

Spirit

of *management*

DOSSIER SPÉCIAL
« Alumni – Success stories
Vente & Événementiel »

**HEC Liège, leader des formations
d'excellence à la vente**

**Rencontre avec Yves Noël, Président de NMC,
parrain de la promotion 2015-2016**

Focus on our Masters in Economics

Penser la société autrement

Fiscalité des entreprises multinationales

Knowledge Partners



Project Partners



Business Spirit Partners



Welcome to this latest edition of Spirit. One of the questions that I have often been asked as a dean, both here and in my previous roles, is "what makes your school distinct?" For the deans of many management schools, this is a hard question to answer. We compete in a marketplace where a large number of schools offer the full service from bachelors to masters, with doctoral and executive programmes. Most aspire to high quality, some will claim social or economic impact, and many will claim to be internationalised. Indeed, all these things are true of HEC Liège and we are rightly proud of them, but they are not distinctive.



Adrian Hopgood
Director General & Dean
HEC Liège

In my view, we are a **distinctively networked school**. We enjoy exceptional links with businesses locally and regionally. We partner with top-quality universities globally. Last but not least, we have a network of 14,000 alumni around the world. Indeed, the loyalty, support and enthusiasm of our alumni constantly impresses me.

This differentiation has a clear purpose in benefiting our stakeholders. Regional businesses and communities benefit from our expertise and from highly employable graduates. Our students enjoy an education that is simultaneously practical and academically strong. They also gain from exceptional opportunities to study with partners overseas. Our graduates therefore benefit from international experience, skills for the workplace, and a network of employers. Finally, our researchers benefit from the school's networks through partnership and practical case studies, which in turn enrich the students' learning experience.

Our distinctive networks are clear to see from this edition, which includes articles on alumni, exchange programmes, field trips, international research, the Jean Rey European conference series, and our longstanding supporter Yves Noël, who is the 'godfather' to the class of 2016.

Since the last edition of SPIRIT in February, we have received the excellent news that we have obtained reaccreditation for our Master in Business Engineering for the full five-year maximum period (EPAS is the EFMD Programme Accreditation System, an award of the European Foundation for Management Development). When combined with our existing EPAS accreditations of the Master in Management and the Doctoral Programme, all of our post-Bachelor business and management provision is accredited. We are therefore entering the School-wide EQUIS accreditation process well prepared.

Another key development in recent months has been the development of the strategic plan for the Faculty. One of the most satisfying occasions for me was the workshop in April in which a variety of colleagues generated a wide range of excellent ideas, many of which have contributed to our plan for the future. The spirit of collegiality was fantastic. So, on reflection, perhaps we are also distinctively networked in yet another way, i.e. our internal network of comradeship, mutual support, and teamwork.



s o m m a i r e

Juin 2016 - n° 27

SUCCESS STORIES



p.6 | Dossier spécial Alumni-Vente & Événementiel

p.22 | Executive Education

HEC Liège, leader des formations d'excellence à la vente

p.24 | Focus

Et vous ?
Etes-vous customer-centric ?



p.26 | Développement durable

Penser la société autrement



p.28 | International

An Erasmus stay in Turkey: the start of a career as entrepreneur

p.30 | Education

Focus on our Masters in Economics



p.32 | Rencontre

Yves Noël, Président de NMC, parrain de la promotion 2015-2016

p.35 | Recherche

GRH et performance d'entreprises

p.38 | Education

Apprendre une langue autrement

p.42 | Fonds

Bilan du 1er cycle des Grandes conférences européennes
Jean Rey

p.44 | International

Field Trip Italie

p.46 | Research@HEC

Fiscalité des entreprises multinationales



p.48 | Partenaires

Guest speakers

p.50 | Inside

p.52 | Events & News



SUCCESS STORIES



*Ce sont des boîtes à idées.
Ils enchaînent les projets à succès.
Ils ont en commun la passion,
l'énergie, l'ambition,
la créativité.*

Ils vendent des produits de qualité, ont la volonté d'agir pour rendre leur environnement, immédiat ou global, meilleur ; ils créent des sociétés aux concepts innovants, dans des secteurs traditionnels ou émergents : beauté et cosmétiques, design et décoration, restauration et boissons, habillement, énergies durables, ... **Ils ont fait de la vente et de la relation privilégiée aux clients les fondements de leur entreprise.**

D'autres s'activent dans l'organisation d'événements majeurs, conjuguent lieu d'exception et expérience unique, proposent des épreuves originales, inédites, déclinent leurs compétences et se diversifient. **Ils ont fait de l'événementiel et de l'exceptionnel leur crédo.**

Rien ne semble les arrêter... Mais qui sont-ils ?

Poussons les portes et partons à la rencontre de ces Alumni entrepreneurs, armés de leur solide bagage en gestion acquis à HEC Liège, afin de lever un coin de voile sur leurs motivations et leurs projets.

Suivez-nous !

Nathalie HOSAY

Rédactrice en chef **SPIRIT of Management**



Jean RAUSIN → Cosmeticary

Ingénieur Commercial, promo 1995, Vice-Président de l'Association des Etudiants

PARCOURS PROFESSIONNEL

Jean Rausin entame sa carrière professionnelle de manière très classique, chez PwC à Luxembourg. Il s'expatrie ensuite à Londres, chez HEINZ (le ketchup !), fait un petit détour par Paris en tant que Financial Planning Manager pour l'Europe de l'Ouest, revient à Londres, et décide de changer de vie ! Le mal du pays !

« Comme beaucoup de réorientations professionnelles » explique Jean, « la mienne est le fruit du pur hasard ... J'avais toujours eu l'envie de me lancer et c'était le moment de le faire ... Mes années passées à Londres m'avaient fait prendre conscience des opportunités à saisir dans le domaine de la beauté en Belgique. C'était l'émergence des marques de niche à l'étranger et elles étaient encore très peu présentes chez nous. »

Et voilà - Cosmeticary venait de naître !

UNE ENSEIGNE DEDIEE A LA BEAUTE

Cosmeticary est une enseigne dédiée à la beauté (soins skin & hair, maquillage) et exclusivement aux marques de niche, peu connues en Belgique mais qui font fureur aux quatre coins de la planète. Des exemples ? Bobbi Brown, Laura Mercier, By Terry, Dermalogica, Bumble & Bumble, ... Luxe, glamour, volupté, marques exclusives qu'on ne trouve nulle part ailleurs en Belgique, voilà les ingrédients d'une belle réussite. Cosmeticary compte actuellement 4 points de vente (à Bruxelles, à Anvers et à Luxembourg) ainsi qu'un site de vente en ligne.

ALORS JEAN, LA CLE DE VOTRE REUSSITE ?

« Les atouts majeurs de notre enseigne sont le service, la compétence de notre personnel ainsi que la qualité de nos marques et produits. Nous sommes très axés sur le maquillage et offrons toujours des cours de maquillage (modules yeux/teint/ ...) à l'achat de produits. Nos conseillères en soins sont toutes esthéticiennes diplômées. Et moi je suis devenu maquilleur par la force des choses ... pour acquérir une crédibilité auprès de mes équipes ! »

VOTRE DEVISE ?

Make up is not about trends ... It's about YOU !

www.facebook.com/COSMETICARY-37308989548/

www.cosmeticary.com



Thomas MEMURLIN → The Huggy's Bar

Master en Sciences de gestion et master en Finance, promo 2011

PARCOURS PROFESSIONNEL

Début de carrière sans surprise pour Thomas Mémurlin : 2 ans et demi comme consultant chez Accenture Luxembourg, un an comme Partner manager chez Talkwalker (développeur de logiciels). Roberto Navarro, ancien étudiant de HEC, s'expatrie quant à lui pendant 3 ans, à Chicago, en tant que Consultant chez Aon Hewitt.

Amis durant leurs études, les deux comparses travaillent déjà dans l'HoReCa, c'est une passion.

Leur amour de la culture américaine et de sa relation directe aux clients fera le reste. Ils créent The Huggy's Bar en septembre 2012 et ouvre un premier restaurant à Liège. Le succès est immédiat. Ils décident alors de développer le concept en franchise et réalisent un gros travail pour transformer le modèle existant en un modèle à la fois durable et reproductible à l'échelle. La marque « *The Huggy's Bar* » est créée. « *Notre but est de mettre en place une structure qui va nous permettre d'ouvrir un maximum de restaurants tout en développant des fondations leur permettant de fonctionner correctement (Centrale d'achat, centrale de production, système de supervision, recherches et développement, etc.)* » explique Thomas.

En 2015, deux nouveaux restaurants (Soumagne et Nandrin) ouvrent leurs portes. Le mois dernier, c'est un 4e restaurant, à Liège (Passage Lemonnier) qui accueille les clients toujours plus nombreux, avant la 5e enseigne prévue à l'automne.

DES BURGERS, MAIS AUSSI DES STARTERS ET DU BEER PAIRING

Le concept « The Huggy's Bar » peut se résumer en une phrase : une véritable expérience restaurant, moderne et conviviale, autour d'un burger de qualité. « *Nous voulons redorer l'image du burger en le rendant gourmet et noble et en l'intégrant dans un réel concept de restaurant* » souligne Thomas. « *Nous avons aussi développé la THBEER, bière maison, toute première 'Bière à Burgers' au monde. Elle se marie à la perfection avec le goût de nos burgers, à base de produits frais et locaux.* » Autres éléments distinctifs : une 'belgian touch' indéniable, mélange de convivialité, de bières spéciales belges et de recettes du terroir et une diffusion en live des événements sportifs majeurs.

LA RECETTE, NON PAS DES BURGERS, MAIS DE VOTRE REUSSITE ?

« *Un concept très développé avec une identité forte, une vision à long terme, un souci des détails et beaucoup de travail !* »

VOTRE DEVISE ?

Gourmet Burger is the new pizza !

www.facebook.com/thehuggysbar/

www.huggysbar.com



Judith MICHEL → Sleev'in

Licenciée en sciences commerciales (promo 2005) - Diplômée de HEC Liège Entrepreneurs (promo 2006)

PARCOURS PROFESSIONNEL

Si l'objectif de Judith Michel a toujours été de créer son entreprise, elle décide à la sortie de ses études d'acquiescer d'abord de l'expérience, au Luxembourg chez GC Partner, la société de Gabriel Catania (voir p.16), puis à Liège chez XDC/Dcinex (filiale d'EVS active dans le cinéma digital). En parallèle, elle suit une formation de vente et négociation à Lille.

4 SOCIETES EN 4 ANS !

En 2012, la société Opale voit le jour : importation et distribution de vin, avec comme élément de différenciation, la spécialisation dans les bulles : Cava, Crémant, Prosecco, Champagne, Mousseux. Opale fournit restaurants et traiteurs, mais organise aussi des événements pour entreprises et particuliers. En 2014, Judith crée Sleev'in, société spécialisée dans l'habillage de bouteilles.

En 2015, elle reprend la société The Tasting Room Company, spécialisée dans l'importation et la distribution de vins sud-africains. Et elle est également gérante d'une société de conseil qu'elle a créée dans la foulée : Bisanga au sein de laquelle elle aide des TPE, des gérants qui ont besoin de prendre un peu de recul, des jeunes entrepreneurs qui se lancent.

QUEL EST LE CONCEPT DE SLEEV'IN ?

