

La Newsletter du

MASTER 2
Affaires Internationales et
Négociation Interculturelle
(AINI)
Mars 2008

N° 6

SOMMAIRE

L'édito du Directeur, Anne DEYSINE
Conférence sur la concurrence (07.11.07): compte rendu
Interview d'une ancienne étudiante Marthe Grolleau
Interview de Mme Teirlynck (Alcaltel-Lucent)
Exemple d'une entreprise de parrainage: Babywatch
Interview de Jean-Philippe Denis, professeur à Paris X
Le dernier voyage du juge Feng
Visite à la Commission Européenne: compte rendu



En ce début d'année 2008, l'actualité est dominée par les nouvelles économiques (baril de pétrole à 110 \$, parité euro/dollar ayant quelques avantages et pas mal d'inconvénients), la chute des marchés financiers et par l'actualité politique américaine. Les médias français nous font suivre au jour le jour l'actualité politique américaine et certains se demandent pourquoi. Il y a au moins deux raisons. La première est que le processus des primaires est fascinant en lui-même et l'autre est qu'à l'issue du processus de sélection, les observateurs sauront enfin qui sont les candidats du côté républicain et du côté démocrate. Or, ce choix est loin d'être indifférent

car il aura un impact sur la France, sur le monde, et plus généralement sur la planète.

Les primaires sont à la fois un exercice futile, peu démocratique et fort démocratique. Si l'on prend le cas du caucus de l'Iowa, pourquoi ce petit État de 2,7 millions d'habitants (blanc à 95 %) aurait-il le droit de « tuer » certaines candidatures et d'en propulser d'autres sur le devant de la scène? Ce progrès spectaculaire est en partie dû au charisme du premier candidat noir (mais non descendant d'esclaves) Barak Obama, junior sénateur de l'Illinois, mais aussi aux attentes immenses des Américains et des démocrates en particulier après les attentats terroristes du 11 septembre, et plus de 7 années de présidence Bush. Pour la première fois, il y a une bouffée d'oxygène et d'espoir, thème de la campagne d'Obama. mais les candidats démocrates ne sont toujours pas départagés en raison du calcul des délégués.

Ce qui frappe et suscite l'admiration dans le cas des États-Unis, c'est la capacité rebondir. Que ce soient les individus, les entreprises, le pays tout entier ou le système politique, c'est quand la situation est la plus grave que le sursaut se produit. Après l'atonie post 11 septembre, le Congrès et la Cour Suprême furent réduits au silence et acceptèrent d'être mis de côté mais l'un et l'autre se sont réveillés. La Cour Suprême a infligé en 2004 deux cinglants démentis au président, en particulier dans les affaires Guantanamo; et le congrès aux mains des démocrates depuis 2006 (et sous la houlette d'une femme Nancy Pelosi) reprend une à une chacune de ses prérogatives, tant législatives que de contrôle (oversight). Ce qui fascine aussi, c'est la possibilité que de nouvelles têtes surgissent et certaines d'entre elles, jeunes à la fois par l'âge et par la carrière politique. Les deux vainqueurs de l'Iowa étaient inconnus du peuple américain il y a six mois ; ce même s'il a fallu beaucoup d'efforts et beaucoup d'argent au sénateur Obama pour en arriver là ; et même si le succès fulgurant du pasteur/ex gouverneur Huckabee sont sans lendemain, c'est un succès en soi.

Après les conventions nationales de l'été, nous saurons enfin après les élections du 4 novembre qui sera le successeur de George Bush et le choix n'est pas sans conséquences pour l'Europe et le reste du monde. La personnalité du président, son passé, et son camp (démocrate ou républicain) auront un impact considérable sur la politique américaine, tant économique qu'internationale et donc sur nous tous. Si le successeur de George Bush est un peu plus conscient des réalités internationales que ne l'est l'occupant actuel de la Maison-Blanche, cela ne réglera pas la situation en Irak immédiatement mais cela devrait stabiliser la situation internationale et les conflits larvés ou existants. Par ailleurs, on sait que les démocrates sont plus réservés quant au libre-échange et aux accords internationaux ; on peut donc penser que le congrès démocrate ne votera pas, aussi bien pour un président républicain que démocrate, les pouvoirs spéciaux qui lui permettent de négocier en matière commerciale (ce qu'on appelait le Fast Track et qui s'appelle maintenant Trade Promotion Authority), empêchant ainsi la conclusion du cycle de négociations de Doha. En revanche, des progrès sur le front du développement durable sont prévisibles et le nouveau président entrera en fonction à temps (20 janvier 2009) pour préparer et finaliser l'après Kyoto.

