

INAUGURATION CAMPUS SUPINFOCOMGROUP

PUNE, 2 ET 3 DECEMBRE 2011



REVUE DE PRESSE

«Un campus en Inde : une superbe opportunité pour Supinfocom »

Le groupe d'écoles de Valenciennes devrait bénéficier à plein de l'ouverture d'un campus à Pune, en Inde, estime Francis Aldebert. Qui annonce le lancement prochain d'un autre projet d'envergure consacré à la création numérique, dans le Nord de la France cette fois.

Pour le groupe Supinfocom, quel est l'intérêt de s'implanter en Inde ?

Avec le campus de Pune, nous allons pouvoir développer nos activités de création numérique sur deux sites dans deux pays, de façon coordonnée : la conception à Valenciennes, et la production à Pune. Cette nouvelle implantation renforce considérablement notre visibilité internationale. Elle renforce sensiblement notre masse critique. Elle donne une remarquable ouverture à notre école. Ce campus représente donc pour le groupe Supinfocom une superbe opportunité, en termes économiques et culturels. Nous sommes très fiers de cette réalisation.

Ne craignez-vous pas favoriser l'émergence d'un concurrent, et de favoriser l'exode des emplois en Inde ?

De toute façon, le marché de l'emploi dans la création numérique est déjà global. Les diplômés voyagent et travaillent dans le monde entier, en fonction des opportunités. Mieux vaut s'adapter à ce contexte. En outre, nous prévoyons de garder dans l'Hexagone l'essentiel de la conception, et de confier la production à Pune. Mais il est clair que nous devons conserver une longueur d'avance, notamment en misant sur la recherche. Ce partenariat constituera aussi un aiguillon pour toutes nos équipes.

Comment le groupe Supinfocom a-t-il été choisi, et pourquoi ?

C'est un cabinet-conseil anglo-indien qui a été chargé de trouver, dans le monde entier, le meilleur partenaire possible pour le groupe DSK. Nous avons été choisis avant tout parce que nos formations sont de type professionnel, et non académique. Nos étudiants travaillent sur des projets réels, fournis par les entreprises. L'enseignement est délivré au fur et à mesure de l'avancement des projets. Tous les intervenants sont des professionnels. Le projet de fin d'année, individuel ou collectif, constitue une carte de visite pour se présenter aux entreprises et aux recruteurs.

La seconde raison qui explique que nous ayons été choisis, c'est que nos trois écoles bénéficient d'une excellente réputation, acquise notamment grâce aux nombreuses récompenses internationales qu'obtiennent chaque année nos étudiants. En France et dans le monde, il existe de nombreux concours de projets d'étudiants dans le domaine de la création numérique. Depuis vingt ans, nos étudiants brillent dans ces compétitions, et y obtiennent les récompenses les plus prestigieuses. Un classement « naturel » s'établit ainsi. Et nos écoles figurent sans conteste dans les trois ou quatre meilleures au monde. A Pune, la même logique est déjà à l'oeuvre : certains de nos étudiants ont déjà été primés.

Avez-vous également des projets de développement en France ?

Nous avons un ambitieux projet à Valenciennes -mais avec un projet architectural différent de celui de Pune : nous allons construire en 2013 un grand bâtiment, de 15.000 mètres carrés, la « Serre numérique ». Ce bâtiment abritera nos trois écoles, ainsi qu'une pépinière, un grand amphî, des laboratoires, une structure de transfert, un centre de réalité virtuelle... Le tout au milieu d'une zone d'activité dédiée à la création numérique -aujourd'hui à l'état de friche

industrielle. A terme, l'objectif est d'aboutir à 2.000 emplois dans la création numérique. Aujourd'hui, nous avons déjà un bâtiment avec 250 emplois dans ce domaine. Ce projet de développement sera l'aboutissement de la montée en régime de nos écoles.

Dans quel domaine particulièrement pouvez-vous tablez sur des créations d'emploi ?

Nous croyons beaucoup au développement du serious game. C'est un domaine qui, utilisé pour la formation, va toucher tous les métiers et connaître un essor considérable... C'est un énorme marché qui se profile. Déjà, plusieurs pays comme la Grande-Bretagne ou l'Inde ont lancé de très ambitieux programmes de formation via le serious game. Nous sommes nous-mêmes partenaires d'une ONG américaine, qui vise à transposer l'éducation via le serious game.

JEAN-CLAUDE LEWANDOWSKI

Deepak Kulkarni : «Ce campus, c'est un rêve»

Peu importe la rentabilité à court terme : DS Kulkarni, qui a financé intégralement la construction du campus DSK-Supinfocom de Pune, en Inde, souhaite d'abord offrir à son pays un centre de formation « au meilleur niveau dans le monde ».

Pourquoi financer la construction à Pune d'un campus dédié à la création numérique ?

Je crois vraiment que la formation peut changer le monde. Pour ma part, j'ai démarré très modestement, en nettoyant des téléphones. J'ai réussi à monter et développer ma société. Et j'ai souhaité rendre aujourd'hui une partie de ce que j'avais reçu, en aidant de jeunes Indiens à acquérir une formation qui soit à la fois de haut niveau et très professionnelle.

En Inde, nous avons déjà une certaine expérience en matière d'audiovisuel et de création numérique. Bollywood est la deuxième industrie du cinéma au monde. Notre société, le groupe DSK, fabriquait déjà des films, par exemple sur l'histoire de l'Inde. Des consultants, qui savaient que nous souhaitions intervenir dans le domaine de l'éducation, nous ont proposé de monter une formation dans le domaine de la création numérique.

Et pourquoi faire appel à une école française ?

Nous voulions offrir à nos étudiants une éducation qui soit la meilleure possible. Le système éducatif indien, qui est inspiré pour l'essentiel du modèle britannique, est très académique. Il reste déconnecté de la vie professionnelle et de la pratique. Or nous voulions créer des emplois. C'est pourquoi je me suis rapproché de Supinfocom. Je savais que ce groupe formait des diplômés directement opérationnels, reconnus dans le monde entier. Grâce à Supinfocom, pour la première fois en Inde, nous allons proposer une formation de haut niveau (le cursus dure cinq ans) et professionnelle. Il n'existe pas de programme de cette qualité et de ce niveau de professionnalisation en Inde. Les diplômés qui sortiront de cette école seront au sommet meilleur niveau partout dans le monde. Nous sommes vraiment uniques. Quant à Pune, c'est en quelque sorte l'Oxford indien.

Comment se répartissent les rôles entre le groupe DSK et Supinfocom ?

Nous souhaitons que Supinfocom nous apporte son savoir-faire et sa technologie. Le groupe nous envoie d'excellents professeurs. De mon côté, je fournis les infrastructures pour ce beau campus. Nous y avons investi, au total, 60 millions de dollars. Nous avons acquis les meilleurs équipements, ce qui se fait de mieux au plan technologique. Certaines machines coûtent près d'un million d'euros. Tous les étudiants, par exemple, disposent d'une tablette graphique.

Combien de temps vous faudra-t-il pour rentabiliser cet investissement ?

Nous ne cherchons pas à gagner de l'argent, mais à faire en sorte que les étudiants bénéficient d'une formation d'excellence, et que les diplômés soient au meilleur niveau. C'est cela seul qui compte. Nous avons beaucoup investi, mais sans viser un retour sur investissement. Pour moi, ce campus est un rêve. Je pense cependant que nous parviendrons à l'équilibre sur cette opération dans quatorze ans.

Les frais de scolarité ne sont-ils pas trop élevés pour des étudiants indiens ?

Au total, les étudiants indiens paient environ 35.000 euros pour les cinq années du cursus. C'est beaucoup, certes. Mais les familles dans notre pays connaissent l'importance d'une bonne

formation. Beaucoup d'entre elles sont prêtes à faire des sacrifices pour cela. De leur côté, les banques proposent des prêts, et nous offrons quelques bourses. Il y a de multiples moyens de financer sa formation.

N'est-il pas risqué d'investir aussi lourdement dans cette période de crise ?

L'important, c'est d'aller de l'avant, de bâtir des projets. La crise ? Chez nous, il n'y a pas de crise. La croissance reste forte. Il y a tant de besoins à satisfaire dans ce pays, pour les familles, pour les jeunes ! C'est cela qui génère la croissance en continu.

PROPOS RECUEILLIS PAR JEAN-CLAUDE LEWANDOWSKI

L'aventure indienne des écoles de vidéo de Valenciennes

Trois écoles du nord de la France spécialisées dans la création numérique s'installent près de Bombay dans un vaste campus. Le milliardaire indien qui finance le projet entend fournir des créateurs à Bollywood et à l'industrie du jeu vidéo.



MARIE-ESTELLE PECH
mepesch@lefigaro.fr
ENVOYÉE SPÉCIALE A PUNE (INDE)

« JE VEUX le top du top », répète lors de ses discours Deepak Sakharan Kulkarni, riche homme d'affaires de Pune, une ville de 5 millions d'habitants, à 150 km à l'est de Bombay. Ce milliardaire a décidé de « se payer » un campus. Et il a vu grand, à l'indienne. La présidente de l'Inde en personne a fait le déplacement lors d'une inauguration grandiloquente, début décembre, caressée par le regard émerveillé de D.S. Kulkarni: « C'est le plus beau jour de ma vie! », s'écrit-il. Les bâtiments de 16 000 mètres carrés sont flamboyants neufs, l'équipement informatique et vidéo est du dernier cri. Les étudiants qui disposent tous d'une tablette graphique déambulent au milieu de vastes espaces verts, loin du brouhaha infernal de l'industrielle et poussièreuse Pune au charme incertain.

Une opportunité rare

Le tout a été financé à hauteur de 60 millions de dollars par les soins de D.S. Kulkarni et de son groupe immobilier. Mais les enseignements sont délivrés par des professeurs français et l'école, présente sous forme de franchise, est bien française! Il s'agit du groupe Supinfocom, trois écoles post-bac en cinq ans de jeux vidéo, de design et d'animation. Peu connues du grand public, elles occupent pourtant les premiers rangs dans les classements spécialisés. Créé à Valenciennes par la chambre de commerce et d'industrie (CCI) du Grand Hainaut il y a vingt-cinq ans, ce groupe prend désormais une nouvelle visibilité. Une opportunité rare, car le marché indien de l'enseignement supérieur est encore méfiant à l'égard des établissements étrangers, contrairement à l'autre géant en expansion, la Chine, où les Français sont déjà très présents. Certes, depuis deux ans, de grandes universités américaines achètent des terrains à coups de millions de dollars en prévision de la



bataille pour l'intelligence qui s'annonce, mais, pour l'instant, le gouvernement indien temporise.