« *Une belle bouteille attire le regard et se vend ! Avec Yannick Palmkoeck, également diplômé du programme HEC Entrepreneurs, nous avons investis dans ce concept de personnalisation, du contenu et du contenant, et aujourd'hui, nous sommes les seuls acteurs en Europe à proposer cette double personnalisation de bouteilles/flacons et ce, en grande quantité mais aussi en petites quantités, ce qui n'existait pas.* »

Chez Sleev'in, les clients peuvent choisir dans une large gamme de produits : bulles, vins, bières spéciales, eau... La société a des partenariats avec des producteurs belges tels que Curtius, Brassez-Vous, O Pamp, Delhaize. Elle travaille également sur des flacons pour le secteur pharmaceutique, pour des tests, pour des assemblages de produits, pour des pots de bonbons. « Nous avons même personnalisé des extincteurs » s'enthousiasme Judith.

Quant à la personnalisation du contenant, les seules limites sont celles de la créativité du graphiste. Le sleeve recouvre toute la bouteille et permet une communication sur 360°.

LES CLES DU SUCCES ?

- Un concept novateur et une idée qui plaît : une belle bouteille devient un objet que l'on garde et qui de ce fait augmente l'impact de communication.
 - Une gestion de tout le projet : de l'idée à la bouteille ouverte sur une table.
 - De la flexibilité et surtout des entrepreneurs passionnés par leur produit !
- Sleev'in fait mentir l'adage : « *Peut importe le flacon pourvu qu'on ait l'ivresse !* »

m.facebook.com/Sleevin.be - www.sleevin.be



Neon
STORY

Frédéric LAHAUT → Neon Story

PARCOURS PROFESSIONNEL

Passionné depuis toujours par la gestion d'entreprise et l'architecture, Frédéric Lahaut (promo 2012) a très tôt combiné ses deux passions. Son diplôme d'architecte en poche, il s'inscrit au programme HEC Liège Entrepreneurs. Il effectue la mission de 'Bras Droit' auprès du directeur des ventes et du marketing d'une entreprise productrice de mobiliers de bureau à Milan, un secteur qui permet de valoriser tant ses compétences en gestion qu'en architecture. Il y retournera travailler par la suite. Mais une envie persistante de développer un nouveau concept dans le secteur du mobilier design le taraude.

NEON STORY : QUAND L'ART RENCONTRE LE MOBILIER

C'est en discutant avec un ami photographe, devenu partenaire dans le projet, Némó Welter, que le projet Neon Story se concrétise. Le concept ? Proposer des œuvres amovibles imprimées sur des panneaux en aluminium résistants, rigides et au rendu exceptionnel tant pour un affichage mural que sur du mobilier. « **Le marché du mobilier étant très concurrentiel, il fallait se démarquer de tout ce qui existe et permettre aux clients de créer des compositions uniques en associant l'oeuvre et le mobilier de leur choix** » explique Frédéric.

LES ATOUTS DU CONCEPT ?

- Son originalité et la qualité d'impression qui ont déjà permis de nouer des partenariats avec des artistes reconnus mondialement, pour des ventes en éditions limitées à des tarifs abordables ;
- Des produits ultra personnalisables et uniques qui collent aux goûts et aux intérieurs de chacun ;
- Une impression directe des images des clients sur mur et sur mobilier permettant ainsi de créer des meubles uniques ;
- Une interchangeabilité d'images pour une décoration évolutive qui suit les envies et les modes.

Né en mars 2016, la société Neon Story a de beaux jours devant elle : développement de nouveaux mobiliers et images, tout en privilégiant une production belge (et même liégeoise), création de gammes spécifiques pour les boutiques des musées, les entreprises, exportations à l'étranger dès cette année grâce au développement du site e-commerce et d'un réseau de revendeurs grandissant.

www.facebook.com/Neon-Story-1628020387466862/

www.neonstory.com



Vincent BASTIN → STARSMADE

Master en Sciences de gestion, promo 1998

Master en Relations Internationales et Intégration Européenne à l'ULg (promo 2006)

PARCOURS PROFESSIONNEL

Avant de se consacrer pleinement à Starsmade, société qu'il a créée en 2012, Vincent a travaillé dans des entreprises variées : Crédit Agricole Luxembourg, Chambre de Commerce US à Pittsburgh, Transport Ziegler, une première expérience d'indépendant dans le secteur de l'événementiel (Bema : création de campagne Teambuilding), BEA, Attaché Economique et Commercial à Birmingham pour l'AWEX.

« Je n'ai jamais trouvé de réelle satisfaction dans mes emplois successifs. J'avais surtout l'impression d'être sous un plafond de verre et de ne pas pouvoir donner le meilleur de moi-même. Le jour où j'ai été viré, j'ai décidé de prendre mon destin en main ! »

STARSMADE : CONCEPTION, FABRICATION, COMMERCIALISATION

DE VETEMENTS PREMIUM POUR COMMUNAUTES. VINCENT, D'OU VIENT CETTE IDEE ?

« De par mes expériences aux USA et en Grande-Bretagne, j'avais remarqué un très fort attachement aux universités de la part des étudiants mais une grande distorsion entre ce qu'ils achetaient en boutique et ce qu'ils pouvaient acheter à la Fac. J'ai donc fait en sorte de satisfaire ce manque-là avec de beaux vêtements ».

Elémentaire, bien sûr !

Depuis 2012, les succès s'enchaînent : exportation, pénétration de nouveaux marchés. Et un carton avec un pull aux couleurs de la Belgique porté par la moitié de l'équipe nationale lors de la Coupe du Monde 2014 de football au Brésil. Dans la foulée, en mai 2015, le footballeur Daniel Van Buyten a rejoint le capital de la société.

LES ATOUTS DE STARSMADE ?

- Une chaîne de fabrication entièrement dédiée au textile Premium (pas de dépendance à un atelier spécifique)
- Qualité de finition des produits hors norme dans le domaine du "Promotionnel"
- Politique de vente et communication dédiée
- Nouvelle politique de prix qui va permettre une extension plus rapide au marché européen via un réseau de distributeurs établis.

www.facebook.com/StarsmadeCollege/

www.starsmade.com



Aux Sens LARGES

Importation directe de vins & spiritueux

Hughes WAUTELET → Aux Sens Larges

Ingénieur commercial (promo 1996)

PARCOURS PROFESSIONNEL

Le projet de créer une entreprise d'importation de vins et spiritueux est né en avril 1996 lors d'une discussion avec Emmanuel Jennes, alors étudiant en 3ème année à HEC. Dès juillet 1996, Hughes Wautelet se lance.

Sa motivation ? Le désir de vivre sa passion ! Pas uniquement la passion du vin mais celle d'un produit extrêmement complexe qui favorise les échanges et la convivialité entre les gens. 20 ans plus tard, Aux Sens Larges est plus que jamais une entreprise florissante.

UNE LIGNE DE CONDUITE ETHIQUE

Aux Sens Larges a une prédilection pour les domaines vinicoles à taille humaine privilégiant la qualité et l'identité du produit, en respectant l'environnement.

Autrement dit l'union de l'Homme et de la Nature pour réaliser de grands vins vivants qui offrent des émotions plutôt que de la standardisation commerciale! **« La majorité des domaines avec lesquels je travaille se sont orientés vers une agriculture biologique mais pour moi c'est le vin qui doit faire la différence et pas uniquement le label apposé sur l'étiquette »** nous explique Hughes.

Aux Sens Larges peut ainsi compter sur une collaboration en importation directe avec plus de 120 domaines, souvent assez jeunes, qui offrent des rapports qualité-prix remarquables. **« Les régions comme le Languedoc, le Rhône et le Sud-Ouest sont terriblement dynamiques et permettent de découvrir de véritables perles ! »** souligne Hughes.

Aux Sens Larges est à la fois grossiste, elle fournit de nombreux restaurants, plusieurs cavistes et revendeurs, mais aussi détaillant, avec un magasin ouvert le vendredi et le samedi pour les particuliers. Elle travaille également beaucoup avec les entreprises tout au long de l'année.

HUGHES, UN ELEMENT CLE DE REUSSITE ?

« Une sélection différente offrant des vins à forte personnalité et surtout d'excellents rapports qualité-prix. Et si je peux ajouter un second élément, une disponibilité et un conseil honnête aux clients en respectant leurs budgets. »



Pierre-Yves PIRLOT et Quentin SIZAIRE → ECCO NOVA

Pierre-Yves et Quentin sont ingénieurs civils de formation. Ils travaillent depuis près de 10 ans dans le secteur de l'énergie. Ils suivent actuellement le Master en sciences de gestion proposé par HEC Liège en horaire décalé.

FACILITER LA TRANSITION ENERGETIQUE & LE DEVELOPPEMENT DURABLE GRACE AU FINANCEMENT PARTICIPATIF

Créée en janvier 2016, ECCO NOVA est la première plateforme de financement participatif entièrement dédiée aux énergies durables en Belgique. Elle mise sur le « crowdlending » ou financement par le prêt pour permettre aux particuliers d'investir dans des projets qui contribuent à la transition énergétique : parcs éoliens, centrales photovoltaïques, hydroélectriques, etc.

Ainsi, sur ECCO NOVA, les ECCO-INVESTISSEURS reçoivent des intérêts, actuellement jusqu'à 6% par an, en prêtant de l'argent à des projets durables, rentables et locaux.

Les investisseurs ne participeront donc pas au capital des entreprises mais recevront des titres de créance faisant l'objet d'un remboursement à un taux d'intérêt compris entre 3 et 7 % et endéans les dix ans. La plateforme est en ligne et a déjà récolté 65.000€ en un mois !

DES PROJETS ?

Un projet éolien sera prochainement en ligne afin de confirmer l'enthousiasme des investisseurs et des porteurs de projet constaté depuis le lancement. **« Il y a un très gros engouement pour le crowdfunding en Europe. Cela devient une tendance de fond. Et avec le faible rendement des comptes épargne, un nombre croissant de gens choisit ce type d'investissement. Avec Ecco Nova, qui apporte une plus-value sociale, en plus de l'aspect financier, on espère arriver au bon endroit et au bon moment »**, expliquent Pierre-Yves Pierlot et Quentin Sizaïre, les co-fondateurs d'ECCO NOVA, avec Jeremy Coxet, spécialiste en marketing digital.

VOTRE DEVISE ?

Faire rimer écologie et économie

Ecco Nova a reçu ce 2 juin
le prix spécial de la presse
au Prix belge de l'Energie et de l'environnement 2016

www.facebook.com/econova
www.econova.com



Didier DEPREY → Point Chaud

Ingénieur Commercial, promo 1984

PARCOURS PROFESSIONNEL

Avant de créer Point Chaud en 1993, Didier Deprey travaille dans le transport chez ZIEGLER à Bruxelles, au Crédit du Nord, banque française à Liège, puis en tant que Directeur Général de PARSIFAL, à Liège et Paris.

N°1, UN POINT C'EST TOUT !

Point Chaud est le n°1 de la restauration rapide / chaîne de boulangerie en Wallonie * « *Depuis 23 ans, nous proposons des repas légers, des pauses café – viennoiseries, et un grand assortiment de pains et de pâtisseries (plus de 400 disponibles à la commande). Point Chaud, c'est à l'heure actuelle 47 magasins, en centre ville, en périphérie, dans les hôpitaux et dans les gares, selon un système de franchise de qualité, récompensé à deux reprises* » explique Didier.

Point Chaud fournit de l'emploi local à plus de 400 personnes (unité de fabrication située à Alleur, magasins, administration).

En 2007, Point Chaud a modifié son identité visuelle, rendant l'image de la société plus jeune et contemporaine. En 2014, BNP Paribas Fortis Private Equity a pris une participation de 32% dans le capital de la holding faîtière (SA Holding PCS) pour accélérer le développement.

UNE ENSEIGNE INNOVANTE

Une attention particulière est accordée à la création d'espaces conviviaux et chaleureux, à une communication directe vers le consommateur via des « média screens » dans les magasins (promotions, nouveautés, film entreprise, ...).