Qui que soit le successeur de l'actuel occupant, prions pour qu'il soit un peu plus à l'écoute des pays européens, du Moyen-Orient et plus globalement des autres pays. C'est le vœu que je formule en ce début d'année, en y ajoutant tous mes vœux pour une excellente année 2008 à nos lecteurs et à tous ceux qui travaillent avec nous.

Anne Deysine

Conférence La France et l'Union Européenne face à la politique de concurrence

Nous nous sommes rendues, en novembre dernier, à une conférence organisée à l'IEP de Paris, sur le thème : la France et l'Union Européenne face à la politique de concurrence, présidée par Mario Monti (ancien Commissaire à la Concurrence et Président de l'université de Bocconi).

Bon nombre d'intervenants nous ont exposé leurs points de vue sur le sujet, chacun ayant des positions bien établies. Tous étaient d'accord pour admettre que la politique de concurrence aide au développement des entreprises et à la croissance de l'économie des pays européennes. Selon Mario Monti, « pour augmenter le pouvoir d'achat, il faut que s'accroisse la concurrence ». En effet, pour certains, la politique de concurrence a eu de nombreuses répercussions positives sur la consommation des ménages européens : les prix baissent, le pouvoir d'achat est donc plus conséquent. Cependant, c'est l'image même de la concurrence qui est remise en question : elle est perçue comme étant la cause des délocalisations et, par là, des pertes d'emplois.

C'est le cas de la France, qui a une vision relativement négative de cette politique de la concurrence. En effet, les Français ne voient pas les retombées sur la consommation et ses avantages. Comme l'a si bien exposé Jean-Louis Bianco (député PS, ancien ministre) : « il y a un véritable retard dans la prise de conscience en France des effets de la concurrence ». Mais en creusant, on se rend compte que les principales critiques des Français concernent davantage le capitalisme dans son ensemble que la politique de concurrence à elle seule. Tous les intervenants s'accordaient pour dire qu'en France, on associait de manière fautive et infondée, politique de concurrence et libéralisme économique exacerbé.

Au niveau européen, le concept de concurrence est largement mis en avant. Cependant, il a été répété que, bien « Union Européenne aide à aller vers la concurrence », elle doit auparavant se concentrer sur la définition même de la concurrence loyale, par opposition à la concurrence déloyale.

Pour certains pays d'Europe Centrale, la concurrence est un atout : avec leur entrée récente dans l'Union Européenne, ils ont vu les frontières s'ouvrir, pénétrant ainsi sur le Marché Commun où ils ont pu confronter leurs produits aux autres produits européens, avec souvent des prix plus attractifs. C'est donc un moyen de s'imposer sur le Marché Commun et par là d'aider à la croissance de leurs pays.

Pour conclure cette journée de conférences, nous pouvons noter que malgré les avantages qu'elle offre, la politique de concurrence n'est pas toujours perçue à sa juste valeur; notamment en France où un travail important reste à faire afin de donner une définition non seulement exacte, mais surtout réelle (la concurrence n'est pas la mondialisation, ni les délocalisations...). Parallèlement, un travail sur l'image qui passe par l'information et l'éducation doit être mené. Dans le cas contraire, elle continuera à faire peur à certains.