D'une capacité de 1 000 étudiants, le campus de Pune accueille ses premiers étudiants, majoritairement indiens mais aussi français, coréens ou vénézuéliens. L'étonnante histoire de sa création débute en 2005. M. Kulkarni est alors approché par un homme d'affaires franco-indien qui sait que le pont du BTP souhaite investir dans l'éducation. Cet entre-

preneur lui souffle une idée, celle de la création d'un centre de formation dédié à la création numérique. À proximité de Bollywood, la deuxième industrie du cinéma mondial, l'idée a d'autant plus de sens qu'un marché commence tout juste à émerger. Le premier film de science-fiction avec effets spéciaux et robots est sorti en novembre dernier des studios indiens. Et si en 2008, seules 25 compagnies de jeux vidéo existaient en Inde, elles sont aujourd'hui deux cents!

Excellente réputation

Une étude de marché longue de deux ans a été mise en place sous l'égide d'un cabinet de conseil anglo-indien pour vérifier quelle était la meilleure formation au monde dans le domaine numérique. Supinfocom est choisie parmi une centaine d'écoles: elle a la capacité d'externaliser un projet pédagogique, puisqu'elle a déjà créé un campus à Arles, dans le sud de la France. Elle bénéficie surtout d'une excellente réputation, notamment en animation où elle rafle chaque année tous les prix lors des festivals de films internationaux. C'est la *French touch* que les Indiens sont venus chercher, un mélange, selon eux, d'audace, d'inventivité et d'efficacité. La formation très professionnalisante a aussi séduit. Les étudiants travaillent sur de vrais projets fournis par les entreprises. C'est d'ailleurs souvent sur leur projet de fin d'année que les étudiants français sont recrutés.

La pédagogie de Supinfocom a particulièrement convaincu M. Kulkarni. « Le système éducatif indien est terriblement académique, explique-t-il, il n'est basé que sur le par cœur et la répétition. Nous manquons de liens avec les entreprises. C'est ce qui fait que nous sommes de bons exécutants mais que nous manquons de créativité. Avec cette école, nous allons être les meilleurs. » Cet homme à l'apparence débonnaire qui a commencé à travailler dans la rue à huit ans en

D'une capacité de 1 000 étudiants, le campus de Pune accueille majoritairement des Indiens mais aussi des Français, des Coréens ou des Vénézuéliens. Les bâtiments de 16 000 m², inaugurés début décembre, sont flamboyants neufs, l'équipement informatique et vidéo est du dernier cri. CCI GRAND HAINAUT

nettoyant des téléphones puis en vendant des légumes a aussi une revanche à prendre. « Il a beau être milliardaire, il n'est pas reconnu comme un notable », explique-t-on dans son entourage. Or investir dans l'éducation est très bien vu en Inde. « Il faut bien compenser les carences du gouvernement », fait observer Kulkarni qui finance aussi des écoles primaires. Son investissement ne se cantonne toutefois pas uniquement à une action philanthropique car il espère rendre son action rentable: des entreprises devraient s'installer autour du campus, une ville nouvelle est déjà programmée avec un hélicoptère, un parcours de golf...

Pour les enseignants français, il a fallu apprendre à transmettre ses connaissances en anglais et adapter un enseignement occidental à de jeunes indiens. « On demande beaucoup de travail aux étudiants par eux-mêmes. Il a fallu les rendre autonomes. Pour eux, l'enseignant est Dieu, la pensée personnelle est évitée. Alors que les étudiants français ont l'habitude de travailler seuls. Nous avons adapté notre pédagogie car ils ont besoin d'être plus guidés », explique Guillaume Benoit, professeur de design de jeux vidéo. L'essentiel de la *French touch* est tout de même préservé: « L'enseignement est fait par des professionnels. On considère qu'on est dans une entreprise et que les étudiants sont dans un studio de création », explique Alexis Madinier, directeur de Supinfogame, l'école de jeux vidéo.

Frais d'inscriptions élevés

Originnaire de Pune, Nikita Dieshpande, 20 ans, est aujourd'hui inscrite en deuxième année d'animation. Elle s'est laissée séduire par le campus nouvellement créé « parce qu'il est étranger » et parce qu'« en matière d'animation, les Français sont les meilleurs. Ici, je me sens poussée dans mes retranchements ». À terme, la jeune femme espère cumuler des expériences à l'étranger « pour s'améliorer » avant de travailler « dans un studio indien ». Les frais d'inscriptions élevés, l'équivalent d'environ 6 000 euros par an, comparables à ceux de la France, ne l'ont pas arrêtée pas plus que le concours d'entrée. « La plupart des étudiants sont issus de familles aisées. Mais beaucoup travaillent à côté de leurs études ou font des emprunts », explique-t-elle.

De jeunes Français, comme Yves-Marie Beaufrand, étudiant en troisième année à Valenciennes, ont choisi de venir un trimestre à Pune pour flairer une opportunité professionnelle: « Le marché indien est émergent. Bollywood sort 500 films par an, dans le lot il y a beaucoup de mauvaises productions stéréotypées mais ça va changer. » Étudiants indiens et français travaillent de concert. « Avec ce mélange de culture, on a des cocktails détonants », explique un professeur. Ce jeu de puzzle conçu par les Indiens était techniquement parfait mais manquait d'âme. Un Français y a introduit un scénario avec une histoire d'amour « que les Indiens n'auraient pas osé proposer en raison de leur culture très stricte ». Un jeu vidéo, mélange de tennis et de cricket, le sport national en Inde, a quant à lui été inventé grâce aux échanges d'une autre équipe.

La première promotion d'étudiants sortie en octobre travaille pour le moment en Inde et dans la région Asie-Pacifique dans des studios d'animation et de développement vidéo. Le studio américain Dreamworks, par exemple, a recruté à prix d'or des étudiants dans son studio de Bangalore, à l'image de Michael, spécialisé dans les effets de lumière, tandis qu'une de ses amies construit des décors et anime les personnages.

Curieuse histoire que celle de cette école créée dans une région française victime du désastre industriel des années 1970 et 1980. La CCI avait alors fait le pari de rebondir sur les nouvelles technologies. Pour rester dans la course, elle va édifier en 2013 une « serre numérique » qui regroupera à Valenciennes une pépinière d'entreprises et des laboratoires de recherche avec un projet de développement de 2000 emplois. Des entreprises seront créées sur les deux sites, Pune et Valenciennes, la conception en France, la production à Pune, explique Francis Aldebert, le directeur de la CCI. Valenciennes entend conserver son avance technologique: « Nous allons embaucher des chercheurs pour toujours garder trois ans d'avance », poursuit-il. Car le risque d'une telle opération, c'est de se retrouver un jour face à des franchisés très puissants et concurrents... « Le marché de l'emploi est déjà global en matière de création numérique. On n'a pas le choix », argumente-t-il, lui qui négocie déjà pour ouvrir un autre campus au Brésil. ■



Avec cette école, nous allons être les meilleurs

DEEPAK SAKHARAM KULKARNI,
RICHE HOMME D'AFFAIRES INDIEN DR

Collection Goutte en porcelaine
A partir de
160 €

e-boutique : www.bernardaud.com

BERNARDAUD

Paris : 11 rue Royale - Bordeaux - Lille - Lyon - Limoges infos : 01 43 12 52 00

LA QUESTION DE MANAGEMENT

COMMENT PARTAGER L'URGENCE DU CHANGEMENT ?



PAR ÉRIC ALBERT
PRÉSIDENT DE L'IFAS

Il y a le feu à la maison Europe. Dans la plupart des entreprises, le feu n'est pas loin, s'il n'a pas déjà pris. Le dirigeant se préoccupe de la motivation de ses collaborateurs. Si, d'un côté, il souhaite partager son constat de la situation et l'urgence de changer avec ses équipes, de l'autre, il ne veut pas inquiéter. Cette double préoccupation mène souvent à un mode d'expression ambigu. Il donne une partie du message sans aller au bout de son diagnostic, il exprime ses incertitudes sur le futur tout en rassurant. Cela provoque bien souvent des malentendus. Le boss, persuadé d'avoir alerté, s'attend à ce que chacun prenne la mesure de la situation. Ses collaborateurs sont certes

inquiets, mais essaient, tant qu'ils le peuvent, de continuer à fonctionner comme d'habitude, pour se rassurer. Le résultat est donc exactement l'inverse de celui recherché. L'incompréhension mutuelle conduit à l'exaspération, souvent suivie de brutalité dans la façon de conduire le changement. Comment sortir de cet engrenage ? Le premier enjeu est de partager le constat dans sa globalité. Pour cela, certes, l'information est importante. Mais c'est surtout la conviction des intéressés eux-mêmes et leur propre réflexion sur les risques et les conséquences à ne pas changer, qui sont de nature à les mettre dans un état d'esprit favorable à l'évolution. Rien ne remplace le dialogue avec le plus grand

nombre et la maïeutique socratique. Quelle est leur perception de la situation ? En quoi représente-t-elle une menace individuelle et collective ? Quel changement est nécessaire pour y parer ?... Il est indispensable de pousser le questionnement pour faire évoluer les représentations en allant jusqu'à la nécessité de se remettre en cause soi-même. Ensuite, on pourra rassurer sur la façon dont sera conduit le changement, tout en montrant une détermination à le mener à bout. Dans l'urgence, il faut prendre le temps. Celui du partage d'un constat commun : le changement est une nécessité. ea@ifas.net

LE LIVRE

La vérité sur le « lean »

Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur le « lean » est là. Né dans les usines de Toyota, ce système de gestion d'entreprise et d'organisation, qui fait la chasse au gaspi par des actions tant continues que progressives, impliquant l'ensemble du personnel a été, tour à tour, adopté, adulé et décrié par les employeurs du monde entier. L'expression a été mise à toutes les sauces : « lean management », « lean manufacturing », « lean six-sigma »... L'auteur, spécialiste de la question au sein du cabinet Secafi (groupe Alpha), revient sur la question pour tirer au clair bon nombre de malentendus. L.N.K. « **Salariés, le "lean" tisse sa toile et vous entoure...** », Philippe Rouzaud, L'Harmattan, 175 pages, 25 euros.

LA FORMATION

Paris Executive Campus vise le marché parisien de la formation des cadres

Des locaux entièrement remis à neuf, des salles confortables, modulables et bien équipées : Paris Executive Campus, le pôle formation continue pour cadres et dirigeants commun à Reims Management School et Rouen Business School, entend jouer à fond son rôle d'outsider des principales « business schools » de la place. « *La crise offre un contexte favorable pour l'arrivée d'un nouvel acteur sur la capitale* », estime Olivier Le Fournier, le directeur général. Equipée pour accueillir jusqu'à 220 participants, PEC mise sur trois points forts : sa réactivité, sa proximité avec les entreprises clientes (PME, en particulier) et l'expertise des deux écoles - par exemple dans la distribution. L'offre de programmes comprend aussi bien des cursus diplômants (Emba, « executive master », mastères spéciali-



sés...) que des séminaires sur mesure. Dès 2012, PEC vise un chiffre d'affaires de l'ordre de 5 millions d'euros - soit environ 8 % de l'activité totale. A l'heure des grandes manœuvres dans les écoles de gestion, PEC pourrait n'être qu'une étape vers un rapprochement plus large entre les deux écoles. J.-C. L.

ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR Un milliardaire, autodidacte, offre un campus aux étudiants indiens.

La création numérique « à la française » s'invite en Inde

La « French touch » de la création numérique est en train d'effectuer une percée en Inde. L'une des institutions phares de cette filière, le groupe Supinfocom, vient en effet d'inaugurer un vaste campus à Pune, une ville de 5 millions d'habitants dans l'Etat du Maharashtra. Un projet qui vise à accueillir un millier d'étudiants, pour un cursus en cinq ans. Et une consécration internationale pour cet ensemble de trois écoles dédiées au jeu vidéo, à l'animation et au design industriel, créé à Valenciennes par la CCI du Grand Hainaut et présent aussi à Arles.

L'histoire démarre en 2006 avec l'initiative du groupe indien DSK, présidé par Deepak Sakharan Kulkarni. Ce milliardaire autodidacte, qui a débuté en nettoyant des téléphones, désire doter son pays d'un centre de formation dédié à la création numérique - un pendant high-tech de « Bollywood », en quelque sorte. Il charge un cabinet-conseil anglo-indien de sélectionner, au plan mondial, le meilleur partenaire possible. Et c'est Supinfocom qui est choisi, en 2007. « *De notre côté, nous ressentions la nécessité de nous ouvrir à l'international, afin d'améliorer notre visibilité et d'acquiescer une masse critique* », explique Francis Aldebert, président de la CCI du Grand Hainaut, pour qui l'accord tombe donc à pic.

Equipements haut de gamme

Deux raisons expliquent le choix de Supinfocom. D'abord, le groupe, peu connu du grand public, dispose pourtant d'une solide renommée dans le monde, acquise notamment en trustant les récompenses lors des grandes compétitions comme Imagina à Monaco ou le Siggraph à Los Angeles. « *Les recruteurs comme les étudiants sont très attentifs à ces distinctions* », note Anne Brotot, directrice de Supinfocom. Et surtout, la professionnalisation est la marque de fabrique du groupe. « *Nos élèves travaillent sur des projets réels d'entreprise*, explique Alexis Madinier, directeur des études de Supinfocom Inde. *Dès leur arrivée, nous les jetons à l'eau, pour qu'ils apprennent de leurs erreurs. Les cours sont donnés au fur et à mesure de l'avancement des projets*. » La réputation de la créativité « à la française », désormais bien établie en matière d'animation comme de jeu vidéo, a fait le reste.

Le groupe DSK a donc édifié pour



« *Pardesi* », une image extraite

UN GROUPE DE TROIS ÉCOLES

Le groupe Supinfocom, créé il y a vingt-cinq ans par la CCI du Grand Hainaut, compte au total 1.100 étudiants. Il réunit trois écoles installées sur le site de Valenciennes :
■ Supinfocom, spécialisé dans l'animation et l'infographie 2D-3D ;
■ Supinfogame, dédié au jeu vidéo ;
■ L'ISD (Institut supérieur du design), qui se consacre au design industriel. Supinfocom est également implanté à Arles. Chacune des trois écoles propose un cursus de niveau 1, en cinq ans après le bac.

la nouvelle école un superbe campus « à l'américaine », près de Pune : 15.000 mètres carrés d'espaces verts et de bâtiments modernes, avec résidences étudiantes, cantine de 400 places, logements pour les professeurs. En prime, des équipements au top niveau : écran haute définition, auditorium de qualité professionnelle... « *Chaque étu-*

diant dispose d'une station graphique, avec un logiciel d'effets spéciaux. Nous sommes largement au-dessus des autres écoles et même de certains studios », s'enthousiasme Martin Ruyant, directeur de l'école d'animation.

À l'issue de leur formation, les élèves reçoivent le même diplôme que leurs homologues de l'Hexagone, au niveau bac+5. Ils acquittent pour cela à peu près les mêmes frais de scolarité qu'en France - de l'ordre de 6.000 euros par an. Un tarif très élevé pour l'Inde, mais qui ne rebute pas les familles, très motivées par l'éducation de leurs enfants. Certains étudiants souscrivent un emprunt. Quelques-uns bénéficient d'une bourse offerte par D.S. Kulkarni lui-même. Au plan financier, l'opération est à l'équilibre pour Supinfocom, qui envoie une dizaine de professeurs.

Tout n'a pas été rose au démarrage, en 2009. Les premiers étudiants (et les enseignants) ont essuyés les plâtres. Les candidats, très nombreux, n'ont pas toujours le niveau requis. L'école n'accueille

que 400 élèves (ils seront 600 l'an prochain). Il n'empêche : le projet fonctionne, à la satisfaction des deux parties. L'école vient d'être inaugurée en grande pompe il y a une dizaine de jours. Pour l'occasion, la présidente de l'Inde, Pratibha Patil, a fait le déplacement - signe de l'importance que le pays attache à l'opération.

« *Je ne cherche pas à gagner de l'argent, mais à offrir la meilleure formation possible à nos étudiants, avec les meilleurs outils* », assure D.S. Kulkarni, qui a cependant investi 60 millions de dollars dans le projet.

Reste à savoir sur quelles bases va se poursuivre le partenariat. Certains pointent le risque d'un transfert de compétences suivi de pertes d'emplois pour la partie française. Un risque qu'écarte Francis Aldebert : « *Nous souhaitons garder dans le Nord la conception et confier plutôt la production à Pune. De toute façon, pour ces métiers, le marché est global*. » Déjà, de grands studios comme DreamWorks (près de 300 salariés à Bangalore) sont installés en Inde.

Serre numérique en 2013

Mais l'antenne indienne devrait s'intégrer dans un projet bien plus vaste : dès 2013, la CCI va édifier à Valenciennes une « *serre numérique* », qui regroupera, outre les trois écoles, un centre de réalité virtuelle, des laboratoires, une pépinière d'entreprises, une structure de transfert technologique... Le tout au cœur d'une zone d'activités dédiée à la création numérique. A terme, l'objectif est d'aboutir à 2.000 emplois - principalement dans le « *serious game* », un domaine sur lequel la CCI fonde de très gros espoirs. « *Les deux projets de Valenciennes et Pune sont complémentaires et nous allons les mener de front*, indique Francis Aldebert. *Mais il est clair que nous devons garder une longueur d'avance, en misant sur la recherche*. » Raison pour laquelle Supinfocom prévoit de se doter d'une équipe de chercheurs. Le groupe envisage même de lancer une autre opération du même type, au Brésil cette fois.

JEAN-CLAUDE LEWANDOWSKI

Les interviews de D.S. Kulkarni et de Francis Aldebert sur lesechos.fr/formation

VIE DE BUREAU

Wall Street : pas de fastes pour Noël



Finis les somptueuses sculptures de glace, les buffets gargantuesques et les sapins géants dans les halls d'accueil. Dans les banques de Wall Street, même l'open bar et le groupe de jazz, traditionnellement conviés pour célébrer le Noël des collaborateurs, se font rares. Face au mouvement « Occupy Wall Street », les sociétés financières font profil bas. « *Rien à voir avec 2008, quand les dépenses étaient fastueuses... juste après la dégringolade de Lehman Brothers* », avoue Tasso Zapanti, le directeur des opérations du restaurant grec Thalassa, à Manhattan, près du quartier des banques. A l'approche de Noël, seules 74 % des sociétés américaines comptent marquer le coup, contre 95 % il y a cinq ans, selon une étude récente du chasseur de têtes Amrop Battalia Winston. « *Certains jeunes qui viennent d'entrer sur le marché de l'emploi ne connaîtront peut-être jamais les fêtes d'entreprise* », regrette Dale Winston, le patron du cabinet de chasse.

Pour les enfants seulement

A New York, Citigroup, qui vient d'annoncer 4.500 suppressions d'emplois, a nettement réduit la voilure. Goldman Sachs, lui, s'est tout simplement abstenu de célébrer quoi que ce soit. Autrefois, pourtant, sa direction voyait plutôt grand. En l'an 2000, la prestigieuse banque d'investissement avait réservé l'immense centre des conventions du Javits Center, où, invitée vedette, l'actrice Bette Midler échangeait des plaisanteries avec le patron Hank Paulson. Aujourd'hui, ses chefs de service peuvent, certes, offrir des pots à leurs employés. Mais sans ostentation. Lan dernier, la direction a même déconseillé les réunions de plus de 15 personnes ! De son côté, Morgan Stanley a imposé à ses troupes la plus grande discrétion, en les priant de ne pas révéler le nom de la banque si on leur demande où ils travaillent. Barclays Capital, qui a repris une grande partie de Lehman Brothers, se contentera, pour sa part,

d'organiser une fête pour les enfants du personnel. Désormais, de nombreux employeurs préfèrent donner la somme qu'ils auraient consacrée aux festivités à de bonnes œuvres. « *Il y a eu un changement, y compris dans les cadeaux de fin d'année*, constate Deborah Devedjian, fondatrice de la société consultante Copernicus

Désormais, de nombreux employeurs préfèrent donner la somme qu'ils auraient consacrée aux festivités à de bonnes œuvres.

Learning Ventures. *Les invitations aux soirées d'entreprises se font plus rares. Désormais, les sociétés nous envoient une carte de vœux expliquant qu'elles ont fait une donation pour nous à Amnesty International ou à une autre organisation caritative.* » Des dons à déduire des impôts, mais qui, surtout, témoignent de la « *responsabilité sociale* » de l'entreprise. De fait, selon un sondage réalisé par BNA, filiale de Bloomberg, 67 % des employeurs américains entendent soutenir, cette année, une activité charitable. Ils n'étaient que 59 % en 2009.

Toutefois, à l'heure où la récession menace, les salariés ne semblent pas regretter les fastes. D'après une enquête menée par le cabinet de recrutement Glassdoor et l'institut Harris auprès de 2.574 collaborateurs américains, la majorité d'entre eux apprécieraient que les dépenses consacrées aux fêtes de fin d'année soient utilisées différemment. Près de 75 % d'entre eux préféreraient une prime, 62 %, une augmentation, et 32 % davantage de congés payés. Seuls 4 % des sondés ont gardé la traditionnelle fête de Noël en haut de leur liste de préférences.

CAROLINE TALBOT

15 Décembre 2011



Le campus DSK Supinfocom

Supinfocom se développe en Inde avec le soutien du milliardaire DSK

Le groupe Supinfocom, spécialisé dans la création numérique, a créé une franchise à Pune en Inde. Financé et construit par un magnat indien de l'immobilier DS Kulkarni, ce campus flambant neuf accueille déjà 350 étudiants, dont 50 français. Notre journaliste était sur place pour l'inauguration.