Des **innovations sont en cours de développement** : le paiement électronique via smartphone, un système de fidélisation de la clientèle via la lecture de la carte d'identité. Ces deux systèmes sont actuellement testés dans 6 magasins.

*rapport GIRA, janvier 2014

fr-fr.facebook.com/public/Point-Chaud
www.pointchaud.be



Laurent CHENOIX → Kidibul, créateur d'émotions

Ingénieur Commercial, promo 1997, titulaire d'un MBA en Marketing de la Vlerick Leuven Gent Management School

PARCOURS PROFESSIONNEL

Après avoir exercé des responsabilités chez AB-Inbev (encore Interbrew à l'époque), puis chez AME Life Lux, compagnie d'assurance-vie luxembourgeoise, filiale du groupement Français COVEA regroupant GMF, MAAF et MMA, Laurent Chenoix rejoint en avril 2015, en tant que Directeur Marketing, l'équipe de la PME liégeoise Neobulles créée par Philippe Stassen et propriétaire de la marque Kidibul, la boisson festive et apéritive bien connue des enfants.

LAURENT, VOTRE DEFI CHEZ KIDIBUL ?

« *Développer une vraie plateforme digitale, élément crucial dans notre stratégie de communication* ».

POURQUOI UNE STRATEGIE DIGITALE ?

Pour une communication cohérente mais adaptée à l'interlocuteur. « *En effet, nous nous adressons aussi bien aux décideurs de l'achat, à savoir les parents qu'à nos consommateurs finaux, à savoir les enfants devenus plus que jamais de véritables « influenceurs » au niveau de la décision d'achat. A titre d'exemple, nous utilisons les réseaux sociaux tels que Facebook qui nous permettent aujourd'hui avec Kidibul de communiquer principalement avec les parents (25 – 40 ans) autour d'informations axées sur les activités à réaliser pendant les week-ends, sur les événements sportifs ou familiaux soutenus par Kidibul ou encore sur nos partenariats sportifs. Si nous voulons communiquer avec nos consommateurs, nous opterons plus rapidement pour du contenu web ou des applications (APP). Pour l'enfant, c'est le côté ludique, fun et amusant qui importe !* »

Pour créer des expériences de marque (Brand experience) au quotidien avec les consommateurs et leur apporter de l'émotion. « *Rassurer les parents en apportant un contenu éducatif et amuser les enfants avec un côté ludique... C'est ce que nous visons avec notre nouvelle plateforme et notre future APP Kidibul.* »

Pour l'identification et la justesse du ciblage : « *une stratégie digitale permet un return sur investissement beaucoup plus intéressant qu'avec un média de masse classique* ».

www.facebook.com/Kidibul-officiel-169737939742857/

Le nouveau site internet www.kidibul.be est opérationnel depuis le 15 mai dernier.

Il a été réalisé par ALIVE & K (www.aliveandk.be), nouvelle société digitale créée par un Alumni HEC, Frédéric Corman (promo 1995).



www.porschecentreliège.be

Vivez intensément, sans perdre une seconde.

La Porsche Macan.

Une nouvelle version dans la gamme Macan voit le jour. Le 2.0 litres 4 cylindres et son moteur turbocompressé, avec une déductibilité fiscale de 70%.
De quoi vivre chaque seconde encore plus intensément.



Porsche Centre Liège
Rue Laguesse, 17
4460 Grâce-Hollogne
Tel: +32 (0) 4 / 366 09 11
info@porschecentreliège.be

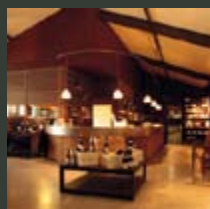
DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ. Informations environnementales (A.R. 19/03/2004): www.porsche.be / Modèle illustré: Porsche Macan.

CONSOMMATION (EN L/100KM) : 7,2-7,4 / ÉMISSIONS DE CO₂ (G/KM) : 167-172.

SOBELVIN

1970

Spécialiste Ho.RE.CA **Vente aux particuliers** Mise en dépôt **Conseils mets/vins** Location de matériel



Rue Diguette, 18 4031 Liège-Angleur T 04 366 66 66 F 04 366 00 76 info@sobelvin.be www.sobelvin.be



Gabriel CATANIA

Ingénieur Commercial (promo 1983)

DU MANAGER À L'ENTREPRENEUR ...

Diplômé de HEC Liège en 1983 en tant qu'ingénieur commercial, Gabriel CATANIA débute sa carrière professionnelle à Latour (Virton) chez Mobil, devenue ensuite ExxonMobil. Il passera 20 ans au sein de cette multinationale pour laquelle il occupera, sur plusieurs continents, de multiples fonctions à responsabilité croissante.

Au fil des années, Gabriel Catania nourrit le projet de créer son propre cabinet de conseil afin de partager avec les PME l'expertise acquise au sein d'un grand groupe tel que ExxonMobil.

En 2004, plutôt que de s'expatrier à nouveau, il décide, à la surprise de beaucoup, de franchir le pas et de créer sa propre société de consultance en Management (GC Partner – www.gcpartner.lu). Aujourd'hui, cette branche d'activité compte, au Luxembourg et en Belgique, une vingtaine de consultants dont font partie de nombreux anciens de l'Ecole.

DE L'ENTREPRENEUR AU REPRENEUR ...

Dès lors, le parcours professionnel de cet entrepreneur-né ne cessera de grandir et de se diversifier. En 2007, à l'occasion d'une mission de consultance de GC Partner pour la société Wallonie Expo (WEX – www.wex.be), propriétaire du centre de congrès et d'exposition de Marche-en-Famenne, les actionnaires font part à Gabriel Catania de leur souhait de transmettre leur entreprise. Celui-ci perçoit très vite les perspectives de développement et en 2009, il rachète l'entreprise et dans la foulée réalise des travaux d'agrandissement du palais central et d'automatisation de la grande scène permettant d'attirer de plus grosses productions de concerts et spectacles. A partir de juillet 2010, dès la fin des travaux, des têtes d'affiche se succèdent : Simple Minds, Deep Purple, Yannick Noah, Patrick Bruel, Calogero,

Francis Cabrel, le duo Souchon-Voulzy. En 2011, un nouveau Palais de 3 500 m² voit le jour et complète une infrastructure moderne de 23 500 m² avec six palais parfaitement modulables sur un terrain de 11 hectares et 3 000 places de parking. Cet investissement s'inscrit dans le cadre du développement des salons actuels et futurs dont notamment, parmi les plus connus : **Horecatel** (www.horecatel.be), **Batimoi** (www.batimoi.be), **Le Salon des Mandataires** (www.mandataires.be), **1001 Familles** (www.1001familles.be), **Run2bike** (www.run2bike.be), **Le Challenge Sljivo** (www.sljivo.be) et bien d'autres encore dont le petit dernier : **C'est bon c'est Wallon** (www.cbon-cwallon.be), un salon rassemblant plus de 130 producteurs pour un grand marché des produits du terroir.

IL SIGNE ET PERSISTE ...

En 2012, Gabriel recevra le Grand Prix Wallon de l'Entrepreneuriat dans la catégorie « Reprise ». Fort de cette reconnaissance mais surtout du savoir faire cumulé au sein de son équipe ces dernières années, il poursuit sur sa lancée et a entre autres:

- Repris deux fiduciaires pour ensuite les fusionner au sein de GC Partner Fiduciaire et Consulting Belgique (www.gcpartner.be) afin de compléter, enrichir et soutenir les activités existantes de conseil et de services aux entreprises.
- Créé un centre d'affaires : bcenter (www.bcenter.be) en rachetant un bâtiment de 1 000 m² qui a été transformé en centre d'entreprises sur la région de Marche-en-Famenne.
- Acquis récemment la société Cuisibains (www.cuisibains.be) spécialisée dans la distribution de plans de travail et le placement de cuisines, salles de bains et placards sur le Benelux.



Aujourd'hui, le groupe rassemble une soixantaine de collaborateurs qui partagent une même culture d'entreprise résumée depuis le premier jour par 3 devises :

1. **On fait les choses sérieusement sans se prendre au sérieux**
2. **Le diable est dans les détails**
3. **Ne jamais sous-estimer la résistance au changement**

« Last but not least », Gabriel enseigne également au sein de notre Ecole depuis plus de 20 ans. Il est en charge actuellement du cours de « Strategic Performance Management » en première année du Master en sciences de gestion.



Arnauld SOUBRY

Master en sciences de gestion, option entrepreneuriat (promo 1998)

UNE PASSION POUR L'ORGANISATION

Depuis toujours, Arnauld Soubry est passionné par l'organisation. Il en fera d'ailleurs le sujet de son mémoire de fin d'études axé sur le business plan de la création d'une société d'organisation d'événements dans le domaine du sport aventure.

C'est donc tout naturellement que, son diplôme en poche, il intègre la société Dynamix Events pour, une année plus tard, rejoindre l'équipe d'Exploraid en tant que responsable de projets. En septembre 2005, avec l'aide de sa famille et de quelques collègues, il rachète la société et devient ainsi l'administrateur délégué d'Exploraid S.A.

Exploraid, Explotech, Explogroup, vous avez plus d'une corde à votre arc. Comment en êtes-vous arrivé là?

« Tout a commencé, il y a 27 ans, quand un petit groupe décide de créer une société dynamique spécialisée dans l'organisation d'événements basés sur la philosophie 'grand raid et aventure'. Petit à petit, le succès est au rendez-vous, la structure se professionnalise et s'adapte aux modes et coutumes de notre société en perpétuelle recherche d'innovation et d'originalité. **Exploraid est née.**

Il y a un peu plus de 15 ans, une idée originale se greffe à la structure existante pour combiner le monde de la corde et de la construction et ainsi lancer les travaux en hauteur. Se spécialisant rapidement dans le forage mécanisé sur parois rocheuses, l'idée crée la différence et c'est ainsi qu'**Explotech voit le jour.**

En 2015, une structure pour gérer la globalité des deux sections devenait nécessaire. Et c'est comme ça qu'**Explogroup Sprl est née ! »**

Onze ans ont passé depuis le rachat d'Exploraid par Arnauld Soubry en 2005. Et la structure a bien évolué.

Exploraid, c'est aujourd'hui 70 animateurs indépendants provenant de tous horizons, 2 gestionnaires de projets et une assistante. La société est spécialisée dans les concepts et produits de motivation stimulant la collaboration et l'appartenance au groupe (incentives). Elle propose aux entreprises des activités ludiques et originales, pour se retrouver hors du cadre quotidien, du team-building, des épreuves décontractées, des petits moments d'exception, un brin d'humanité... L'équipe est capable de répondre à toutes les exigences. Et à toutes les idées ou presque...

En 2013, Exploraid a été lauréate des Gazelles délivrées par Trends dans la catégorie Petites entreprises.

EXPLOTECH, UNE SOCIÉTÉ À LA HAUTEUR

Capitalisant sur les compétences acquises, Exploraid a diversifié ses activités. L'équipe Explotech compte actuellement 32 équipiers, 3 gestionnaires de projets, un conseiller en prévention et une quinzaine d'indépendants.

La société est spécialisée dans les travaux en hauteur et d'accès difficiles comme par exemple sur un immeuble, une paroi rocheuse, dans les milieux industriels, les silos, les fours, les barrages, sur les toitures... Les cordistes effectuent également des travaux au sol comme du sablage, du débroussaillage, de la projection de béton... Les spécialisations sur corde sont diverses et variées : sécurisation de chantiers, inspection de puits, construction de parcours aventure, nettoyage de corniches, sécurisation d'arbres, entretien d'ouvrages d'art, industrie et urbain.