Emilie Fages

Le parcours d'une étudiante après le Master

Marthe Grolleau, à la suite d'un baccalauréat Littéraire, et d'une formation LEA Anglais/Italien à l'Université Paris X Nanterre, a poursuivi par le Master 2 AINI. Son choix pour cette formation s'explique par « son caractère international et son aspect professionnel marqué par le parrainage et le stage de longue durée ». Elle décrit son expérience AINI comme « une formation solide, une ouverture sur le monde du travail, un stage à l'étranger, et un contrat de VIE ». En effet, à la suite de son parrainage chez Novalys, éditeur international de logiciels, Marthe a renforcé son expérience du monde



informatique avec une mission de 4 mois au Canada prolongé par un contrat de VIE. Elle a ainsi bénéficié d'une expérience dans un domaine technique totalement étranger à sa formation initiale, et de l'opportunité de travailler à l'étranger. Marthe est aujourd'hui Product Manager au sein de Novalys SA au Canada.

Interview de Madame TEIRLYNCK



Q: Pouvez-vous nous décrire votre parcours?

R: J'ai poursuivi des études de lettres et de philosophie en Belgique, d'où je suis originaire. J'ai par la suite obtenu un Master de marketing. Le choix du marketing c'est fait par hasard... Cela s'est fait par une rencontre...

Q: Pouvez-vous nous décrire votre parcours professionnel?

R: Après mes études, j'ai suivi une carrière plutôt linéaire. J'ai travaillé deux ans chez IKEA en tant que directeur marketing après mon stage. Puis, j'ai travaillé dans une agence de publicité pendant 8 ans. Par la suite, je suis entrée chez Alcatel-Lucent en Belgique où je suis restée 6 ans. J'étais en charge du marketing et de la communication. Mon travail concernait la zone Europe du Nord mais aussi la Corée, la Russie et Israël. En 2000, j'ai été mutée au siège à Paris, où j'ai pu donner une dimension vraiment mondiale à ma carrière. J'ai pris la direction du marketing s'adressant plus particulièrement aux entreprises. Ma carrière est en constante évolution, puisque aujourd'hui je suis à la direction de convergence. De plus, je m'occupe aussi de développement durable, plus particulièrement, de la protection des climats. Dans les prochaines semaines, je risque par ailleurs d'évoluer au sein du groupe.

Q: Qu'est-ce qui vous attire dans votre travail?

R: La diversité des tâches et les différents profils auxquels on s'adresse font partie des caractéristiques que j'apprécie le plus dans mon travail. Les moyens et la liberté d'un grand groupe pour établir une stratégie et la mettre en place sont aussi des choses que j'apprécie.

Q: Selon vous, quelles caractéristiques faut-il posséder pour un "poste à l'international"?

R: Il faut bien sûr avoir des connaissances linguistiques afin de pouvoir communiquer avec son interlocuteur. Des connaissances culturelles sont évidemment un plus. Voyager est aussi un plus, tout comme posséder une ouverture d'esprit, et assez d'humilité afin de comprendre que ce qui marche dans un pays ne va pas nécessairement fonctionner dans un autre.

Par exemple, il a été très difficile de communiquer avec les équipes chinoises. En effet, elles nous disaient oui à ce que l'on demandait, mais elles ne le faisaient pas, car elles ne comprenaient pas ce que l'on attendait d'elles; et elles n'osaient pas nous le dire... La solution a été d'envoyer quelqu'un là-bas. Il lui a fallu 6 mois pour qu'elle puisse s'intégrer et avoir la confiance des employés sur place. La distance plus la différence de langue et de culture ne font que multiplier les sources de malentendus. Ce type de subtilité "s'apprend à la dure".

Q: Comment avez-vous vécu la fusion Alcatel-Lucent?

R: C'est une grande leçon d'aventure. Seul quelqu'un de l'intérieur, peut vraiment comprendre ce qui se passe lors d'une fusion de deux grands groupes. On peut décrire ce mouvement comme un déracinement, une perte de repère. Nivelier les différences entre le modèle européen et américain prend du temps. Mais ce mouvement est en marche.

Q: Quels sont à votre avis les caractéristiques de la culture d'entreprise d'Alcatel-Lucent?

R: Les traits de la culture d'entreprise d'Alcatel-Lucent sont la fierté d'appartenir à un groupe innovant. Nous sommes fiers de cette expertise et d'être à la pointe de la R&D. La mobilité, l'évolution au sein du groupe et la diversité des profils sont aussi des points forts.