«Ce campus c'est mon rêve, je suis sûr que les étudiants vont toucher le ciel», a déclaré avec émotion DS Kulkarni, président du groupe DSK, en inaugurant, le vendredi 3 décembre 2011, le campus [DSK Supinfocom Group](#) à Pune, ville située à 200 km de Mumbai (Bombay). Sur ce campus de huit hectares flambant neuf, sous un soleil d'été, on pourrait se croire sur la Côte d'Azur. Un petit tour dans les rues poussiéreuses de Pune, à quelques kilomètres de là, lève toutefois toute ambiguïté. C'est là qu'est né DS Kulkarni, qui a commencé comme simple vendeur de légumes, et a créé, à huit ans seulement, sa première entreprise de nettoyage de téléphones. Il est aujourd'hui à la tête d'une des plus grandes fortunes d'Inde, spécialisé dans la construction, et le premier concessionnaire Toyota du pays. Pour lui et toute sa famille, cette fête est une consécration, puisqu'il accueille en fanfare la présidente de l'Inde en personne, Pratibha Patil, plusieurs milliers d'invités ainsi qu'une délégation française d'une trentaine de personnes.

«Nous sommes allés chercher la meilleure formation en France»

La *french touch* reste toujours une référence à l'étranger. Car c'est l'éducation à la française que ce magnat de l'immobilier a choisie. «Avec ma femme, nous sommes allés chercher la meilleure formation en France», a expliqué [DS Kulkarni](#), dont l'épouse dirige le pôle éducation du groupe. Il s'agit de [Supinfocom](#), groupe d'écoles de Valenciennes de la chambre de commerce et d'industrie (CCI) du Grand Hainaut qui comprend Supinfocom (cinéma



d'animation), Supinfogame (jeux vidéo) et l'ISD (Institut supérieur de design). Fondé il y a vingt ans, ce groupe accueille 700 étudiants à Valenciennes, 1.000 avec son antenne à Arles. Et, depuis 2008, le campus indien propose, exactement comme en France, un diplôme en quatre ou cinq ans, de niveau I certifié par le RNCP (Répertoire national de certification professionnelle).

Trois pavillons prévus pour chacun des trois directeurs français

La construction de l'école a commencé il y a quatre ans. Et le groupe indien n'a pas lésiné sur les moyens : piscine, salles de classe ultramodernes avec deux ordinateurs par élève, logement, cafétéria. Car DSK veut le meilleur. «Je pense que lorsqu'on entreprend quelque chose, il faut le faire bien», a-t-il déclaré à l'occasion d'une conférence de presse ouverte aux médias français et indiens.

Tout a été prévu, même les trois jolis pavillons pour chacun des trois directeurs français : Philippe Vahe (design), Alexis Madinier (jeux vidéo) et Martin Ruyant (animation). L'école compte aussi dix enseignants français et un allemand, ainsi qu'une dizaine de professeurs indiens. Tous les enseignants français sont payés par le groupe DSK et ont été embauchés sous contrat local. Ils touchent un salaire équivalent à celui qu'ils percevraient en France, assorti d'une prime permettant de payer la Sécurité sociale et la retraite. «Heureusement, la vie n'est pas chère, nous vivons sur le campus où nous sommes nourris et logés presque gratuitement », explique Norbert Cellier, professeur de projet et gestion de production à Supinfogame.

Les enseignants français, embauchés sous contrat local, sont payés par le groupe DSK

La CCI touche 10% des frais d'inscription en royalties

Les premiers contacts ont été noués en 2004. C'est le cabinet de consultants Palmforce, implanté à Londres, qui a découvert les films sur l'histoire de l'Inde réalisés par DSK Group, et a demandé s'il serait intéressé par la création d'une école. En cherchant la meilleure formation, ce cabinet, dont les membres sont d'origine indienne, a repéré Supinfocom à Valenciennes, qui avait déjà essaimé à Arles avec succès. «Supinfocom est très célèbre parmi les passionnés de cinéma d'animation en raison des très nombreux prix gagnés lors des plus prestigieux festivals mondiaux, et quand j'ai vu qu'ils ouvraient une école à côté de chez moi, j'ai sauté sur l'occasion», relate Shashank Dhongde, 22 ans, originaire de Pune. Surtout qu'en

Inde, les formations à la création numérique y sont plus courtes et l'enseignement plus théorique. Et comme le souligne Francis Aldebert, président de la CCI du Grand Hainaut : «Nous sommes reconnus comme ayant la meilleure école professionnelle.» Au début, la CCI prospectait plutôt vers l'Amérique du Sud, mais la proposition du milliardaire indien a changé la donne.

«Ce partenariat nous donne une envergure internationale»

«C'est un marché global, et aujourd'hui les coproductions sont internationales», a relevé Alain Hernoux, responsable de la formation de la CCI de Valenciennes, qui s'est chargé des contacts avec la famille Kulkarni. Ensuite, c'est [Delphine Gieux](#), consultante en Inde, qui s'est occupée de monter le contrat. Le contrat de franchise a été signé en 2007 pour cinq ans renouvelables selon un montant non communiqué. La CCI touche en plus des royalties, égales à 10% des frais



de scolarité payés par les étudiants. Mais l'école française garde le contrôle sur le recrutement des enseignants et la sélection des étudiants. «Plus qu'un intérêt financier, ce partenariat nous confère une envergure internationale, il nous permet d'éprouver notre modèle pédagogique à l'étranger, et cela nous a obligés à rédiger tous nos cours en anglais, ce que nous répercutons à Valenciennes, puisqu'en 2012, 30% des cours se dérouleront en anglais », note Anne Brotot, directrice du groupe Supinfocom à Valenciennes.

Un investissement rentabilisé dans quatorze ans

Côté indien, la création du campus coûtera au final 60 millions de dollars (45 ont déjà été dépensés). Mais comme DSK le reconnaît lui-même, l'investissement ne sera pas immédiatement rentable malgré des frais de scolarité de 13.000 € par an et par élève. «Nous ne comptons pas rentabiliser notre investissement avant quatorze ans, car notre but n'est pas de faire de l'argent, mais d'être les meilleurs», a soutenu le richissime indien, qui a avec prévoyance racheté les terres aux paysans des alentours afin de créer d'autres écoles. La ville de Pune est en effet connue pour la qualité de ses universités : le [MIT](#) (Maharashtra Institute of Technology) est à seulement un kilomètre et demi.

Les étudiants indiens n'ont pas l'habitude d'effectuer de travail personnel

Mais cela n'a pas toujours été facile de faire travailler des étudiants de culture si différente. «La difficulté est que, contrairement aux Français, les étudiants indiens n'ont pas l'habitude d'effectuer de travail personnel, et nous avons dû augmenter les heures de travail encadré afin de mieux coller à leurs attentes», précise Anne Brotot. Habités à apprendre par cœur, les

élèves doivent aussi acquérir l'esprit critique. «Ils ne remettent jamais en cause ce qu'un prof peut dire et ils n'ont pas l'habitude de dire qu'ils n'ont pas compris, alors que c'est important pour progresser», mentionne pour sa part Norbert Cellier, enseignant. Et puis il faut convaincre les familles, plus intéressées par des études de médecine ou d'ingénieur que de design. Du coup, les abandons ont été nombreux les premières années. À la fin, ne reste que les plus motivés. «Nous ne sommes que trois à être restés de la première année», note Karl Lalonier, étudiant français de 23 ans, arrivé parmi les premiers dès l'ouverture de l'école en 2008. À l'époque, ils faisaient cours dans les chambres, et ils n'étaient que 48 étudiants, dont 14 français. Ils sont presque dix fois plus nombreux aujourd'hui.

De notre envoyée spéciale à Pune (Inde), Sophie de Tarlé

32 ÉCONOMIE

LU, VU, ENTENDU

Envie d'entreprendre : les Nordistes encore timides

Les habitants du Nord-Pas-de-Calais sont 12 % à avoir un projet de création d'entreprise dans les 3 ans à venir. Ils sont en retard de deux points sur la moyenne nationale, loin derrière l'Île-de-France (19 %) ou Languedoc-Roussillon (16 %), et au coude à coude avec la Lorraine, la région Champagne-Ardenne ou la Picardie. C'est ce que révèle le baromètre « L'envie d'entreprendre des Français » qui a interrogé plus de 9 600 Français à l'initiative de l'association Créativallée. Ceux qui n'ont pas de projet de création l'expliquent, pour 42 % d'entre eux, par la satisfaction de leur situation actuelle, par le trop grand risque financier (21 %), par l'absence d'intérêt pour l'entrepreneuriat (14 %) et par le manque d'esprit d'entreprendre (10 %). Ceux qui souhaitent se lancer dans la création ou la reprise d'entreprise aspirent à être leur propre patron (27 %), à s'épanouir personnellement (32 %) et à faire bouger leur territoire (21 % contre 10 % au niveau national).

Gastronomie

Le maroilles en campagne

Vous avez peut-être aperçu des publicités qui vantent les mérites du maroilles, « Une journée sans Maroilles c'est comme... Dunkerque sans carnaval ! ». À vos idées : tout le monde est invité à proposer d'autres slogans sur www.une-journee-sans-marroilles.com. Récompenses aux meilleurs. Le syndicat du maroilles, qui est à l'origine de cette campagne de communication, fédère 482 producteurs de lait de vache et 16 producteurs de maroilles de l'Aisne et du Nord. Dans ces deux départements, la filière emploie 650 personnes autour de ce fromage AOP (appellation d'origine protégée). La production de maroilles est en hausse puisqu'elle est passée de 2 141 tonnes en 2000 à 4 095 tonnes en 2010.

Les salariés ont du pot

D'avantage de pots au sein des entreprises mais moins de boissons alcoolisées servies. C'est ce qui ressort d'un sondage IFOP réalisé pour l'association PSRE (Promotion et suivi de la sécurité routière en entreprise). Neuf salariés sur dix participent à des pots d'entreprises. Ces pots sont plus fréquents qu'en 2008 mais on y sert moins de boissons alcoolisées (61 % des cas selon les salariés contre 68 % en 2008). Les boissons proposées sont souvent du champagne, de la bière, du vin... (93 % des réponses), même si les alcools forts remplissent les verres dans 20 % des cas selon les salariés et 31 % selon les employeurs. 67 % des sociétés ont pris des dispositions à l'égard de la consommation d'alcool au cours des pots d'entreprise et 24 % des employeurs projettent d'y supprimer l'alcool. Un chiffre en hausse.

La Bourse de Paris fermée aujourd'hui

La Bourse de Paris est fermée aujourd'hui. Il n'y aura donc pas de publication du tableau de Bourse demain.

