiants intéressés par le projet proposé (phase 5 : confirmation).

Le pré-process et la planification du projet

PRE-PROCES

- **orientation** de coopération internationale
- volonté /esprit de coopération personnel (minimum 2 professeurs de différentes nationalités) **Phase 1**
- un besoin/**proposition** **Phase 2**



PLANIFICATION

- **première évaluation** de projet = conforme aux étudiants (Phase 3a)
- **filtration de projet** = conforme aux normes de l'Institut (Phase 3b)
- **Positionnement de projet** = programme/cours (Phase 4)
- **Confirmation de projet** = étudiants trouvés (Phase 5)

Après avoir fini la phase de planification l'exécution de projet à commencé.

Après accord entre les deux enseignants et le dirigeant de Hatalaa sur les objectifs à atteindre, un groupe de 4 étudiants de la Licence Professionnelle Assistant Export a été mobilisé sur le projet.

Ce projet entre à part entière dans le cursus scolaire des étudiants, puisqu'il correspond à un module de 150h de travail. Le groupe dispose de divers moyens matériels pour la bonne réalisation du projet : ordinateur, accès internet, photocopieuse, téléphone... En outre l'encadrement du projet est assuré habituellement par deux enseignants aux compétences complémentaires :

- Un enseignant de marketing validant toute la méthodologie de l'étude (cahier des charges, questionnaires, guides d'entretien, traitement statistique des données...)
- Un enseignant de langue (dans notre cas, d'anglais) assurant la bonne communication écrite et orale entre le commanditaire (Hatalaa) et le groupe d'étudiants (vérification des courriers, des comptes rendus...)

Par ailleurs, et en parallèle du travail des étudiants, les deux enseignants coresponsables du projet (Outi et Harold) ont assuré la coordination de l'étude par des entretiens téléphoniques hebdomadaires.

II. L'apprentissage par la pratique dans un environnement d'études international authentique

Ce projet a été l'occasion pour les étudiants de mettre en pratique les connaissances, les savoir-faire, les savoir-être transmis dans les différentes disciplines et ce autour d'un thème structurant.

A titre d'exemples :

- La rédaction de guide d'entretien, de comptes rendus en anglais a permis de valider l'apprentissage d'une langue étrangère ;

- Le test de produit auprès des restaurateurs a été l'occasion de se confronter aux difficultés concrètes de relevé d'informations opérationnelles ;
- L'étude documentaire sur le marché des salmonidés en France a été faite très efficacement en relation avec le produit étudié ;
- Les nombreux entretiens réalisés avec des experts de la filière des produits de la mer (mareyeurs, chefs de rayons d'hypermarchés, restaurateur...) ont été l'occasion de mettre en pratique les techniques d'interview et de connaître les acteurs de cette filière ;
- Le travail de groupe a permis aux étudiants de mesurer réellement l'efficacité et parfois l'inefficacité de telle ou telle procédure ainsi que l'importance de la circulation d'informations au sein d'un petit groupe restreint ;
- La rédaction d'un rapport synthétique (en français et en anglais) a permis de sensibiliser les étudiants à l'importance de documents professionnels synthétiques et opérationnels.

Par ailleurs, le travail réalisé sur un cas réel d'entreprise et non sur un cas théorique a été très motivant pour les étudiants, qui se sont sentis acteurs des possibles décisions de stratégie marketing de l'entreprise.

« Travailler pour une entreprise réelle ne demande pas uniquement de nombreuses connaissances, c'est aussi une expérience en termes d'organisation du travail et de gestion du stress » Sourcha TUBEUF (entretien du 27 septembre 2010)

III. Leçons tirées – La définition d'un process de réalisation d'une étude à l'international

Ce projet et les difficultés rencontrées nous ont permis de formaliser une méthodologie de travail qui donnera lieu à de futures autres collaborations et qui pourrait inspirer d'autres partenaires présents dans les REAL.

Phase 1 : la recherche d'une entreprise et d'un projet appliqué

Dans l'école de business et management de l'information de l'Université des sciences appliquées d'Oulu, nous avons graduellement développé les relations avec les entreprises. Les représentants des entreprises locales ont régulièrement visité les locaux dans le cadre de formations professionnelles et sont intervenus sur des thèmes convenus avec l'équipe enseignante. Par ailleurs, la relation Université/entreprises s'effectue par l'intermédiaire de stages, mémoires de fin d'études et projets d'entreprise.

Les universités de sciences appliquées jouent en Finlande (comme les IUT en France), un rôle actif dans la vie économique de leurs régions d'implantation. Récemment, l'accent a été mis sur la nécessité de changement des méthodes de formation afin de rendre les étudiants plus opérationnels pour faciliter leur insertion professionnelle. Les cas réels provenant des entreprises ont ainsi été privilégiés au détriment des cas théoriques habituels.