Q: Que pensez vous de notre Master? Pourquoi avez-vous accepter d'y intervenir?

R: J'ai connu votre Master par l'intermédiaire de mon patron, qui y avait déjà fait une intervention. J'ai beaucoup apprécié l'interaction avec votre promotion et j'ai pris plaisir à intervenir. Je trouve, que le fait d'être un petit groupe aux origines culturelles si diverses est une vraie opportunité. La venue de professionnels ajoute un plus indéniable à cette "formule payante".

Babywatch : spécialiste des montres pour enfants

Cette TPE, composée de 4 personnes, a été créée en 1993 et a son siège à Courbevoie (92). À ses débuts, son créateur, Rémy Haddad, présentait des montres comme accessoire de mode : de petites montres ne se limitant pas à l'usage traditionnel que tout le monde connaît. Cette montre pouvait s'accrocher à la ceinture, aux barrettes de cheveux... Selon les envies des clients ! Babywatch s'est très rapidement exporté, en commençant par ses voisins européens (Italie, Royaume Uni, Belgique, ...). C'est seulement après quelques années que l'entreprise a décidé de se spécialiser dans les montres, non plus comme un accessoire mais comme un véritable outil pédagogique pour les enfants. L'idée: un cadran fournissant une double information (les heures et les minutes), le tout accompagné d'une méthode expliquant aux parents comment apprendre à son enfant à lire l'heure. Par le développement de nouvelles montres puis par celui de nouveaux accessoires (bijoux de portable, magnets et zippers: gamme Wasabisabi), Babywatch décide de compléter sa gamme enfant en s'ouvrant à une clientèle plus large. La fabrication des produits a rapidement été confiée à deux entreprises de Hong Kong avec qui Babywatch travaille depuis sa création. Ses clients sont des magasins spécialisés dans les jouets, des boutiques cadeaux, des librairies, ainsi que des grandes chaînes de magasins de jouets (Jouet Club, Toys'R'us, La Grande Récré...).

Les produits sont vendus dans un total de 800 points de ventes en France et 400 à l'export. Babywatch emploie différentes techniques de vente à l'international: la vente en direct pour la France, l'Espagne, la Belgique, entre autres ; par l'intermédiaire d'agents aux USA et au Royaume Uni ; ou encore par le biais d'un réseau de distributeurs pour le Japon, le Danemark, le Portugal et la Grèce. Les ventes à l'international représentent aujourd'hui environ 40% de son chiffre d'affaires total. L'entreprise s'oriente maintenant vers des contrats de licence, comme ceux déjà en place avec Disney et Nickelodéon (Dora l'Exploratrice).

Cette année, Baby Watch, par l'intermédiaire des CCE du 92, a proposé à notre formation une mission de « parrainage » axée vers l'international. Ce parrainage consiste à passer un jour et demi par semaine en entreprise jusqu'en Décembre, puis deux journées entières à partir du mois de Janvier. En Novembre dernier, une de nos étudiantes a donc été sélectionnée par l'entreprise, via un entretien, et s'est vue confier une mission.

La mission proposée par Baby Watch consiste à définir et mettre en place la création d'un site Internet destiné aux points de vente en France et à l'export. Ce site devra également comprendre un catalogue électronique ainsi qu'un portail permettant de passer commande « on-line ». De plus, l'étudiante a pour autre mission d'améliorer les processus d'exportation, l'envoi des marchandises, la facturation et la relance téléphonique dans certains cas. Enfin, une étude de satisfaction a également été menée auprès des clients, français et internationaux, lors des salons (Maison & Objet et Univers d'enfants) de Janvier dernier.

Les étudiants sont également force de proposition : en effet, après avoir observé le travail effectué chez Baby Watch à son arrivée, notre étudiante a pris conscience de la qualité des relations et d'efforts de consolidation des liens avec les clients. Elle a donc proposé l'envoi d'une Newsletter régulière. Après avoir confié cette remarque à son supérieur, elle s'est vue attribuer la réalisation d'un dossier de proposition de « projet Newsletter », passant par l'établissement d'un plan marketing (contenant les dates clés de l'année selon les pays, les lancements produits, les salons, etc). Cette Newsletter sera destinée aux Etats-Unis et au Royaume-Uni.