ET POUR GÉRER LE TOUT : EXPLOGROUP

Le dernier-né, Explogroup, est un centre d'affaires qui chapeaute la bonne organisation financière, la gestion des ressources humaines et la logistique des deux sociétés aujourd'hui distinctes, Exploraid Sprl et Explotech SA. Le siège de l'entreprise a déménagé il y a peu pour se donner les moyens de ses ambitions. Un nouveau bâtiment administratif, à proximité de son hall logistique de 1500 m², est sorti de terre en juillet 2015, la machine est actuellement sur les rails prête à continuer l'aventure.

TOUJOURS PLUS HAUT !





AXEL PICS

Samuel HERTAY

Diplômé en Gestion de l'entreprise, orientation Marketing (promo 2004)

DU SPORT ET DE L'ÉVÉNEMENTIEL

Samuel Hertay a 2 passions : le sport et l'événementiel qu'il a conjuguées au sein de la société Octagon (devenu Golazo) où il démarre sa carrière professionnelle en qualité d'Account Manager du Département Consulting et International.

Il est ensuite directeur de projets au sein de différentes agences européennes actives dans l'organisation d'événements culturels, de grands Congrès européens et d'événements Corporate internationaux.

En 2013, il décide d'orienter ses activités sur la région liégeoise et rejoint, en tant que General Manager, l'équipe du Cadran, projet ambitieux et fraîchement né. Deux ans plus tard, il devient Administrateur Délégué/Fondateur de la société Hors Kadre SCRL qui chapeaute et développe l'ensemble des activités événementielles du groupe.

LES ACTIVITÉS DE HORS KADRE

Le Cadran tout d'abord : ce sont 170 événements par saison (de septembre à juin) avec une répartition de ¾ de clubbing et soirées à thèmes et de ¼ d'événements de type Corporate (soirées d'entreprise, présentations de produits, conférences...). HEC y a organisé sa Nuit des Alumni en 2013 et 2015. Une équipe de 8 personnes y est active et travaille à la gestion du bâtiment, la régie & logistique, la communication, le commercial, la gestion d'événements, le Booking d'artistes, le sponsoring etc.

Ce qui différencie le Cadran ? Le lieu, original, bien sûr mais surtout une gestion complète de tout type d'événement. « *Actuellement, nous sommes considérés comme leader en Wallonie au niveau clubbing* » explique Samuel Hertay. « *Le public vient de plus en plus loin, y compris des pays limitrophes, pour découvrir les lieux mais aussi et surtout pour notre programmation qualitative et novatrice, riche en découvertes.* »

Ensuite, Hors Kadre est également actif dans la mise sur pied et la participation de divers projets entrepreneuriaux au sens large du terme. Par exemple, le création de « **Beer Lovers Café & Shop** » avec l'objectif d'internationaliser ce concept.

BeerLovers'
CAFE & SHOP

Enfin, une nouvelle agence, **Swim**, vient de voir le jour. Son objectif est d'exporter les concepts créés au sein du Cadran et de mettre les compétences au service d'autres organisations et partenaires. Une vingtaine d'opérations sont confirmées pour 2016. Parmi elles, l'organisation d'événements sportifs et la création d'un nouveau festival wallon d'envergure dans le domaine de la gastronomie. Ce pan d'activité représente déjà 40% des activités de Hors Kadre, tout juste deux mois après sa création !

swim



HEC together, HEC for ever, HEC everywhere

HEC Liège, c'est une communauté humaine qui rassemble des individualités fortes, des talents multiples, des réussites éblouissantes. Nous en avons épinglées ici quelques-unes. Il y en a beaucoup d'autres. Toutes les sociétés mentionnées dans les annonces de ce SPIRIT sont aussi pilotées par des Alumni HEC Liège.

Nous avons préparé ce dossier avec beaucoup de plaisir. Les liens tissés pendant les cinq années d'études sont en effet le ciment de relations durables avec l'Ecole et entre les membres de notre réseau dans lequel chaque Alumni est, tout au long de sa vie professionnelle, l'ambassadeur de la marque HEC Liège, tant en Belgique qu'à l'international.

Nathalie HOSAY

SUCCESS
STORIES



f Bigmat Cataldo

Rue Pré Binet 16 - 4020 Liège
04 340 45 90 - www.bigmat-cataldo.be



Executive Education

HEC LIÈGE, LEADER DES FORMATIONS D'EXCELLENCE À LA VENTE



ACADÉMIE DE LA VENTE

Aider les entreprises à se développer, promouvoir les métiers de la vente et de l'e-commerce, dispenser des formations commerciales de haute qualité articulées sur les besoins du marché, tels sont les défis que HEC Liège et HEC Executive School relèvent en créant **l'Académie de la Vente**.

PREMIER DÉFI : FAIRE RECONNAÎTRE QUE VENDRE S'APPREND

Trop d'offres d'emploi requièrent encore des 'qualités commerciales naturelles'. Trop d'entreprises voient encore le service commercial comme celui qui, en bout de chaîne, est 'juste chargé' de vendre les produits et services. Comme si cela allait de soi !

Les qualités naturelles suffisent-elles à vendre en ligne ? A comprendre les mécanismes de l'e-commerce, du ciblage des clients, de la visibilité sur les réseaux sociaux ? A monter des projets technologiques de haut niveau avec des clients internationaux et des financements complexes ? A répondre à des cahiers des charges ou des marchés publics ?

Sur ce point, en complément avec les partenaires du projet, HEC a des atouts.

Outre le focus mis sur les forces de vente et la stratégie commerciale dans les formations de master, l'Executive School de HEC crée des formations de haut niveau à la vente.

- Destinées à des professionnels en activité, les **formations courtes** de HEC Executive School couvrent à la fois les besoins de ceux qui accèdent à des fonctions commerciales après avoir occupé des postes plus techniques ou de marketing (formation '**Parcours Vendeur**'), les besoins des professionnels de la vente souhaitant gagner en maîtrise dans leur pratique (formation '**Vendeurs expérimentés**'), ou encore ceux des nouveaux managers d'équipes commerciales (formation '**Sales manager**'). Des formations au **Marketing**, au **Community Management** et aux **Techniques d'Achats** viennent compléter les compétences que peuvent développer les entreprises pour augmenter leurs ventes.
- Des **formations sur-mesure**, créées spécifiquement pour répondre aux besoins des clients, réunissent les compétences des experts en pédagogie et des professionnels de la formation à la vente pour faire grandir les équipes de vente, les impliquer dans l'innovation, réfléchir aux processus de vente et construire des stratégies commerciales au service de la stratégie globale de l'entreprise.

Quelques exemples



Luxottica nous a confié la création de son université interne dédiée à la vente. Luxottica est le groupe qui conçoit et produit les marques de lunettes telles **Ray-Ban, Oakley, Vogue Eyewear, Persol, Oliver Peoples** ; il distribue des marques comme **Chanel ou Prada**.

Son **Académie des Ventes** développe en interne les compétences des forces de vente, autour du modèle **Vente de Très Haute Performance (VTHP)** développé par HEC Executive School.



Sonaca, leader mondial dans le domaine aéronautique, nous confie ses processus de vente lors de la mise en place de son CRM (Customer Relationship Management) et la formation à la pénétration de nouveaux marchés.

Et un master vente, en alternance, destiné à former les directeurs commerciaux et directeurs des ventes de demain, est en cours de création à HEC pour la rentrée 2018.

DEUXIÈME DÉFI : LE FAIRE SAVOIR !

Et ce sont, dans un premier temps, les réseaux sociaux qui sont mis à contribution :

- **Créer des espaces de collaboration**, de partage de pratiques, de veille
- Permettre de **toucher un public large** pour renforcer l'image des métiers de la vente, autant pour l'orientation des étudiants, l'évolution des professionnels en activité que pour le développement des entreprises
- **Promouvoir les stages et les échanges** entre le monde de l'éducation et le monde de l'entreprise.

C'est l'objectif des pages LinkedIn et Facebook (Académie de la Vente) et du compte Twitter @AcademieVente mis à votre disposition pour nous rejoindre et renforcer un réseau de professionnels, d'étudiants et d'entreprises passionnés par les métiers commerciaux et le développement d'affaires !

L'Académie de la Vente est un projet financé par le Fonds Social Européen (FSE), en collaboration avec les Hautes Ecoles, ESA, HELMo, Hénallux, HEPL, le FOREM, l'IFAPME et Talento.

Retrouvez toutes les informations sur www.academiedelavente.education



CONTACT

Pierre BUFFERNE
Coordinateur de l'Académie de la Vente
HEC Liège Executive School
Bât. WSL | Liege Science Park
Rue des Chasseurs Ardennais, 3 | 4031 ANGLEUR
Gsm : +32(0)495 92 02 14
www.hecexecutiveschool.be

www.academiedelavente.education



Focus

ET VOUS ? ETES-VOUS CUSTOMER-CENTRIC ?



Customer-centricity et *customer-centric organizations* sont deux anglicismes de plus en plus populaires dans la presse managériale. Pourtant, ces concepts ne sont pas neufs. En 1954, Peter Drucker, éminent Professeur en Stratégie, tenait déjà ces propos: *it is the customer who determines what a business is, what it produces, and whether it will prosper* (cité par Shah et al. 2006).

Le Web 2.0 n'est pas étranger à la croissance du concept de *customer-centricity*. Si vous avez eu des cours de **marketing management** avant les années 2000, vous vous rappelez sans doute de cette règle « un client insatisfait en parle en moyenne à 8-10 personnes ». Aujourd'hui, les clients peuvent potentiellement parler de leur mauvaise expérience avec une entreprise à des milliers, voire des millions de clients (potentiels), et ainsi nuire à la réputation de l'organisation... en un simple clic de souris.

auteur d'un ouvrage de référence intitulé « Services Marketing ») et des cadres issus d'organisations qui font de la *customer-centricity* leur priorité (Carglass, Toyota, EXKI, Eggo, Kitchen Market, Camber,...).

UN COLLOQUE À HEC LIÈGE

La mission de HEC est de sensibiliser et former les managers de demain mais aussi les décideurs d'aujourd'hui. Dès lors, le 28 avril dernier, une journée d'études consacrée aux *customer-centric*

organizations a réuni à HEC Liège des acteurs majeurs : des directeurs de Carglass, Toyota, et EXKI— challengés par trois professeurs—ont partagé leur expérience avec un large auditoire de responsables d'organisations impliquées par la qualité de service. Le fil rouge de l'après-midi était le cercle du succès, un modèle décrivant les grandes étapes à parcourir pour devenir une organisation *customer-centric*.

Cécile DELCOURT,
Professeure en Service Management &

Fabrice DE ZANET,
Professeur en Comportement organisationnel

VOUS AVEZ CASSÉ MA GUITARE !

Une célèbre compagnie aérienne américaine a fait les frais d'un bouche-à-oreille (négatif) en ligne. La précieuse guitare de Dave Carroll, un chanteur canadien, a été sévèrement endommagée lors d'un vol avec cette compagnie. Insatisfait de la suite accordée à sa plainte, il poste une vidéo sur youtube pour témoigner de son histoire sous forme d'un clip chanté dans lequel est souligné le manque de professionnalisme de la compagnie. La vidéo a été vue près de... 16 millions de fois. Entre-temps, voyant l'ampleur du phénomène (peu après la diffusion des vidéos sur youtube, l'action en bourse de l'entreprise a chuté de près de 10%), la compagnie a tenté de résoudre le problème en proposant au chanteur de couvrir les coûts de réparation de la guitare et un bon pour voyager avec la compagnie d'une valeur de 1.200 \$. Le chanteur refusera l'argent et proposera à l'entreprise de le donner à un organisme de bienfaisance.

SOYEZ PATIENTS!