FORMATION

La CCI de Valenciennes invente l'école supérieure franchisée... en Inde

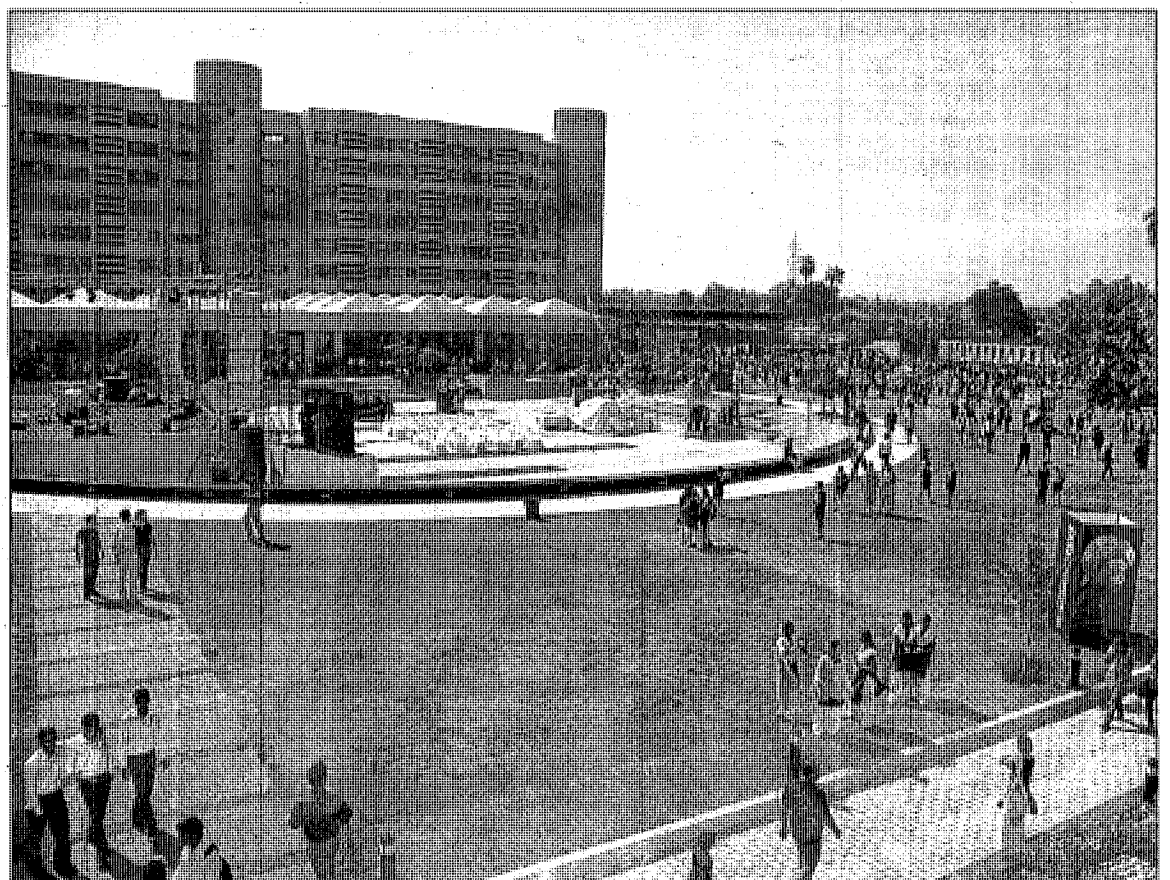
Un investissement de 60 millions de dollars, sur des fonds privés, à l'autre bout du monde. Une inauguration en grande pompe avec comme invitée vedette la présidente de la République indienne, ce géant en devenir. La CCI de Valenciennes a exporté le label de ses écoles Supinfocom et Supinfogame jusqu'à Bombay. Une manière offensive de se frotter à la mondialisation.

PAR THÉO TERSCHLUSEN
economie@lavoixdunord.fr
REPRO « LA VOIX »

Tout a (peut-être) commencé en 1988. Quand la CCI de Valenciennes lance Supinfocom, spécialisée alors dans la programmation assistée par l'ordinateur. On est encore à l'âge du Minitel, le premier PC coûte le prix d'une voiture, Toy Story reste de la science-fiction. « Une anticipation peut-être même pas étayée, mais géniale », glisse Francis Aldebert, président actuel de la chambre, devenue celle du Hainaut.

Tout a (peut-être) été provoqué par les étudiants de Supinfocom eux-mêmes. Non contents depuis des années de débarquer chez Pixar ou Dreamwork, ces as de l'image numérique raffent aussi des prix tous les ans dans les grands festivals. Jusqu'à pointer l'intérêt des chasseurs de tête sur... leur école. En 2006, la CCI est démarchée par un cabinet anglais. Un conglomérat indien veut prendre langue avec elle, pour importer le concept de Supinfocom (et game, l'école cadette) du côté de Bombay, à Puné très exactement.

La CCI franchit le pas. Elle a déjà ouvert une école franchisée à Arles (diplôme et concours commun) mais là, c'est un autre monde. Il faut réécrire toutes les procédures d'enseignement pour les exporter aussi loin. La sauce prend quand



Le conglomérat indien Kulkarni a mis le paquet pour un campus pouvant accueillir 1000 étudiants

La CCI est sûre d'avoir déjà trouvé la nouvelle poule aux œufs d'or : le « serious game ».

même. Première pierre en 2007, premiers cours en 2008, la CCI couve son label et certifie le cursus. Le partenaire indien s'occupe du reste. DS Kulkarni, conglomérat à la Tata qui touche à tout, de l'immobilier à... la concession Toyota, a mis le paquet. 60 millions de dollars doivent être investis pour un campus pouvant accueillir 1 000 étudiants au final. Avec des professeurs français qui font le voyage

pour certifier l'enseignement, et même des étudiants, faute de place en France. Car toute la gamme de l'offre valencienne est transplantée sur le sol indien : image numérique, jeux vidéo, design

Chez Kulkarni, on sait lire une carte. Bombay, premier producteur de films au monde devant Hollywood, est à 140 kilomètres de Puné seulement. Le conglomérat vise le marché indien, énorme, dans le futur aussi celui du Japon de l'Asie du Sud-Est. Pour Valenciennes, le pari est autre. Garder l'avance de ses écoles dans la course au prestige international en plaçant à la tête d'un réseau mondial. En musclant aussi la maison-mère. À Valenciennes. La prochaine étape est déjà en route. La

chambre de commerce vient de décrocher le permis de construire pour son projet de serre numérique, sur les rives de l'Escaut, dans ce qui était jadis une friche métallurgique. Sur place, doit être érigé un cocon regroupant toutes ses écoles, Supinfo com, mais aussi Supinfo game, et l'Institut de design. Sur place, on formera des étudiants, mais on se chargera aussi de la recherche et du transfert de technologie en direction des start-up. Ambitieuse, la CCI vise 2 000 emplois. Mais elle est sûre d'avoir déjà trouvé la nouvelle poule aux œufs d'or : le *serious game*, le jeu sur ordinateur à vocation pédagogique. Une idée aussi folle que l'était Supinfocom en 1988. ■

Garder les emplois à très haute valeur ajoutée

Hasard du calendrier. Quand le campus de Pune est inauguré par des officiels en bras de chemise, l'Europe grelotte d'angoisse. En pleine crise de la dette, la mondialisation est vécue plus que jamais comme une broyeuse d'emplois.

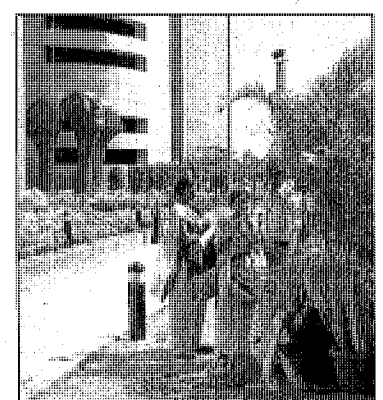
Inconsciente, la CCI du Hainaut, qui exporte son savoir-faire et se fabrique des concurrents ? Francis Aldebert balaie l'argument. « Dans l'image virtuelle, c'est une aberration de raisonner comme ça. Ce marché est totalement ouvert » Avec Internet, on fabrique des images en

France et on les monte au Japon d'un simple clic.

À ses yeux, pas d'autres solutions que de garder l'avance technologique. Les emplois à très forte valeur ajoutée dans l'Hexagone, les emplois induits à l'autre bout du monde, « puisque nous ne pouvons nous aligner sur la production avec des pays à bas coûts salariaux ». À Valenciennes, une TPE s'est déjà engouffrée dans la voie. Arnaud Dolignon a créé trois emplois en France, et cent en Inde dans le domaine de l'informatisation bancaire.

« C'est un modèle économique qui

peut ne pas plaire, dit F. Aldebert, mais sinon, on ne fait rien. » Avec un argument en prime pour le représentant consulaire. La franchise de Puné, plutôt qu'un aspirateur, pourrait demain tout aussi bien se révéler être un sacré point d'appui. Le serious game, nouveau credo de la Chambre, intéresse tout particulièrement les pays en voie de développement, où il peut répondre à la précarité des structures d'enseignement classique. Avec un écran et un jeu vidéo en main, on peut apprendre à conduire un tracteur ou semer un champ même sans savoir lire. ■ T. T.



Sur le campus. Aspirateur ou point d'appui ?

[AF Magazine India](#)

- [Nos Alliances françaises](#)
- [Ailleurs » » » »](#)
- [Langue Française](#)
- [Portraits](#)
- [Vu en Inde](#)
- [Indiscrétions](#)

Supinfocom à Pune

Posted by [Manali AFPune](#) on Friday, December 9, 2011 · [Leave a Comment](#)



Supinfocom à Pune

Pune a de la chance d'avoir la première école d'animation indo-française, du jeu vidéo et de design industriel. A Fursungi, ce beau campus s'étendant sur huit hectares attire par sa grandeur et sa beauté.

Il y a 20 ans en France dans le grand Hainaut à Valenciennes, la CCI (Chambre de commerce et d'Industrie) créait l'école Supinfocom. Pour offrir les mêmes formations en Asie, le campus de Supinfocom s'est installé à Pune, l'une des plus importantes villes pour l'industrie du film. En septembre 2008, DSK Supinfocom comptait 48 étudiants en total dont 14 français. Aujourd'hui il y a plus de 350 étudiants dont 50 étrangers. Selon DS Kulkarni, il y a déjà plus de 650 inscriptions pour l'année prochaine. Supinfocom est divisé en trois écoles – Ecole d'animation, Ecole de jeux vidéo, Ecole de design industriel – qui préparent leurs étudiants à une longue carrière évolutive. Comme le dit M. DS Kulkarni, «*L'aspect le plus important de Supinfocom c'est de former ses étudiants sans avoir traversé les frontières de l'Inde.* » C'est à Pune que les étudiants recevront donc une éducation de grande qualité tout en pratiquant individuellement et en équipe. C'est un grand atout d'avoir ce campus à Pune, ville universitaire importante de l'Inde où on compte déjà plus de 1000 étudiants en animation et plus de 500 étudiants en design industriel.

Le campus a été inauguré le 2 décembre 2011 par son Excellence Mme Pratibha Patil, présidente de l'Inde en présence d'autres figures politiques comme M. Prithviraj Chavan, Ministre en chef de Maharashtra, M. Ajit Pawar, M. R.R. Patil ainsi que M. François Richier, Ambassadeur de France en Inde et M. Dominique Riquet, membre du parlement français et maire de Valenciennes.