Ces cas réels nécessite un réseau personnel de contacts dont provient l'entreprise finlandaise Hatalaa.

Après échanges avec le PDG de Hatalaa, s'est dégagé un intérêt de prospecter le marché français et allemand. Nous pensions dans un premier temps proposer ce projet aux étudiants finlandais de l'Université de Oulu mais nous avons ensuite pensé à le proposer à nos partenaires Erasmus, français et allemands.

Pour ce qui est de la France , la proposition faite à Mr LEFEVRE, enseignant de marketing et tuteurs de nombreux projets réels d'entreprise réalisés en France, a été reçue avec enthousiasme. Pour ce qui est de l'Allemagne aucune démarche n'a encore été faite à ce jour.

Le premier travail de collaboration a été fait entre les deux enseignants (finlandais et français) pour définir les modalités concrètes de celle-ci ainsi que le contenu pédagogique du projet.

Phase2 : la définition des objectifs entre les 4 partenaires

La présence de quatre partenaires (dans notre cas : le groupe d'étudiants, les tuteurs français, le tuteur finlandais, le chef d'entreprise finlandais) nécessite une clarification des objectifs et un accord de tous sur ceux-ci.

L'objectif numéro1 étant la formation des étudiants, les objectifs du projet pédagogique devront répondre à ceux de la formation suivie par ces étudiants. Dans notre cas il s'agissait de la formation à la Licence

Professionnelle Assistant Export trilingue. Dans ce cadre, les étudiants doivent acquérir des compétences en marketing appliqué à l'international, et le projet est pour eux une réelle opportunité de mise en pratique de savoir-faire (rédaction de documents en langue étrangère, recherche d'informations sur le marché national et sur des marchés étrangers...). Savoir-faire qui sera un atout pour leur future insertion professionnelle.

Phase3 : la rédaction du cahier des charges de l'étude

La formalisation de la collaboration entre les parties se traduira par la rédaction d'un cahier des charges rigoureux précisant :

- La problématique de l'étude (lancement de produit, pénétration d'un marché étranger, implantation d'une filiale...)
- Les objectifs de cette étude (quantification du marché potentiel, analyse de la concurrence...)
- La méthodologie pour atteindre ces objectifs (enquête par courrier, mail ; études documentaires ; test de produit...)
- Les modalités de l'étude : le calendrier et les coûts

Ce document élaboré par les étudiants, puis corrigé et validé par les trois autres parties, sera le document de référence tout au long du projet. Il donnera lieu après accord des différentes parties, à la signature d'une convention entre les 3 partenaires institutionnels : les deux universités et l'entreprise.

- Phase 4 : le déroulement du projet et son encadrement sur place et à distance.

La complexité du process d'étude nécessite un suivi régulier et coordonné.

Chaque étape de celle-ci devra être validée par les tuteurs (français et étranger) avant d'être validée par le chef d'entreprise. Les tuteurs devront être particulièrement vigilants à la traduction correcte du vocabulaire technique utilisé dans le cadre de l'étude.

Cet encadrement devra s'effectuer à la fois par mail mais aussi par visio conférence, de sorte que les étudiants puissent communiquer dans une langue étrangère.

Chaque étape donnera lieu à un compte rendu écrit (dans les deux langues) indiquant le contenu du travail réalisé.

Phase5 : la restitution des résultats

Cette restitution se traduira à la fois par la rédaction d'un rapport écrit et par une présentation orale des résultats.

☛ Le rapport écrit d'étude, structuré, sera basé sur le cahier des charges initialement validé. Ce document aura une vocation d'opérationnalité pour le chef d'entreprise et devra donc répondre aux objectifs de l'étude, présenter les informations recueillies ainsi que leur analyse. Pour finir ce rapport donnera lieu à des recommandations liées à ces informations. Ce rapport devra être rédigé dans les deux langues utilisées dans le cadre du projet.

☛ La présentation orale s'effectuera sous la forme d'une visio-conférence en présence de toutes les parties. Les étudiants disposeront de 15 minutes pour une présentation synthétique des résultats de l'étude puis répondront aux différentes questions des personnes ayant suivi le projet. Cette soutenance sera faite en utilisant les deux langues pratiquées dans le cadre du projet.

Phase6 : L'évaluation du projet

Celle-ci s'effectuera après la lecture du rapport écrit et de la soutenance orale des étudiants. Elle sera faite en utilisant une grille d'évaluation formalisée mettant notamment en avant les critères suivants :

- Opérationnalité des informations recueillies
- Diversité et qualité de ces informations
- Qualité de la communication entre les partenaires...

En conclusion de cette présentation, nous espérons que ce cas donnera lieu à d'autres collaborations entre universités présentes lors de ces 7^o REAL.