Négliger les clients peut engendrer de lourdes conséquences...mais quid des bénéfices de traiter les clients aux petits oignons? Lee et al. ont pu quantifier le *return on asset* d'une initiative de type **customer-centric** auprès de de 37 entreprises classées « Fortune 500 » ayant réalisé une telle démarche. Résultats ? La performance de ces entreprises a diminué de 39% par rapport à la situation juste avant le lancement de l'initiative ; ce n'est qu'à partir du 10ème trimestre (2,5 ans !) que la performance a commencé à être positive (11%). Patience donc pour récolter les premiers fruits.

PROFITABLE POUR TOUTES LES ORGANISATIONS?

Bien que de nombreuses entreprises peuvent anticiper une meilleure performance en investissant dans la *customer-centricity*, toutes ne connaîtront pas une performance accrue. Lee et al. ont démontré que les organisations qui opèrent dans :

- des secteurs à très faible rentabilité et qui ont mis en place une démarche de type *customer-centric* réalisent de moins bons résultats (-20%) par rapport aux organisations qui ne sont pas alignées sur les besoins des clients ;
- un environnement très concurrentiel et largement dominé par des concurrents et leaders qui sont aussi *customer-centric* sont moins performantes de 11% par rapport aux organisations aux structures orientées et centrées produits.

SENSIBILISER LES ÉTUDIANTS DE HEC LIÈGE

Afin de préparer au mieux les étudiants à opérer dans des organisations (qui veulent devenir) *customer-centric*, un cours de « Services marketing & management » est proposé dans le Master en « Marketing & Strategic Intelligence ». Les étudiants sont notamment amenés à travailler comme consultant junior pour une organisation de leur choix afin de réviser les pratiques de l'entreprise et de voir dans quelle mesure elles sont *customer-centric* — l'objectif ultime étant de proposer des recommandations pour développer la *customer-centricity* au sein de l'organisation. Avant de prodiguer leurs conseils aux organisations, ces étudiants ont été exposés à des experts (notamment Dwayne Gremler,



CUSTOMER-CENTRIC ?

Contact et renseignements :
Program Manager :
Tina Capitano
Tél. : +32(0)4/232 73 30
c.capitano@ulg.ac.be

Pour découvrir le clip de Dave Carroll sur youtube:
<https://www.youtube.com/watch?v=5YGc4zOqozo>

SUMMER SCHOOL

HEC Liège Executive School organise une SUMMER SCHOOL sur ce thème durant l'été 2016 (du 24 au 26 août). Elle est destinée à tous les managers impliqués dans la qualité de service, tous secteurs confondus : Marketing/Sales/HR/Operations Manager, entrepreneurs, professions libérales .

Il s'agit d'un séminaire interactif basé sur des modèles issus du management des services et illustrés par de nombreux exemples et études de cas. Les participants travailleront, si possible en binôme (2 personnes d'une même organisation), tout au long de la formation sur un projet personnel pour appliquer directement la démarche et les outils à leur organisation et présenteront, sous la forme d'un pitch, le résultat de leur travail.

La formation sera assurée par Cécile Delcourt et Fabrice De Zanet et un manager expérimenté en matière de **customer-centricity** encadrera les participants.



L'Académie des Entrepreneurs Sociaux a organisé en avril dernier une conférence-débat sur le thème : « Penser la société autrement, agir pour l'entreprise de demain », avec CBC Banque & Assurance et Cera.

Cette conférence, animée par la journaliste Fiona Collienne de la RTBF, a rassemblé deux mondes a priori éloignés : celui des entreprises dites « classiques » et celui des entreprises sociales. Le mot d'introduction était assuré par David Moucheron, CEO de CBC Banque, et par Maxime Bouchat, coordinateur de l'Académie des Entrepreneurs Sociaux de HEC Liège.

Au cœur du débat, deux intervenants : Thomas Leysen, Président du Conseil d'administration de KBC Groupe, et Sybille Mertens, Professeure à HEC Liège.

Il est crucial, souligne Sybille Mertens, de penser l'entreprise autrement et d'agir pour la société de demain, la société – le bien-être de tous – étant une fin dont l'entreprise constitue un moyen. L'entreprise ainsi repensée est une voie pour faciliter l'action collective et la conjonction d'intérêt de plusieurs parties prenantes autour d'elle, élément nécessaire pour dépasser les impasses actuelles auxquelles fait face notre société

De nombreuses pistes de changement sont évoquées, à la lumière de l'expérience de Thomas Leysen au sein d'Umicore. Umicore a en effet développé une stratégie gagnante d'économie circulaire pour la gestion de ses matériaux. Principe d'économie circulaire déjà mis en œuvre depuis plusieurs années au sein d'entreprises sociales, à l'exemple du Groupe Terre en province de Liège.

SYBILLE MERTENS, CES ENTREPRISES SOCIALES, QUELLES SONT-ELLES ET COMMENT PEUVENT-ELLES INSPIRER LES ENTREPRISES DE DEMAIN ?

Les entreprises sociales sont au nombre de 18 000 en Belgique, elles représentent 15% de l'emploi salarié, plus de 1 500 000 bénévoles, et 11% du PIB (sources : Baromètre des entreprises sociales 2015). Ce sont des entreprises privées qui mettent en œuvre des Business Models capables

- de s'appuyer sur une gouvernance démocratique,
- d'inspirer confiance,
- de mobiliser des ressources via le marché, les dons ou l'engagement bénévole,
- de distribuer la richesse créée en accord avec les préoccupations sociales ou environnementales prioritaires.

Autrement dit, elles adoptent des règles du jeu qui permettent un retour fort de l'éthique en entreprise et facilitent la création d'une communauté d'intérêt. Ce sont des coopératives et des sociétés à finalité sociale, des associations, des mutualités ou encore des fondations. A côté de ces entreprises, on trouve les entreprises 'capitalistes' pratiquant des politiques de RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) plus ou moins développées.

THOMAS LEYSEN, SYBILLE MERTENS, QUELLES SONT LES ACTIONS À DÉVELOPPER POUR RENOUVELER L'ENTREPRISE ?

T. Leysen : je voudrais souligner l'importance du travail en réseau, à l'image du réseau The Shift, pour favoriser l'émulation, l'engagement des entreprises vis-à-vis d'objectifs ambitieux, et des partenariats entre entreprises dites « classiques » et des ONG, associations ou coopératives afin de favoriser à terme de nouvelles pratiques.

S. Mertens : en tant que professeur, je vois 3 actions concrètes à mener au sein de l'université : adopter des méthodes d'enseignement favorisant la proactivité et l'attitude critique ; favoriser l'expérimentation et la recherche sur

des business models différents ; mettre en réseau des entrepreneurs, des chercheurs et des étudiants, comme le fait l'Académie des Entrepreneurs Sociaux.

La table ronde qui suivait regroupait 3 entrepreneurs sociaux qui ont partagé les points forts de leur organisation :

- un rapport particulier aux producteurs avec lesquels elle travaille, allant jusqu'à co-construire les produits ensuite commercialisables, pour Stephan Vincent, administrateur de la coopérative Ethiquable ;
- une participation des travailleurs dans la prise de décision, et une offre de matériaux choisis selon leur impact environnemental, pour Charles-Antoine Kervyn, administrateur délégué de Carodec ;
- participation des travailleurs à l'Assemblée Générale et choix illustrant les valeurs de l'organisation quant à l'allocation des profits réalisés pour Pierre Annet, Secrétaire général de Solidaritis.

Alors que ces solutions, testées et approuvées par les entreprises sociales, peuvent s'appliquer à d'autres, des freins persistent... Or, placer une finalité positive pour la société au cœur de son fonctionnement et innover ne permettront-ils pas à la fois aux entreprises de se développer et à la société d'effectuer une mutation nécessaire ?

Pour clore le débat, Denis Stokkink, Rapporteur du groupe d'experts de la Commission européenne sur l'entrepreneuriat social, souligne que toutes ces questions font l'objet d'une attention particulière au sein des institutions européennes.

Laissons le mot de la fin à Virginie Xhaufclair, Professeure à HEC Liège :

Il est nécessaire d'ouvrir nos horizons, d'élargir nos schémas de pensée pour être capables d'envisager une transition.





International

AN ERASMUS STAY IN TURKEY THE START OF A CAREER AS ENTREPRENEUR



TOLGA BAYRAK will finish his master studies in Business Engineering this year at HEC Management School - University of Liège. During the first semester of the academic year 2013-2014, he studied as Erasmus student (bachelor program) at the Faculty of Business Administration of Bilkent University, located in Ankara and the first business school in Turkey accredited by AACSB International – The Association to Advance Collegiate Schools of Business. He participated in courses like Organization Theory, International Business, Global Marketing and Emerging Markets, Data Models and Decisions, but also Entrepreneurial Management, and obtained excellent results for these courses.

This Erasmus study period in Turkey was also the start of his entrepreneurial career. Tolga always knew that, one day, he would be an entrepreneur. Already in high school at the Athénée Léonie de Waha in Liège, his participation in mini-companies gave him a taste of entrepreneurship. During a trip to Istanbul, where a part of his family lives, he met Kübra Kaçmaz, a young Turkish fashion designer. Kübra had started designing a collection of fun and colourful tops and T-shirts and was looking for some ways to launch her brand. Together with Tolga's business knowledge, they decided to found **LA LOBA** (which means The Wolf), a young and fun prêt-à-porter brand for women (<http://lalobaofficial.com/>). La Loba draws its inspiration from many elements including pop culture, high fashion and travelling to produce a fun, young and colourful collection of products.

Beside this project, which allowed him to create a strong network with local textile producers in Istanbul, Tolga also launched, together with Milan Debrulle, his best friend and a final year student in Social Work at HELMo University College, two other entrepreneurial projects: Revolutions Design Wear (<http://www.revolutionsdw.com/>) and Pull-Rheto.be (<http://www.pull-rheto.be/>), which consist in the design, production and sale of ready-to-wear fully customized and personalized high-quality hoodies and sweaters, at very competitive prices. The target group of these products are classes, schools, faculties, universities, student associations, youth organizations, sport groups or companies that would like to personalize their style, identity, memories and develop their image. A maximum of customization and personalization possibilities are offered to the client. Each piece is unique or limited edition.

A SUSTAINABLE, SOCIALLY RESPONSIBLE AND VISIBLE POSITIVE IMPACT

In an ecological concern, all products, made in small family workshops in Istanbul, are delivered in Belgium by road and not by air. Furthermore, for each purchased sweater, 1 Euro is donated to the cause or association chosen by the customer, in order to ensure a sustainable, socially responsible and visible positive impact.



LA LOBA



SHOP NOW AND DON'T CRY LATER!

Since January 2015, Tolga Bayrak and his associate have been member of VentureLab, the first incubator for student-entrepreneurs in French-speaking Belgium, which provides them access to a network of contacts and a lot of advice and support through personal coaching and meetings with experienced entrepreneurs and experts.

We wish them a lot of success in their entrepreneurial career!

Gunther VRANKEN, International Relations Coordinator



BENOIT NIHANT
CHOCOLATIER
CACAOFÈVIER

Boutique d'Awans • Ouvert du lundi au samedi de 10 à 18h
Rue de l'Estampage 6 à 4340 Awans • 04 365 72 57 • www.benoitnihant.be



Education

FOCUS ON OUR MASTER IN ECONOMICS



WHY ECONOMICS?

The advent of the internet fundamentally changes the way we are producing, consuming and working. Economists are interested in how individuals make decisions and how markets coordinate (or fail to) individual decisions. Studying economics is not only learning how market works but also to develop competencies to understand this evolution.