Un festival animé de jeux, concours et présentation s'est déroulé à cette occasion. Ouvert à tous les étudiants, Supinfomania a encouragé les étudiants d'animation à présenter leurs talents dans le monde du design industriel et des jeux vidéo. Les designers de demain ont également profité de conférences, discussions et expositions menés par des experts. De nombreux concerts et spectacles vivants tels *Swarathma*, *Shankar-Ehsaan-Loy*, ou encore du groupe français *KWAK* ont ajouté au succès du festival des « Supinfomaniaques ».

L'intelligence économique pour tous les étudiants

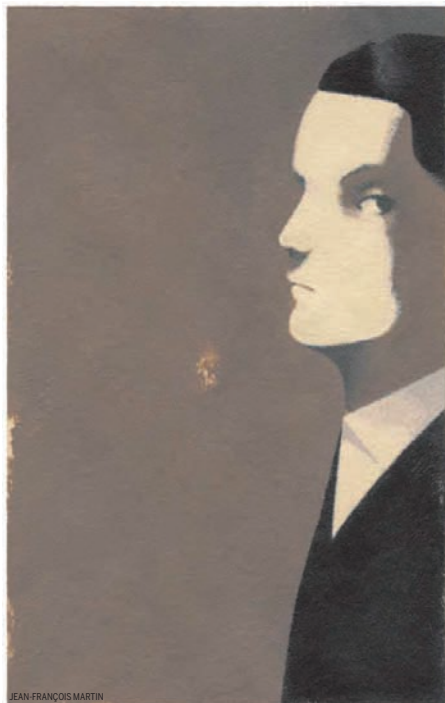
A partir de 2013, universités et grandes écoles proposeront une sensibilisation ou une formation à cette matière

En 2011, lorsqu'une prétendue affaire d'espionnage concernant le véhicule électrique de Renault - qui s'est révélée n'être qu'une sombre escroquerie interne - a éclaté, le terme d'intelligence économique a refait la « une » de l'actualité. L'occasion pour les spécialistes de monter au créneau : ils dénonçaient des pratiques douteuses se réclamant de l'intelligence économique et expliquaient haut et fort que non ce n'est pas de l'espionnage industriel, du vol d'informations ou encore du trafic d'influence, mais quelque chose d'ultra-légal, d'indispensable dans le monde d'aujourd'hui.

De quoi parle-t-on ? L'intelligence économique « consiste en la maîtrise et la protection de l'information stratégique pour tout acteur économique » ; elle a « pour triple finalité : la compétitivité du tissu industriel, la sécurité de l'économie et des entreprises et le renforcement de l'influence de notre pays », selon la définition d'Alain Juillet, président du Club des directeurs de sécurité des entreprises (CDSE) et ancien « Monsieur intelligence économique » du gouvernement jusqu'en 2009.

Quoi qu'il en soit, le gouvernement a érigé l'intelligence économique en cause nationale. « Les questions de défense, de sécurité et d'intelligence économique doivent faire partie du bagage indispensable à tout citoyen et encore plus aux futurs responsables économiques, politiques, culturels et sociaux que forme l'enseignement supérieur », explique Patrick Hetzel, directeur général pour l'enseignement supérieur et l'insertion professionnelle.

Et cela peut être un vrai métier. D'ailleurs, lorsqu'il parle à ses étudiants d'intelligence économique, Franck Bulinge, qui dirige le master « stratégie des affaires et intelligence européenne » à l'Institut supérieur du commerce (ISC) de Paris, les met d'emblée en garde : « Ceux qui voudraient jouer les James Bond n'ont rien à faire ici : l'intelligence économique, c'est employer des pratiques légales, sinon c'est la correctionnelle au bout. Je leur apprendis à



JEAN-FRANÇOIS MARTIN

chercher de l'information, la traiter, l'analyser, l'exploiter et ensuite la sécuriser.»

Dès la rentrée 2013, entre leurs cours de finance, de marketing, voire d'histoire et de sociologie, tous les étudiants d'université (de niveau licence, master et doctorat) et de grande école pourront s'initier ou se former à l'intelligence économique.

Vulnérabilité des entreprises, des hommes et des outils d'information, mondialisation et nouveaux paramètres des affaires, enjeux de la propriété intellectuel-

le : voilà trois des sept thèmes mis en place avec le concours de spécialistes. « Nous souhaitons sensibiliser à l'intelligence économique des étudiants dont ce ne sera ni le diplôme ni le métier, explique Eric Delbecq, chef du département sécurité économique de l'Institut national des hautes études de la sécurité et de la justice (INHESJ). Il n'y aurait de toute façon pas assez de postes à proposer. En revanche, ajouter une compétence en plus d'une spécialité - droit ou économie par exemple - est sans aucun doute la formule la plus intéressante. »

Aujourd'hui, 2 000 étudiants sont sensibilisés à ces questions. Demain, c'est un vivier de 2,4 millions qui est visé. « Avoir une spécialisation sera pour eux un levier de compétence », affirme Franck Bulinge. Sur sa quinzaine d'étudiants à l'ISC, quelques-uns ont trouvé des postes dans des directions sûreté ou intelligence économique. « Les autres ont cette compétence en plus, elle leur sert au quotidien. »

Concrètement, une phase dite de « sensibilisation » est mise en place pour les étudiants en licence d'une durée de 24 heures mini-



mum de cours durant le cycle, une phase dite de « formation » de 16 heures durant le cycle master ; de 40 heures minimum durant les trois ans de cycle pour les écoles d'ingénieurs et le doctorat.

Une phase d'expérimentation de deux ans a été lancée à la rentrée. Une vingtaine d'établissements se

« La France a commencé très tard par rapport aux pays anglo-saxons, qui ont le renseignement dans la peau »
Claude Revel
Skema Business School

sont déjà portés volontaires, des universités (Avignon, Corte, Créteil, Reims, Saint-Etienne, Paris-II, Aix-Marseille-II, Poitiers et Grenoble II, Troyes...) mais aussi des écoles (Ensta de Brest, Skema de Nice, INSA de Lyon et Rouen, Ecole des mines de Nantes...).

Par ailleurs, l'université Paris-Dauphine a inauguré en février

une chaire « intelligence économique et stratégie des organisations » avec le groupe pétrolier Total, le laboratoire pharmaceutique Sanofi Aventis et la SSII Sogeti, filiale de Capgemini. « Ce projet n'est pas de former de nouveaux experts en intelligence économique, mais plutôt de former des cadres et des managers qui soient des interlocuteurs éclairés sur ces questions, explique Stéphanie Dameron, directrice de la chaire. Notre objectif est de faire comprendre à nos étudiants qu'on entre dans une économie moins financière mais dans une économie de la norme. »

Khaled Bouabdallah, président de l'université Jean-Monnet-Saint-Etienne, tient le même discours. Son université propose un master en intelligence économique et gestion de l'innovation mais, désormais, c'est aux étudiants en licence qu'elle veut s'adresser. « L'important, c'est de donner des connaissances de base à nos étudiants, dit-il. Ainsi, lorsqu'ils seront en stage dans une entreprise, ils sauront que c'est pour elle une question primordiale et qu'il y a des précautions à prendre pour sécuriser leurs informations. »

Il existe d'ores et déjà des dizaines de formations à intelligence économique : troisième cycle à l'École de guerre économique, formation à l'Institut des hautes études de défense nationale ou encore master spécialisé en intelligence économique et management de la connaissance depuis 1996 à la Skema Business School.

« La France a commencé très tard par rapport aux pays anglo-saxons, qui ont le renseignement dans la peau, rappelle Claude Revel, responsable du Centre Global Intelligence & Influence, de Skema Business School. Dès les années 1960, les États-Unis ont mis en place le concept de « business intelligence » puis dans les années 1980 de « competitive intelligence ». Or, c'est une formation indispensable pour les ingénieurs par exemple, qui sont trop souvent dans des modèles quantitatifs et peuvent être trompés. En revanche, ceux qui ont étudié les sciences humaines ont souvent déjà un sens critique. » La Skema développera un enseignement intelligence économique dans tous ses cursus pour la rentrée 2012. ■

NATHALIE BRAFMAN

Le rendez-vous emploi et formation des étudiants et des jeunes diplômés



Vous souhaitez recevoir gratuitement

Le Monde campus

(Edition novembre 2011)

Faites votre demande par mail à l'adresse suivante :
campus@mondepub.fr
en précisant vos nom, prénom et adresse postale complète
ou bien téléchargez Le Monde Campus
à l'adresse suivante :
http://lemonde-emploi.blog.lemonde.fr

Prochaine édition : mars 2012

Pour Total, il s'agit de « s'adapter aux nouvelles réalités d'un monde en profonde mutation »

Questions à Jean-Michel Salvadori, directeur intelligence économique du groupe pétrolier

Pourquoi Total a-t-il accepté de financer une chaire d'intelligence économique et stratégie des organisations à l'université Paris-Dauphine ?

Total finance des dizaines de chaires partout dans le monde. Nous souhaitons ainsi former des experts qui sauront s'adapter aux nouvelles réalités d'un monde en profonde mutation.

Dans le cas présent, nous avons répondu à une sollicitation du président de Dauphine, Laurent Batsch, et du délégué interministériel à l'intelligence économique, Olivier Buquion. Nous finançons, mais nous participons aussi avec les autres partenaires industriels [Sanofi Aventis et Sogeti] à la mise au point de modules pédagogiques spécifiques. Au-delà du volet formation, l'intérêt pour nous est

d'avoir également accès à certains travaux de recherche et d'échanger avec nos partenaires, le corps professoral de Paris-Dauphine et le représentant de l'Etat. Par exemple, les leçons tirées d'études de cas peuvent être précieuses pour alimenter notre réflexion sur l'évolution de nos pratiques. En quoi est-il si important que les étudiants soient formés à l'intelligence économique ?

Avec les deux autres partenaires de cette chaire, nous estimons que plus tôt les étudiants, futurs managers ou ingénieurs de ce pays, seront formés non seulement aux disciplines techniques et commerciales mais aussi aux réalités du monde, mieux ce sera. Aujourd'hui, le monde économique et industriel est extrêmement concurrentiel. Si l'on veut y réus-

sir, il est indispensable de comprendre les environnements dans lesquels on se situe et leurs évolutions, qui peuvent être extrêmement rapides. Il faut être à l'écoute de ses clients mais aussi des pays hôtes dans lesquels nous opérons.

En fait, il s'agit de combattre la naïveté et l'arrogance : la naïveté qui laisserait penser que la concurrence est amicale et respecte les règles, et l'arrogance qui consisterait à croire que votre produit ou votre projet sera naturellement meilleur que celui d'un concurrent et correspondra forcément aux demandes de vos clients.

Participer à cette chaire n'est-il pas aussi un bon moyen de dire aux étudiants : attention l'intelligence économique, c'est sérieux ?

Il est effectivement important

de parler de ce sujet, et surtout de le démystifier. En France, c'est une notion encore un peu floue. C'est beaucoup plus clair dans les pays anglo-saxons.