La mission prendra fin au mois de Mars, soit un total de 5 mois d'aide apportée à l'entreprise. Son travail sera évalué lors de la remise du rapport de parrainage puis de la soutenance.



Emilie Fages

Interview de Jean-Philippe Denis

M. Denis, agrégé des Sciences de Gestion, a effectué sa rentrée au sein de Paris X en octobre dernier, enseigne la Stratégie. Monsieur Denis est, ailleurs le directeur du Master Achats Internationaux à Paris XII. Il nous a accordé quelques instants, afin de nous présenter son parcours.

Q: Pouvez vous vous présenter en quelques mots.

R: J'ai obtenu un DEA de Stratégie et Changements à l'Université de Lyon. J'ai poursuivi, entre 1997 et 2001, par l'élaboration d'une thèse consacrée aux "Stratégies des entreprises multinationales et multiactivités" dans le cadre d'un emploi de consultant-chercheur à la direction de la stratégie de Gaz de France.

Après cela, je suis devenu enseignant à l'université de Versailles (maître de conférence) puis Professeur des Universités.

Q: Pourquoi n'êtes pas vous pas resté dans le monde de l'entreprise?

R: C'est une question de vocation. Je ne souhaitais pas rester au sein d'une entreprise malgré différentes propositions d'emploi car je suis attaché pour de nombreuses raisons, aux activités d'enseignement et de recherche.

Q: Aujourd'hui quelle est votre activité?

R: Mon métier d'Universitaire consiste à mêler activités de recherche et de conseil auprès d'entreprises, direction de diplômés et, bien sûr, des enseignements dans ma discipline.

Q: Comment avez vous été contacté pour le Master AINI?

R: Je ne le connaissais pas avant d'arriver à Paris X. J'ai beaucoup apprécié la qualité des échanges avec la promotion et renouvellerai très probablement mon intervention l'an prochain.

Q: Quels sont à votre avis les points forts du Master AINI?

R: Il est rare de voir des Masters où la dimension internationale est aussi affirmée. C'est indéniablement une force. En outre, la promotion est très dynamique, signe de la qualité du recrutement et les profils sont très diversifiés, ce qui est un gage d'ouverture. Enfin, l'organisation générale du Master me semble être un point fort.

Q: Avez vous des projets futurs?

R: Je me consacre pour l'essentiel cette année à l'écriture de deux livres. Un premier, qui devrait sortir cette année, est consacré à la Politique générale des groupes: styles, gouvernances et territoires avec M. Alain Charles Martinet et M. Frank Tannery, respectivement Professeurs aux Universités Lyon 3 et Lyon 2. L'autre sortira en 2009 et portera sur les théories des organisations.

Le dernier voyage du Juge Feng

Dans des régions éloignées de tout, on découvre les minorités chinoises et leur mode de vie bien loin de celui des grandes villes comme Shanghai que la Chine met en avant (opposition entre tradition et modernité).

Le réalisateur, Liu Jie, a choisi de confronter ces communautés minoritaires face aux changements de la Chine. En prenant, comme symbole le système judiciaire chinois, qui cristallise le clivage entre modernité et tradition, Liu Jie filme/met en scène la Chine d'aujourd'hui, sujette à des bouleversements économiques et culturels importants mais dont la population, encore aux deux tiers paysanne, reste oubliée avec ses traditions et son mode vie particulier. Le long des sentiers étroits des magnifiques paysages du Yunnan, Le dernier voyage du juge Feng évoque la diversité du peuple chinois et l'échec d'une loi commune. Il pointe la "modernisation" du système judiciaire, qui loin de prendre en compte les

[suite page suivante](#)

spécificités chinoises, tente de se calquer à ce qui serait un modèle occidental. L'opposition entre modernité et tradition (aussi présente dans les relations intergénérationnelles) est symbolisée par les personnages du juge Feng, bientôt à la fin de sa carrière, et Ah-Luo, tout juste sorti de l'université d'une grande ville.