MASTER IN ECONOMICS AT HEC

HEC Liège offers a two-year master program in economics. The master has a strong focus on evidence-based policy approaches. Theory and empirics interact to support, understand and motivate key societal issues. With this approach, students have the keys to understand complex economic mechanisms that characterize modern society.

The master adopts a research-based approach to teaching and develops strong connections with research fields at HEC Liège, mainly competition and innovation (LCII) and regional economic development. The master has also an interdisciplinary

mindset thanks to cooperations with law, engineering, finance and management faculty members, and others to be developed in the future.

The master is organized around a core curriculum and two concentrations:

- (1) Economics and finance
- (2) Economics and society.

STUDENT EXPERIENCE

The master has a strong international dimension. All courses are in English and we welcome students from 15 different countries. In addition to the Erasmus program, we offer double degrees with the University of Hohenheim (Germany), Vilnius Business school (Lithuania) and the University of Pavia (Italy). Students in economics are part of the HEC students' community and to reinforce this link we will organize all the classes in our main building rue Louvrex.

JOBS OPPORTUNITIES

Economists can follow three main career paths.

- (1) Economists as a "policy advisor" in administrations, central banks, political cabinets, international institutions, regulatory bodies, lobby groups and in academia but also in private firms, many companies having now a chief-economist.
- (2) Economists as an analyst in the banking sector and in consulting firms.
- (3) Economists as a «technomist» in the new technology sector

And, according to a recent IFS survey (<http://www.bbc.com/news/business-36028368>), economist is one of the most lucrative degree!

Axel GAUTIER,
Professor in Economics, Academic Director of Research



Testimonies

Après avoir fini mon master en 'Economics and Finance' en 2014, j'ai directement trouvé un job chez Deloitte Belgium en tant qu'auditeur spécialisé dans l'audit de fonds d'investissement et de banques. Mon travail est de vérifier la comptabilité de ces institutions via des tests financiers pour ensuite rapporter à la Banque Nationale de Belgique. Le master en 'Economics and Finance' m'a permis d'apprendre à travailler au quotidien en anglais, de gérer des bases de données notamment via un programme informatique, d'avoir des bases solides en économie appliquée. La branche finance de ce master m'a permis d'acquérir une bonne compréhension des produits financiers et de leur gestion. Il est clair qu'un master en économie de qualité tel que celui proposé par HEC est une spécialisation que les grandes entreprises recherchent.

Laurent Froidbise, Graduated in 2014

I am a PhD student at the Liège Competition and Innovation Institute (LCII) of the ULg. At the LCII, I study the 'industrial organization of the digital economy'. In short, I am looking at the ways competition takes place in the digital world. Are companies (Google, Amazon, Facebook, etc.) more prone to be monopolies or are they competing through means we do not understand yet? What is the impact of targeted advertising? Do we need regulations to ensure an open internet? Because these are questions that interest academics and consumers but also firms, I am trying to forge links outside of academia: I have presented my work at Google and am currently pursuing an internship at RBB Economics (an economic consultancy firm).

Sébastien Broos, Graduated in 2013

Je suis économiste à la CSC. Concrètement, j'épauler les délégués syndicaux dans l'exercice de leur mandat dans les conseils d'entreprise. J'analyse les comptes ainsi que les informations économiques et financières des entreprises afin de fournir une synthèse aux délégués. Mon objectif est de leur permettre d'assimiler assez d'éléments pour pouvoir mener des discussions proactives dans leur entreprise. A côté de ça, je les forme aux thématiques économiques : économie politique, analyse financière, etc. J'ai également l'occasion de participer aux cellules de discussions entre les différents économistes de la CSC (réflexion sur les politiques économiques).

Grâce à ma formation HEC, je peux aider les délégués à mieux comprendre l'environnement économique dans lequel ils vivent (entreprise – politique) et donc, favoriser le développement économique et social de la région liégeoise.

Sophie Reginster. Graduated in 2010



Rencontre

RENCONTRE AVEC YVES NOEL, PRÉSIDENT DE NMC



Vous êtes la 7e personnalité * à endosser le rôle de "parrain de promotion" des étudiants qui terminent leurs études à HEC Liège. Vous avez déjà eu l'occasion de les rencontrer une première fois lors de la soirée entreprises que nous avons récemment organisée. Pourquoi avoir accepté de jouer ce rôle ?

Tout d'abord, j'ai accepté parce que cela m'a fait plaisir que l'on me le demande. Ensuite, et plus sérieusement, parce que j'aimerais faire passer aux étudiants et futurs diplômés de HEC Liège un message d'optimisme, d'ouverture et de valeurs.

DE QUOI VONT AVOIR LE PLUS AVOIR BESOIN CES JEUNES DIPLÔMÉS À L'AUBE D'ENTREPRENDRE UNE CARRIÈRE QUI, POUR BEAUCOUP D'ENTRE EUX, AURA UNE DIMENSION INTERNATIONALE ?

Ils doivent bien sûr maîtriser les compétences de base en économie et en gestion. Pouvoir communiquer efficacement en anglais est la base et parler une ou plusieurs langues supplémentaires, un atout indéniable. Je crois personnellement que pour la réussite d'une carrière, quelle qu'en soit l'ambition, des valeurs telles que l'honnêteté – comprise aussi dans le sens d'honnêteté intellectuelle –, la confiance et la fidélité de même que la persévérance et la volonté sont essentielles; ces valeurs permettent une harmonie entre carrière et vie personnelle réussie.

Et puis, c'est tout simplement la capacité de travail et celle de pouvoir passer de la pensée et de l'idée aux actes qui fait la différence. Ces dernières qualités s'acquièrent sur le tas et c'est en les pratiquant et en prenant des risques, qu'on les développe. Aussi, je pense que tout jeune diplômé devrait se poser la question de comment acquérir de vraies compétences

internationales, de préférence par un job à l'étranger ou à l'international pour se frotter à d'autres cultures et s'exposer à des expériences qui ouvrent l'esprit au monde qui nous entoure.

** à la suite de Thomas Leysen, alors Président de la FEB, Christophe Navarre, alumni et PDG de Moët Hennessy, Marc Beaujean, alumni et membre du Comité de Direction de P&V, Philippe Suinen, Directeur général de l'AWEX, Pierre Detry, alumni, Président et Directeur général de Nestlé Pologne / Etats baltes, Eric Domb, Fondateur de Pairi Daiza*

NMC, VOTRE SOCIÉTÉ, A CONNU, DEPUIS SA CRÉATION EN 1950, UNE EXPANSION INTERNATIONALE ASSEZ EXEMPLAIRE. QUELLE EST VOTRE RECETTE ?

J'ai eu la grande chance de pouvoir prendre, à l'âge de 32 ans, la direction d'une entreprise dont le fondateur, mon père, était un entrepreneur inventif qui avait développé avec ses collaborateurs de nouvelles technologies de plasturgie. C'est sur cette base que nous avons ensuite développé NMC, en nous spécialisant sur ses forces, en nous internationalisant dans un premier temps par joint ventures avec des partenaires locaux car nos moyens financiers étaient très limités, puis en investissant directement à l'étranger. Nous sommes restés en permanence en éveil pour saisir de nouvelles opportunités d'innovation, d'améliorations et d'investissements.



Cependant, si je devais donner une seule recette, je dirais que le plus important est d'être entouré de collaborateurs dirigeants de grande qualité. Nos valeurs humaines et notre capacité d'adaptation à l'environnement international sont également des clés de notre croissance et de notre rentabilité.

DEPUIS DE TRÈS NOMBREUSES ANNÉES, VOUS VOUS INVESTISSEZ DANS NOTRE ECOLE : GOUVERNANCE, ACCUEIL DE STAGIAIRES, RECRUTEMENT DE JEUNES DIPLÔMÉS, PARTENARIATS, BOURSES POUR DES ÉTUDIANTS,... NOUS VOUS EN SOMMES PARTICULIÈREMENT RECONNAISSANTS. QU'EST-CE QUI MOTIVE UN TEL INVESTISSEMENT ?

Je pense que l'implication de chefs d'entreprises dans l'enseignement supérieur constitue une valeur ajoutée pour toutes les parties concernées, y compris pour les étudiants et les enseignants. En m'investissant dans HEC au niveau de sa gouvernance, j'ai découvert qu'il y avait des hommes et des femmes de qualité avec lesquels j'ai pu développer des visions communes et ainsi faire progresser l'Ecole. Nous avons créé avec HEC Liège, devenue après la fusion l'Ecole de gestion de l'Université de Liège, un pôle de développement pour la région. C'est très motivant de travailler avec des gens qui veulent être acteurs de changements et de progrès.

UN CONSEIL OU UNE RECOMMANDATION À DONNER À NOS JEUNES FUTURS DIPLÔMÉS ?

Dites-vous que vous vivrez dans un monde économique qui sera très différent de celui de vos parents, mais que vos valeurs vous donneront assurance et sérénité. Ma première recommandation est donc : soyez prêts à vous adapter à de nouvelles situations, allez voir ailleurs surtout, là où le monde évolue le plus. Mais restez fidèles à vos valeurs et à vos racines.

HEC Liège fête ses 10 ans !

VOUS AVEZ ŒUVRÉ SANS RELÂCHE AU RAPPROCHEMENT AVEC L'UNIVERSITÉ, QUI A ABOUTI EN 2005 À LA FUSION. A CETTE ÉPOQUE, VOUS ÉTIEZ PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE HEC. EN QUOI L'ECOLE EST-ELLE DIFFÉRENTE À VOS YEUX D'IL Y A 10 ANS ?

Sans la fusion entre HEC et l'Ecole d'administration des affaires de l'Université de Liège, nous serions restés chacun des acteurs de seconde zone. Aujourd'hui, nous avons une taille qui permet de prendre une position intéressante dans le contexte international concurrentiel des Business Schools. Et dans plus d'un domaine, HEC Liège n'a pas à rougir de la comparaison internationale. Bien sûr, nous ne sommes pas encore au bout du chemin (on n'y sera jamais !), il reste beaucoup de possibilités de progression pour différencier HEC par la qualité de l'enseignement et de la recherche.

Mais nous sommes bien entourés et soutenus. Je voudrais profiter de cette opportunité pour remercier les entreprises qui ont participé à la campagne pour les 10 ans de la fusion. Je constate que plusieurs sociétés partenaires sont dirigées par des alumni. C'est très encourageant de voir que des alumni souhaitent s'investir pour l'Ecole, ses étudiants et ses diplômés.

Merci à eux !

Propos recueillis par **Nathalie HOSAY**,
Responsable des Relations extérieures et de la Communication

Linklaters



Verdin & associés
Experts comptables et financiers

Jean Gotta

PERLA

HORLOGERIE-BIJOUTERIE



Heure-le-Romain, à 20 minutes de Liège

FAITES VIVRE UN MOMENT CAPTIVANT À VOS INVITÉS
AU SEIN DU DOMAINE VITICOLE **VIN DE LIÈGE** !