Que Total peut-il apporter dans cette chaire ?

Plutôt qu'une expertise, c'est notre expérience internationale, car nous travaillons dans 130 pays. Nous avons donc une bonne connaissance des pratiques, bien sûr différentes selon que vous travaillez en Asie, aux États-Unis ou au Moyen-Orient. Enfin, le modèle de Total est assez original : l'intelligence économique a été intégrée dans la direction stratégique en 2008 par notre PDG, Christophe de Margerie, et lui est rattachée directement. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR N. BN

Le riche M. Kulkarni offre un campus made in France aux étudiants indiens

Spécialisées dans la création numérique, les écoles Supinfo com s'installent près de Bombay, aux premières loges pour fournir le cinéma indien de Bollywood

Pouné (Inde)
Envoyé spécial

Il y a un mot que M. Kulkarni aime particulièrement utiliser : « best ». En toute chose, l'homme d'affaires indien veut le « meilleur ». Pour le campus universitaire qu'il a créé de toutes pièces à Pouné, à 160 kilomètres à l'est de Bombay, il n'a pas lésiné sur les moyens. Des bâtiments flamboyants neufs, un campus hérissé de sculptures, des équipements de pointe et... la France.

L'université est entièrement financée par M. Kulkarni, mais ce sont des établissements français qui s'y installent : les trois écoles Supinfo com spécialisées dans la création numérique (animation, jeu vidéo, design industriel), créées par la chambre de commerce et d'industrie Grand Hainaut (CCI), à Valenciennes.

Vendredi 2 décembre, M. Kulkarni inaugurerait son campus. A son habitude, il a mis les petits plats dans les grands. Sous un immense chapiteau abondamment décoré de fleurs et de tissus colorés, M. Kulkarni a accueilli la présidente de l'Inde, Pratibha Patil, et une importante délégation française.

Pour l'homme d'affaires indien, qui a commencé à l'âge de 8 ans en vendant des légumes dans la rue puis en nettoyant des téléphones chez des particuliers, c'est une consécration. Aujourd'hui à la tête d'un empire immobilier, il tient sa revanche. « Mon rêve, assure M. Kulkarni, n'est pas de gagner

l'argent, mais de faire en sorte que nos étudiants soient les meilleurs. Dans ma famille, on croit beaucoup aux mérites de l'éducation. Ce pays m'a beaucoup donné ; mon tour est venu de faire quelque chose de bien. Le gouvernement indien ne donne pas beaucoup d'argent pour l'éducation. Il faut bien que quelqu'un fasse le sacrifice ! »

La mondialisation est au cœur même du projet de partenariat franco-indien

Montant du « sacrifice » : 60 millions de dollars. Le prix de la liberté pour le millier d'étudiants qui, à terme, devrait fréquenter le campus. Car, si l'entrepreneur fait appel à des Français plutôt qu'à des Indiens, c'est parce qu'il veut un enseignement très pratique permettant aux diplômés d'être immédiatement opérationnels en entreprise et capables eux-mêmes de créer de l'emploi. « Je veux libérer les étudiants, dit-il. Le système éducatif que nous ont légué les Anglais, à l'indépendance, est très académique. Il ne dispense pas les enseignements dont nos étudiants ont besoin. »

Ce que confirme Alexis Madinier, directeur de Supinfo game, l'école de jeux vidéo : « En arrivant dans notre école, les étudiants indiens sont un peu perdus. On ne leur a jamais demandé de comprendre, d'apprendre par eux-mêmes.

La première année, c'est donc lavage de cerveau ! On les jette à l'eau. On les pousse à l'erreur pour qu'ils apprennent de leurs erreurs. C'est comme ça dans nos métiers... » C'est un secteur où « il se produit un changement technologique tous les deux à cinq ans, explique M. Madinier. Mon but n'est pas de leur apprendre comment je faisais des jeux il y a dix ans, mais de pouvoir jouer aux leurs ! »

Aujourd'hui, 80 étudiants sont inscrits dans l'école de M. Madinier (dont quinze Européens). Ils travaillent en « studio » plutôt qu'en classe, et apprennent le multiculturalisme. « C'est ce qui marche, estime M. Madinier. Le jeu vidéo est un marché global. »

Au reste, la mondialisation est au cœur même du projet de partenariat franco-indien. L'idée des patrons de la chambre de commerce Grand Hainaut est de préparer

l'avenir économique de leur territoire en misant sur la création numérique. Parallèlement au partenariat avec les Indiens, une « serre numérique » est en gestation à Valenciennes, qui prévoit la création d'une zone franche de créativité numérique regroupant les écoles Supinfo com et des entreprises. A la clef : 2 000 emplois. Et une spécialité : les serious game, jeux à vocation pédagogique. L'objectif, explique Francis Aldebert, président de la CCI, c'est 30 % de l'activité à Valenciennes (création) et 70 % en Inde (production). Bien entendu, confie-t-il, « en signant avec le groupe Kulkarni, on s'est demandé si on n'allait pas se faire manger... La seule réponse, c'est la recherche. Il existe aujourd'hui un décalage entre la France et l'Inde. Il faudra le conserver : avoir toujours trois ans d'avance. » ■

BENOÎT FLOCH

Classement

HEC toujours en tête des écoles de commerce européennes

Selon le palmarès annuel des business schools européennes du Financial Times, publié lundi 5 décembre et fondé sur ses trois classements de programmes parus en 2011 (MBA, EMBA et Masters), HEC y occupe la première place (6^e des MBA, 1^{er} des EMBA et 3^e des masters), comme les deux années précédentes.

La grande école de commerce de Jouy-en-Josas, qui profite de sa présence dans les trois palmarès, devance ainsi l'Insead (France), la London Business School (Royaume-Uni), l'IESE (Espagne), l'IMD (Suisse) et l'Institut de empresa (Espagne), qui n'apparaissent que dans les classements de MBA et de EMBA. ■

Apprentissage

Une « grande école des métiers » pour les Compagnons du devoir

L'Association ouvrière des Compagnons du devoir du tour de France ouvrira, à la rentrée de septembre 2012, une « grande école des métiers » dans toutes les spécialités. La formation a déjà été mise en place pour les mécaniciens en 2010 et est accessible aux carrossiers, aux électriciens et aux couvreurs depuis le mois de septembre. Envisagée comme une grande école « mobile, adaptable et souple » par son directeur, André Malicot, la « grande école » devra reconnaître les compétences acquises pendant le tour de France : les compagnons obtiendront dorénavant un diplôme, de niveau licence, à son issue. Jusqu'alors, seuls le CAP et le BEP sanctionnaient l'apprentissage des compagnons. Le cycle de formation commencera en même temps que le Tour de France. Il consistera en un perfectionnement qui comprend des cours du soir, un séjour dans une université ou une entreprise étrangère partenaire. La durée de la formation s'étend généralement de trois à cinq ans. ■

ADRIEN MAILLARD

« Erasmus pour tous », ambitionne de toucher un public plus vaste

La Commission européenne veut augmenter le budget de ce programme de 70 % d'ici à 2020

Qui n'a pas rêvé un jour de vivre l'aventure de *L'Auberge espagnole*, le film de Cédric Klapisch qui mettait en scène huit étudiants de nationalités différentes bénéficiant du programme Erasmus ? Pourtant, et malgré une hausse de 7,4 % en 2009-2010 par rapport à 2008-2009, Erasmus ne concerne « malheureusement aujourd'hui que 2 % des étudiants européens », selon un rapport du Conseil économique, social et environnemental. En 2009-2010, plus de 213 000 étudiants ont obtenu une bourse Erasmus pour étudier ou se former à l'étranger.

Sur la même période, si la France a dépassé pour la première fois les 30 000 participants (contre 28 283 un an auparavant) derrière l'Espagne et l'Allemagne, le président honoraire de l'assemblée des chambres de commerce et d'industrie regrette que « 40 % proviennent des écoles d'ingénieurs et des grandes écoles alors que ces établissements ne représentent que 8 % des effectifs de l'enseignement supérieur ».

Il était urgent d'agir. D'autant que les étudiants commençaient à délaisser l'Europe pour des destinations plus lointaines. Malgré la crise de la dette dans la zone euro, la Commission européenne a décidé d'augmenter de 70 % le budget d'« Erasmus pour tous » (nouveau nom du programme qui fusionne les sept existants : Erasmus, Leonardo da Vinci, Comenius...) entre 2014 et 2020, à 19 milliards d'euros.

Pour Patricia Pol, conseiller aux affaires européennes et internationales à l'Agence d'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur, il y avait un risque que l'attrait pour Erasmus « décline »

s'il restait en l'état. « Regrouper tous les programmes est une excellente chose, et on ne peut que se réjouir de la hausse du budget, qui devrait permettre d'augmenter la part des étudiants moins favorisés », estime cette grande militante du programme Erasmus depuis vingt ans.

Au total, depuis 1987, date de lancement d'Erasmus, près de 5 millions de personnes devraient pouvoir étudier ou acquérir une expérience professionnelle à l'étranger d'ici à 2020. Soit presque deux fois plus que depuis le démarrage du programme.

« On va désormais toucher de nouveaux publics. L'objectif, c'est qu'un maximum de jeunes rencontrent l'Europe une fois dans leur vie », se félicite Damien Abad, député européen et président de l'intergroupe jeunesse au Parlement européen. Mais pour que « cela fonctionne, prévient-il, il faudra évidemment que les Etats membres et les collectivités locales jouent le jeu et mettent de l'argent ». Les bourses vont de 150 à 250 euros par mois, mais le plus souvent, le budget pour l'étudiant est deux fois plus élevé. Entre 1987 et 2011, 1,8 million d'étudiants de l'enseignement supérieur et professionnel ont bénéficié d'une bourse. Avec le nouveau programme, ils seront 1,2 million de plus à pouvoir en profiter.

Une autre innovation suscite des interrogations : un mécanisme de caution de prêts pour aider les étudiants en master. « Endetter des étudiants pour une mobilité n'est pas évident. Cela peut même être dangereux avec 22 % de jeunes au chômage en France, 44 % en Espagne », souligne Patricia Pol. ■

N. Bn

METTEZ VOS SENS
EN ÉBULLITION.
TURIN ET MILAN
3 A/R PAR JOUR
AVEC TGV.



TURIN ET MILAN À PARTIR DE 25€* AVEC TGV.
AU DÉPART DE PARIS, LYON ET CHAMBÉRY.

*Prix au tarif Mini, à partir de et par personne, valable pour un aller simple en 2^{ème} classe sur les destinations de Turin et Milan, certains jours dans certains trains et dans la limite des places disponibles à ce tarif. Achat au plus tard 14 jours avant la date du voyage. Billets non échangeables et non remboursables. Offre non cumulable avec toute autre promotion en cours au tarif réduit SNCF. En vente dans les gares, boutiques SNCF, par téléphone au 3635 (0,34€ TTC/min, hors surcoût éventuel), auprès des agences de voyages agréées SNCF et sur www.voyages-sncf.com. TGV® est une marque déposée de SNCF. Tous droits de reproduction réservés. SNCF - 34, rue du Commandant Mouchotte - 75014 Paris - R.C.S. Paris B 552 049 447.