Ce film a été un support pour nos cours de Master 2 Affaires Internationales et Négociation Interculturelle. En effet, nous avons pu découvrir le système judiciaire chinois et également la difficulté d'appliquer des lois qui n'ont pas pris en compte l'aspect culturel et traditionnel de certaines régions telles que le Yunnan, symbole des zones rurales.

Notre Master 2 AINI a pour but de nous aider à comprendre les autres cultures et à nous apporter toutes les connaissances et compétences (droits, finance, culture, NTIC, marketing....) pour négocier au mieux dans le monde actuel, faire de nous des acteurs de la globalisation qui tiennent compte de chaque particularité face à chaque pays ou région....connaître son interlocuteur: c'est le respect.

Durant le film, la question sur les lois chinoises se pose; elles ne sont pas du tout adaptées aux zones rurales, donc difficilement applicables.

Les campagnes représentent deux tiers de la Chine. Par conséquent, le gouvernement devrait tenir compte de leurs besoins juridiques, au risque d'être confronté à des hors la loi ou, pire, à des rébellions (révolutions paysannes). Enfin, il est important de préciser que ce film est inspiré d'une histoire vraie, et qu'il met en lumière un réel problème, puisqu' il y a actuellement en Chine un millier de cours ambulantes.

Si vous avez apprécié ce film, voici quelques recommandations, qui dénoncent la modernisation chinoise à deux vitesses: Still Life, The World de Jia Zhangke.

Nadia Kadri

Visit to the European Union Commission in Brussels

The students from Master 2 had the opportunity to visit the European Commission in Brussels on December 7, 2007. Mrs. Anne Deysine, accompanied the 20 students on this information conference organized by Mrs. Gabrielle Jaeger from the Directorate General for Education and Culture.

After arriving at the commission, we were welcomed by Mrs. Simona Musti who was in charge of the opening session. Starting from the introduction phase, she was glad to see the diversity in the room; this year's Master 2 cohort is represented by 11 nationalities, 18 origins, and speaks 14 different languages.

During the first session, Mr. Maurice Guyader from Directorate General Enlargement discussed the history of EU enlargement as well as some of the current issues involved with new members. Besides highlighting the elements of EU membership based on political, economic and administrative criteria, he also talked about some of the difficulties encountered by newly member countries during the transition period such as the adoption of the euro.

After, Mr. Michel Maroy from the Office of Public affairs conducted a presentation on institutions and simplified treaties. This presentation led to a further

discussion on European citizens and their representation in terms of qualified majority.

Second session of the conference was focused on policy issues and lobbying. First, Mr. Paolo Garzotti from Directorate General Trade discussed about trade policy and WTO negotiations as well as their influence on bilateral relations. Not to mention the economic advantages of the service economy.

Then we had an interesting presentation by Mr. Gerard Legris from Secretary General on transparency, relations with interest groups and other organizations using diagrams and links to show the entrance points in lobbying. As a French citizen, it is difficult to differentiate between corruption and lobbying, but Mr. Legris explained the reasons as to how lobbying can have a positive effect in the decision making process such as gathering as much information as possible in all aspects (political, economic, social, etc.).

This conference was not only educational but also an eye-opening experience for the participants because they were able to discuss current EU issues with individuals who have first-hand experience on the subject matter. After the conference, we had a chance to visit Brussels and enjoy some of their finest specialties like chocolate and waffles.

Jani Ranasinghe

LA PROMOTION 2007-2008



...au grand complet!

REMERCIEMENTS

Mme Teirlynck, Mlle Grolleau et M. Denis pour leur participation et leur temps. L'entière promotion du MASTER AINI et plus particulièrement celles qui ont participé à cette Newsletter, pour leur réactivité, leurs articles, photos... Nous tenons aussi à remercier les autres membres de l'équipe Newsletter pour les interviews, les bons moments et le travail effectué.

Nous voulions terminer par remercier tous les enseignants du Master 2, notamment Mme Deysine et M. Arnaud pour leurs conseils.

Equipe Newsletter
Audrey GALVANI, Emilie FAGES et Sandra BOUARROUDJ

A noter: la date de la remise des diplômes est déjà fixée, elle aura lieu le 23 octobre 2008
Pensez à réserver cette date!