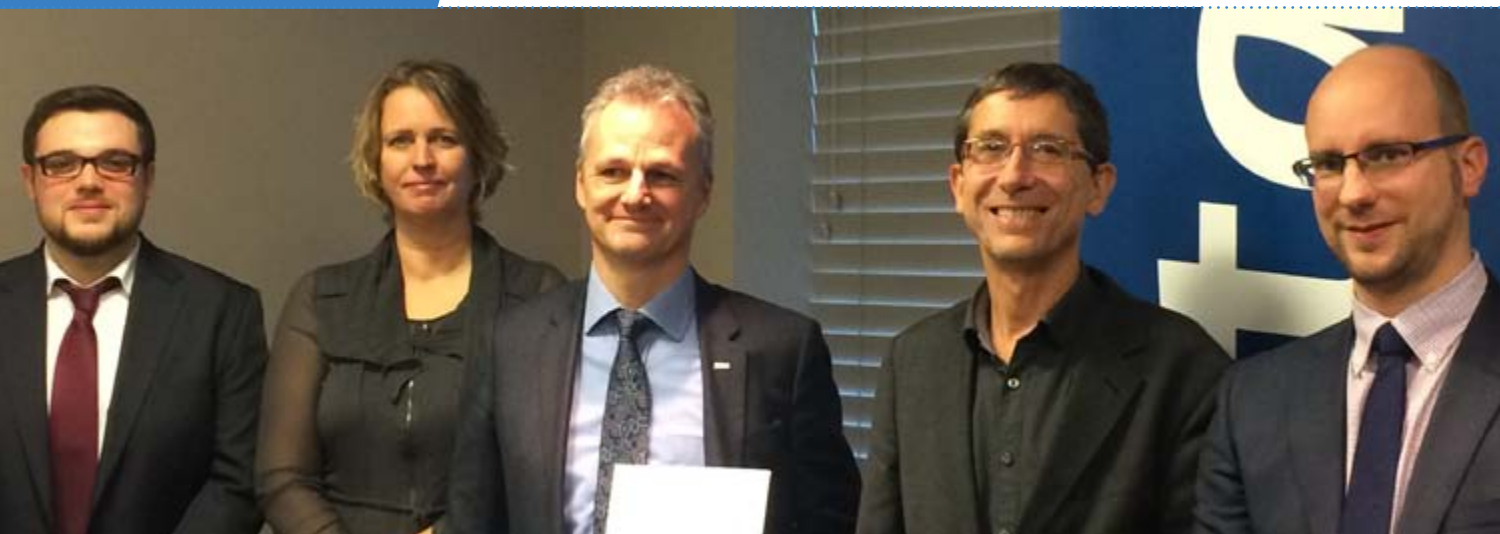
- Salle de conférence modulaire de 120 personnes
- Service traiteur
- Accueil professionnel

- Parcours initiatique dans le vignoble
- Dégustation commentée et découverte du métier de vigneron

Merci à nos partenaires pour
leur soutien et leur confiance !



UNE BONNE GESTION DES RESSOURCES HUMAINES AMÉLIORE LA PERFORMANCE D'UNE ENTREPRISE



← De gauche à droite :
Michel Ajzen, Louvain School of Management UCL; Giseline Rondeaux, Docteur en Sciences de Gestion, HEC Liège;
Philippe Depaepe, Directeur Général Bruxelles-Wallonie ACERTA;
François Pichault, Professeur, HEC Liège et Directeur Centre de recherche LENTIC;
Laurent Taskin, Professeur à la Louvain School of Management UCL et Président de l'Institut des sciences du travail à l'UCL, lors de la conférence de presse au Cercle du Lac, Louvain-la-Neuve, le 10 mars 2016



Le tissu économique belge est constitué de 92,5 % de PME. Et pourtant, la gestion des ressources humaines y est souvent peu professionnalisée. Quel rôle une approche novatrice des RH pourrait-elle jouer dans le développement des capacités d'innovation et de performance des PME, nécessaires à leur croissance ?

Pour répondre à ces questions, des chercheurs de HEC Liège - Ecole de gestion de l'Université de Liège, (François Pichault et Giseline Rondeaux) et de la Louvain School of Management, UCL (Laurent Taskin et Michel Ajzen) ont interrogé 730 PME, durant trois ans. Il en ressort qu'une meilleure gestion RH joue un rôle direct dans la performance de ces entreprises. Résultat ? Les chercheurs en collaboration avec Acerta et son Directeur général, Philippe Depaepe, ont mis sur pied un guide des bonnes pratiques (White paper) en matière de RH à destination des PME.

Au niveau de la **méthodologie** de l'étude, les chercheurs ont interrogé, via des questionnaires, 730 PME en Fédération Wallonie Bruxelles et ont rencontré les responsables de 20 d'entre elles afin de mieux cibler leur manière d'opérer en termes de gestion des ressources humaines (GRH). Enfin, une expérience pilote a été menée au sein de 2 PME, l'une étant innovante mais peu performante (I+P-), l'autre étant à l'inverse peu innovante mais très performante (I-P+).

L'un des premiers constats de cette étude est qu'il **n'existe pas toujours de corrélation entre l'innovation et la performance**. Une PME peut être innovante sans être performante, et vice-versa.

Mais au fait, **qu'est-ce qu'une PME** ? Une entreprise de maximum 250 personnes ayant un chiffre d'affaire de maximum 50 millions d'€. Et qu'entend-on par la **performance** d'une entreprise ? Un faisceau de facteurs tels que les habilités organisationnelles, économiques, humaines, commerciales et productives. Et **l'innovation** ? Les chercheurs retiennent le degré de nouveauté de l'innovation, soit le temps requis et les ressources nécessaires pour développer l'innovation. Ces innovations peuvent être liées aux procédés, aux produits-services ou à l'organisation.

Des différences en matière de management se notent déjà, en fonction du type de PME : au sein d'une I-P+, on note peu de tension, une formalisation entre collègues et une certaine rigidité dans l'organisation du travail ; au sein d'une I+P-, il existe une souplesse dans l'organisation du travail, les relations sont moins formelles et on note davantage d'attitudes et pratiques participatives.

Les expériences pilotes ont permis de mettre au jour **une gestion des ressources humaines adaptée et novatrice destinée à professionnaliser la GRH des PME** performantes et innovantes :

- une **évolution** en termes de GRH est **plus efficace** et profonde **si elle est couplée à un changement au sein de l'entreprise**
- il est essentiel qu'un changement en matière de GRH **s'inspire de ce qui existait par le passé** : parler le langage de l'entreprise et de ses gestionnaires aide à identifier les freins éventuels et à imaginer comment les transformer en leviers d'action
- la professionnalisation des GRH repose sur une **régulation subtile** des valeurs inhérentes à la performance (formel, directif, contrôle) et à l'innovation (informel, participatif, autonomie)
- une réorganisation GRH entraîne des bouleversements ailleurs dans l'entreprise, d'où l'importance d'y être attentif pour rectifier le tir
- il est essentiel de **co-construire tout changement GRH** avec les acteurs de l'entreprise : permettre à chacun de prendre part au projet, de donner son avis, c'est tabler sur **l'appropriation** du nouveau dispositif

Si vous souhaitez obtenir un exemplaire du White Paper – Guide des bonnes pratiques en matière de RH, contactez

Giseline RONDEAUX
Docteur en sciences de gestion, HEC Liège
Chargée de recherche au LENTIC
g.rondeaux@ulg.ac.be



Vous êtes à la recherche d'un lieu unique pour vos événements professionnels ou d'un bureau idéalement situé ?

Pensez à la **Design Station Wallonia** !

Situation exceptionnelle au cœur de la cité ardente, face à la gare de Liège-Guillemins.

Contactez-nous ! Chaque demande est traitée de manière personnalisée.

Votre personne de contact :
Bernadette Marcourt
+32 4 230 12 67
bernadette.marcourt@spi.be





APPRENDRE UNE LANGUE AUTREMENT : QUAND LE PLAISIR RENFORCE L'APPRENTISSAGE



Chaque année, j'emmène mes étudiants « en voyage » ! Il s'agit de les détacher pendant quelques jours de leur environnement habituel d'enseignement et de « nous mettre au vert » afin de vivre une expérience particulière. En ce qui concerne le cours d'espagnol de niveau 5 standard, la dimension des groupes ne permet pas d'envisager un déplacement de quelques jours en Espagne. Ceci ne reste faisable qu'avec les étudiants du niveau avancé pour lesquels les groupes sont plus réduits (par exemple, Bilbao en février 2015 ou Valencia en avril 2015). Dès lors, depuis quelques années, un séminaire résidentiel de deux jours est organisé pour les « grands groupes » (une trentaine d'étudiants) de Master 2, dans un gîte tout à fait adapté, en région namuroise.

L'objectif premier de ce séminaire est d'apprendre et de s'amuser. A ce stade de l'apprentissage de l'espagnol – pour la plupart des étudiants, après 4 années au moins d'enseignement –, le succès dans le perfectionnement de la langue dépend moins des techniques et des analyses linguistiques que de ce qui se passe dans et entre les personnes.

Les buts poursuivis dans ce projet sont multiples. Il s'agit tout d'abord de pratiquer l'espagnol de manière intensive – et exclusive ! – dans une ambiance détendue qui privilégie le renforcement des relations entre pairs, entre étudiants et enseignants et, surtout, avec les invités hispanophones. La présence de ces derniers permet d'optimiser les échanges en espagnol. Elle permet également d'éveiller l'intérêt des étudiants grâce aux rencontres, aux échanges culturels.

L'objectif linguistique est également fondamental. Le but est « d'utiliser » l'apprentissage des années précédentes dans la pratique orale intensive, qu'elle soit issue des exercices centrés sur le monde de l'entreprise, ou qu'elle surgisse dans toutes les situations inhérentes à la vie en groupe : la préparation des repas, l'organisation des tâches ménagères, les moments de détente...

Le programme du séminaire repose sur des activités en groupes réduits – moins de 10 étudiants –, centrées sur les problématiques rencontrées dans l'entreprise et sur l'entrée dans le monde du travail¹ et des activités qui réunissent l'ensemble des participants, à savoir la cuisine et la découverte de deux pays d'Amérique Latine.

- Cette année, le Pérou a d'abord été mis à l'honneur grâce à l'atelier de cuisine péruvienne que nous a proposé Liliana Borda Marquillo (La cocina de Lili B). Après nous avoir exposé la richesse de la cuisine de son pays – en truffant son récit d'anecdotes et en proposant la dégustation de produits locaux –, Liliana a cuisiné, avec l'aide des étudiants, des plats péruviens qui ont été intégrés au buffet de cuisine hispano – œuvre collective ! – du mercredi soir.
- La matinée du jeudi a été consacrée entièrement à la Colombie. Les quatre étudiants colombiens qui participaient aux deux jours de séminaire – Diana, Paula, Camilo et Jaime² – nous ont proposé une présentation de leur pays originale, interactive et d'un grand intérêt. Ils ont « balayé » tous les préjugés et nous ont donné l'envie de découvrir des régions diversifiées, ainsi qu'un pays où les initiatives prises par de jeunes entrepreneurs sont réellement soutenues.



POUR DRESSER LE BILAN DE CE SÉMINAIRE, JE LAISSERAI LA PAROLE AUX ÉTUDIANTS...

L'expérience est originale, géniale, enrichissante du point de vue humain, intellectuel et linguistique, formidable, un succès, ludique, on prend du plaisir, c'est unique,...

Une immersion intense, avec un résultat immédiat et une « récompense » rapide : on récolte immédiatement le fruit de ses efforts. On se lance dans la langue, sans la crainte de commettre des erreurs, on ne voit que le positif. On apprend du vocabulaire et des expressions en situation, en les vivant. Chacun pouvait et voulait s'exprimer. On trouve rapidement des automatismes, on se libère,...

La découverte de la culture hispanique se fait autrement, à travers les rencontres, les sourires et les rires, la convivialité, l'ouverture d'esprit, le partage...

Il apparaît clairement que ce type d'expérience permet d'atteindre les objectifs fixés : renforcer la langue, en respectant la progression de chacun, et apprendre à connaître des pays latino-américains sous des aspects originaux et grâce à des échanges. La réussite d'un tel projet réside dans une conjonction de facteurs environnementaux qui font que, du point de vue individuel (dans la personne), les participants se libèrent de l'inhibition, de l'anxiété et sont particulièrement motivés dans leur apprentissage. Par ailleurs, ce qui se passe entre les personnes génère indubitablement, par le plaisir et l'émotion, une envie puissante d'apprendre et, partant, une amélioration des connaissances. C'est tout l'enjeu de la dimension affective, tellement indispensable en didactique des langues.