TGV, membre de Railteam

Le riche M. Kulkarni offre un campus made in France aux étudiants indiens

Spécialisées dans la création numérique, les écoles Supinfocom s'installent près de Bombay, aux premières loges pour fournir le cinéma indien de Bollywood

Pouné (Inde)
Envoyé spécial

Il y a un mot que M. Kulkarni aime particulièrement utiliser : « best ». En toute chose, l'homme d'affaires indien veut le « meilleur ». Pour le campus universitaire qu'il a créé de toutes pièces à Pouné, à 160 kilomètres à l'est de Bombay, il n'a pas lésiné sur les moyens. Des bâtiments flambant neufs, un campus hérissé de sculptures, des équipements de pointe et... la France.

L'université est entièrement financée par M. Kulkarni, mais ce sont des établissements français qui s'y installent : les trois écoles Supinfocom spécialisées dans la création numérique (animation, jeu vidéo, design industriel), créées par la chambre de commerce et d'industrie Grand Hainaut (CCI), à Valenciennes.

Vendredi 2 décembre, M. Kulkarni inaugure son campus. A son habitude, il a mis les petits plats dans les grands. Sous un immense chapiteau abondamment décoré de fleurs et de tissus colorés, M. Kulkarni a accueilli la présidente de l'Inde, Pratibha Patil, et une importante délégation française.

Pour l'homme d'affaires indien, qui a commencé à l'âge de 8 ans en vendant des légumes dans la rue puis en nettoyant des téléphones chez des particuliers, c'est une consécration. Aujourd'hui à la tête d'un empire immobilier, il tient sa revanche. « Mon rêve, assure M. Kulkarni, n'est pas de gagner de

l'argent, mais de faire en sorte que nos étudiants soient les meilleurs. Dans ma famille, on croit beaucoup aux mérites de l'éducation. Ce pays m'a beaucoup donné ; mon tour est venu de faire quelque chose de bien. Le gouvernement indien ne donne pas beaucoup d'argent pour l'éducation. Il faut bien que quelqu'un fasse le sacrifice ! »

La mondialisation est au cœur même du projet de partenariat franco-indien

Montant du « sacrifice » : 60 millions de dollars. Le prix de la liberté pour le millier d'étudiants qui, à terme, devrait fréquenter le campus. Car, si l'entrepreneur fait appel à des Français plutôt qu'à des Indiens, c'est parce qu'il veut un enseignement très pratique permettant aux diplômés d'être immédiatement opérationnels en entreprise et capables eux-mêmes de créer de l'emploi. « Je veux libérer les étudiants, dit-il. Le système éducatif que nous ont légué les Anglais, à l'indépendance, est très académique. Il ne dispense pas les enseignements dont nos étudiants ont besoin. »

Ce que confirme Alexis Madinier, directeur de Supinfogame, l'école de jeux vidéo : « En arrivant dans notre école, les étudiants indiens sont un peu perdus. On ne leur a jamais demandé de comprendre, d'apprendre par eux-mêmes.

La première année, c'est donc lavage de cerveau ! On les jette à l'eau. On les pousse à l'erreur pour qu'ils apprennent de leurs erreurs. C'est comme ça dans nos métiers... » C'est un secteur où « il se produit un changement technologique tous les deux à cinq ans », explique M. Madinier. Mon but n'est pas de leur apprendre comment je faisais des jeux il y a dix ans, mais de pouvoir jouer aux leurs ! »

Aujourd'hui, 80 étudiants sont inscrits dans l'école de M. Madinier (dont quinze Européens). Ils travaillent en « studio » plutôt qu'en classe, et apprennent le multiculturalisme. « C'est ce qui marche, estime M. Madinier. Le jeu vidéo est un marché global. »

Au reste, la mondialisation est au cœur même du projet de partenariat franco-indien. L'idée des patrons de la chambre de commerce Grand Hainaut est de préparer

l'avenir économique de leur territoire en misant sur la création numérique. Parallèlement au partenariat avec les Indiens, une « serre numérique » est en gestation à Valenciennes, qui prévoit la création d'une zone franche de créativité numérique regroupant les écoles Supinfocom et des entreprises. La clé : 2 000 emplois. Et une spécialité : les *serious game*, jeux à vocation pédagogique.

L'objectif, explique Francis Aldebert, président de la CCI, c'est 30 % de l'activité à Valenciennes (création) et 70 % en Inde (production). Bien entendu, confie-t-il, « en signant avec le groupe Kulkarni, on s'est demandé si on n'allait pas se faire manger... La seule réponse, c'est la recherche. Il existe aujourd'hui un décalage entre la France et l'Inde. Il faudra le conserver : avoir toujours trois ans d'avance. »

BENOÎT FLOC'H

Classement

HEC toujours en tête des écoles de commerce européennes

Selon le palmarès annuel des *business schools* européennes du *Financial Times*, publié lundi 5 décembre et fondé sur ses trois classements de programmes parus en 2011 (MBA, EMBA et Masters), HEC y occupe la première place (6^e des MBA, 1^{er} des EMBA et 3^e des masters), comme les deux années précédentes.

La grande école de commerce de Jouy-en-Josas, qui profite de sa présence dans les trois palmarès, devance ainsi l'Insead (France), la London Business School (Royaume-Uni), l'IESE (Espagne), l'IMD (Suisse) et l'Institut de empresa (Espagne), qui n'apparaissent que dans les classements de MBA et de EMBA. ■

Apprentissage

Une « grande école des métiers » pour les Compagnons du devoir

L'Association ouvrière des Compagnons du devoir du tour de France ouvrira, à la rentrée de septembre 2012, une « grande école des métiers » dans toutes les spécialités. La formation a déjà été mise en place pour les mécaniciens en 2010 et est accessible aux carrossiers, aux électriciens et aux couvreurs depuis le mois de septembre.

Envisagée comme une grande école « mobile, adaptable et souple » par son directeur, André Malicot, la « grande école » devra reconnaître les compétences acquises pendant le tour de France : les compagnons obtiendront dorénavant un diplôme, de niveau licence, à son issue. Jusqu'alors, seuls le CAP et le BEP sanctionnaient l'apprentissage des compagnons. Le cycle de formation commencera en même temps que le Tour de France. Il consistera en un perfectionnement qui comprend des cours du soir, un séjour dans une université ou une entreprise étrangère partenaire. La durée de la formation s'étend généralement de trois à cinq ans. ■

ADRIEN MAILLARD

« Erasmus pour tous », ambitionne de toucher un public plus vaste

La Commission européenne veut augmenter le budget de ce programme de 70 % d'ici à 2020

Qui n'a pas rêvé un jour de vivre l'aventure de *L'Auberge espagnole*, le film de Cédric Klapisch qui mettait en scène huit étudiants de nationalités différentes bénéficiant du programme Erasmus ? Pourtant, et malgré une hausse de 7,4 % en 2009-2010 par rapport à 2008-2009, Erasmus ne concerne « malheureusement aujourd'hui que 2 % des étudiants européens », selon un rapport du Conseil économique, social et environnemental. En 2009-2010, plus de 213 000 étudiants ont obtenu une bourse Erasmus pour étudier ou se former à l'étranger.

Sur la même période, si la France a dépassé pour la première fois les 30 000 participants (contre 28 283 un an auparavant) derrière l'Espagne et l'Allemagne, le président honoraire de l'assemblée des chambres de commerce et d'industrie regrette que « 40 % proviennent des écoles d'ingénieurs et des grandes écoles alors que ces établissements ne représentent que 8 % des effectifs de l'enseignement supérieur ».

Il était urgent d'agir. D'autant que les étudiants commencent à délaisser l'Europe pour des destinations plus lointaines. Malgré la crise de la dette dans la zone euro, la Commission européenne a décidé d'augmenter de 70 % le budget d'« Erasmus pour tous » (nouveau nom du programme qui fusionne les sept existants : Erasmus, Leonardo da Vinci, Comenius...) entre 2014 et 2020, à 19 milliards d'euros.

Pour Patricia Pol, conseiller aux affaires européennes et internationales à l'Agence d'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur, il y avait un risque que l'attrait pour Erasmus « décline »

s'il restait en l'état. « Regrouper tous les programmes est une excellente chose, et on ne peut que se réjouir de la hausse du budget, qui devrait permettre d'augmenter la part des étudiants moins favorisés », estime cette grande militante du programme Erasmus depuis vingt ans.

Au total, depuis 1987, date de lancement d'Erasmus, près de 5 millions de personnes devraient pouvoir étudier ou acquérir une expérience professionnelle à l'étranger d'ici à 2020. Soit presque deux fois plus que depuis le démarrage du programme.

« On va désormais toucher de nouveaux publics. L'objectif, c'est qu'un maximum de jeunes rencontrent l'Europe une fois dans leur vie », se félicite Damien Abad, député européen et président de l'intergroupe jeunesse au Parlement européen. Mais pour que « cela fonctionne, prévient-il, il faudra évidemment que les Etats membres et les collectivités locales jouent le jeu et mettent de l'argent ». Les bourses vont de 150 à 250 euros par mois, mais le plus souvent, le budget pour l'étudiant est deux fois plus élevé. Entre 1987 et 2011, 1,8 million d'étudiants de l'enseignement supérieur et professionnel ont bénéficié d'une bourse. Avec le nouveau programme, ils seront 1,2 million de plus à pouvoir en profiter.

Une autre innovation suscite des interrogations : un mécanisme de caution de prêts pour aider les étudiants en master. « Endetter des étudiants pour une mobilité n'est pas évident. Cela peut même être dangereux avec 22 % de jeunes au chômage en France, 44 % en Espagne », souligne Patricia Pol. ■

N. BN

METTEZ VOS SENS
EN ÉBULLITION.
TURIN ET MILAN
3 A/R PAR JOUR
AVEC TGV.



TURIN ET MILAN À PARTIR DE 25€* AVEC TGV.
AU DÉPART DE PARIS, LYON ET CHAMBÉRY.

*Prix au tarif Mini, à partir de et par personne, valable pour un aller simple en 2^e classe sur les destinations de Turin et Milan, certains jours dans certains trains et dans la limite des places disponibles à ce tarif. Achat au plus tard 14 jours avant la date du voyage. Billets non échangeables et non remboursables. Offre non cumulable avec toute autre promotion en cours au tarif réduit SNCF. En vente dans les gares, boutiques SNCF, par téléphone au 3635 (0,34€ TTC/min, hors surcoût éventuel), auprès des agences de voyages agréées SNCF et sur www.voyages-sncf.com. TGV® est une marque déposée de SNCF. Tous droits de reproduction réservés. SNCF - 34, rue du Commandant Mouchotte - 75014 Paris - R.C.S. Paris B 552 049 447.

TGV, membre de Railteam