¹Pour toutes ces activités, il a été demandé aux étudiants de se préparer à domicile avant le séminaire.

²Camilo Arias Campos et Jaime Ardila Gómez sont des étudiants d'échange de HEC-Liège (2^e semestre 2015-16). Paula est une de leurs amies qui étudie actuellement dans une université espagnole. Diana Aguilar Mendieta est étudiante du Master en sciences de gestion

THE ADVERTISING CAMPAIGN CONTEST A CONCRETE AND CROSS-DISCIPLINARY PROJECT

Nowadays, learning goes far beyond the assimilation of theoretical and procedural skills and actually provides some real operational know-how. Learning by doing allows students to act and react in real concrete situations. It is now understood that this is the way students will be the most reactive, creative and motivated. Yet, **how can a real situation possibly be 'created'?**

In the first half of the academic year, 3rd year students in Economics and Management are requested to go to a non-French speaking destination to carry out a market survey of a product idea they have come up with and partially developed in class. Amongst other things, they are asked to show the footage of their experience abroad in a presentation of their findings and hand in a feedback report (see Spirit of Management, No. 26). In the second half of the year, the 'learning by doing' approach is maintained in a rather different project that is nonetheless fully anchored in reality: **a contest involving students in the development of the School.**

The idea of a contest all started with the desire to have our students practise writing CVs and covering letters in a practical context. Thus, originally, a mock contest involving the International Relations Department was created. Teams of four students would enter the contest by handing in a report including a covering letter and their CVs. They would subsequently give a presentation of an advertising campaign to promote HEC Liège abroad. The idea was presented to Marianne Snakers, Head of International Relations (IR), who bought into it and helped develop the contest for real this year.

Marianne Snakers and Anne Gillet, developer of the project on the side of IR observed: "It is essentially during the Masters' programmes that our students receive detailed information on our international opportunities. It was therefore extremely interesting for us to be able to take part in a project whose participants would in fact also be our target as far as our communication means are concerned. This project has offered us the opportunity to get to know our students differently, to rediscover and to acknowledge their capabilities as much as the various proposals they made (better use of social networks, videos, posters etc.). This project will allow us to communicate more efficiently with them by using means that they opted for themselves."

Within the six groups of English, six teams of three to four students presented their campaigns in class. Each group chose their favourite campaign, which was then presented to the whole student cohort and a jury composed of Adrian Hopgood, Dean of HEC Liège, Marie Mawhin, Head of the Language Department, Marianne Snakers, Head of IR and Emma Desforges, of ILSV for English.



What do our students think about it?

According to the winning team, A View to the World (Gaëlle Pirotte, Anabelle Royen, & Laura Walhin): "This contest represents for us, students, a fantastic way to combine theory and practice. This type of project totally fulfils our expectations. We have learnt a lot of things at various levels. First of all, we had to make full use of our creativity in order to develop something concrete. Then, working as a team in English was certainly a very exciting and stimulating experience that is very useful to have for our future professional life. Finally, thanks to her guidance and great advice, our lecturer helped us optimise our presentation techniques and our way to communicate in front of a large audience. We would like to thank her for her involvement with all her students."

Congratulations everybody !

Anne DESIROTTE, Assistant Professor, English Language

Executive Degrees

Formations en horaire décalé

2016 - 2017

HEC Liège
Ecole de Gestion de l'Université de Liège

> **ANALYSE, CONTRÔLE
ET RÉVISORAT**

> **FINANCE**

> **DROIT FISCAL**

> **MANAGEMENT GÉNÉRAL**

> **OpenBordersMBA**

> **SCIENCES DE GESTION (Pour Bacheliers)**

> **MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL**

HEC Liège
Rue Louvrex, 14 • B-4000 Liège
Tél. : +32 4 232 73 21
Fax : +32 4 232 73 24

www.hec.ulg.ac.be

LE GROUPE POUR HEC LIÈGE ET SON RÉSEAU ALUMNI ONT LE PLAISIR DE VOUS CONVIER AU

Gala ^{3^{ème} édition}
LE SAMEDI 19/11/2016
AU COUNTRY HALL DE LIÈGE

HEC Liège
Management School - University of Liège

SAVE THE DATE



Fonds

BILAN DU 1ER CYCLE DES GRANDES CONFÉRENCES EUROPÉENNES JEAN REY

FONDS **HEC** Université
de Liège



Au terme de l'année académique 2015-2016, l'heure est au bilan pour le cycle des Grandes conférences européennes Jean Rey organisé par la Faculté de Droit, de Science politique et de Criminologie de l'Université de Liège et HEC Liège, suite à une donation de l'asbl Club Universitaire Réformes et Liberté (CURL) et en particulier du Comité du Prix Jean Rey, au Fonds HEC.

Nous avons rencontré Robert-Armand Planchar, Vice-Président du CURL et créateur, avec le Vice-Recteur Honoraire Freddy Coignoul, du Prix Jean Rey en 1989.

Robert Planchar, quel bilan faites-vous de ce premier cycle de conférences ?

Tout d'abord, je voudrais dire combien je me félicite du choix que nous avons opéré en confiant à l'ULg (Fonds HEC) les fonds financiers gérés jusqu'alors par le CURL et utilisés pour primer des travaux de doctorants. J'ai assisté aux trois conférences et j'ai été ravi de voir le nombre d'étudiants présents et d'écouter les questions qu'ils ont intelligemment posées.

Les membres du Comité du Prix Jean Rey ne souhaitaient plus primer des travaux de chercheurs mais voulaient amener la jeune génération à réfléchir aux problèmes de l'Europe et à les inciter à prendre part à l'action. C'est dès lors tout naturellement que nous nous sommes tournés vers la Faculté de Droit, de Science politique et de Criminologie et vers HEC Liège pour leur demander d'organiser des conférences sur l'Europe. Jean Rey était en effet Docteur Honoris Causa de l'ULg et j'ai moi-même donné cours d'économie des transports à HEC de 1973 à 1997. Je compte d'ailleurs Jean-Pascal Labille, un des membres du Comité de soutien de ce cycle de conférences, parmi mes anciens étudiants !

Les trois conférences ont été assurées par des orateurs de qualité. Si je dois donner mon avis sur chacune d'entre elles, je dirais que lors du premier événement « Le futur de la Grèce dans l'Union européenne et la zone euro », Madame Bakoyannis nous a parlé de la Grèce, de ce qu'était ce pays, sans pour autant nous apporter d'idées de solutions réelles. Les étudiants présents ont cependant pu être interpellés par la problématique de la solidarité européenne.

Lors de la seconde conférence « L'Europe entre partenariat atlantique et allégeance : le véritable enjeu du TTIP », j'ai trouvé Pierre Defraigne comme à son habitude : brillant, rigoureux, intéressant et direct ! Un petit bémol : j'aurais aimé avoir son analyse sur la problématique du Brexit et l'importance de la décision à venir de la Grande-Bretagne.*

Lors de la dernière conférence « Pour ou contre l'Euro », les deux orateurs, Bruno Colmant et Guy Quaden, ont été brillants. Cependant, de nouveau, pas un mot du Brexit ! Si elle n'a pas adopté la monnaie unique, les conséquences de la sortie de la Grande-Bretagne de l'Union Européenne sont à envisager car elle exerce un pouvoir fort sur l'euro. Leur sortie pourrait peut-être permettre aux Etats volontaristes de se serrer les coudes et d'aller de l'avant !

Robert Planchar, vous avez occupé le poste d'Administrateur principal de la Direction des transports à la Commission européenne de 1958 à 1973 et vous avez bien connu Jean Rey qui était Président de la Commission européenne entre 1967 et 1970. Pouvez-vous nous dire quel homme il était ?

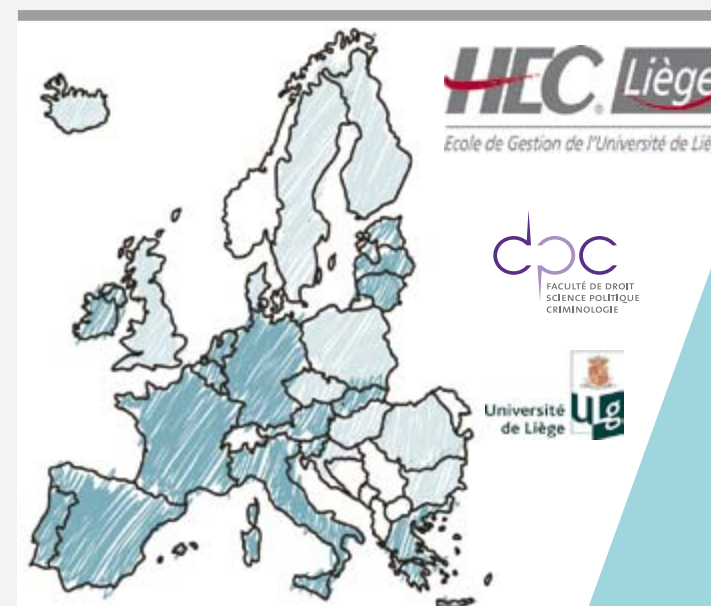
Je dirais de Jean Rey qu'il était un homme de rigueur, d'une profonde honnêteté, un bon père, un bon époux et un ami sincère. C'était aussi un bourreau de travail qui vivait 15 jours à l'avance. Je me souviens qu'il fixait parfois à ses collaborateurs des rendez-vous à 7h du matin !

Certains disaient de lui qu'il était un « clergyman » car il avait coutume de s'habiller d'un costume noir, d'une cravate noire et d'une chemise blanche. C'était cependant un homme plein d'humour, qui aimait boire un verre de vin et qui aimait la vie. Tout le monde avait envie de lui ressembler, ce que j'ai moi-même essayé de faire sans y parvenir...

Le cycle de grandes conférences européennes Jean Rey reviendra à la rentrée académique prochaine avec 3 conférences données par des orateurs de renom.

* Mr Defraigne a donné ce 9 juin une conférence sur le Brexit à la Société Littéraire de Liège

Propos recueillis par Sandrine GASC
Coordinatrice du Fonds HEC - Tel. + 32 4 232 72 92
fondshec@ulg.ac.be - www.fonds-hec.com



Cycle de grandes
conférences européennes
Jean Rey



International

ENTREPRISES ITALIENNES ET WALLONIE, RETOUR D'UNE ÉTUDE DE TERRAIN YBA



le groupe devant l'entreprise SOL à Monza, avec le CEO, l'Ingénieur Fumagalli

En octobre 2015, les étudiants du cours d'italien de Master 2, ont participé à un Field Trip Young Business Actors à Milan et à Palerme avec pour objectif de réaliser une enquête de terrain sur les liens économiques entre l'Italie et la Wallonie.

Les questions de travail étaient les suivantes : quelle vision les Italiens ont-ils de la Belgique, et plus particulièrement de la Wallonie ? Pourquoi certains y investissent-ils ou souhaiteraient-ils y investir ? La présence en Wallonie, d'un grand nombre de Belgo-Italiens joue-t-elle un rôle dans les liens pouvant unir la Wallonie et l'Italie ?

Christine HANON, en charge du cours d'italien est à l'origine de ce projet. Elle revient sur cette expérience :

La mise en place du projet a démarré l'année académique précédente, par la préparation d'un programme de visites d'entreprises et d'une enquête à administrer au public italien visitant le pavillon belge (EXPO Milan). Madame Flagothier (Responsable Awex Milan) a mis les étudiants en contact avec l'entreprise SOL de Feluy (Hainaut), filiale très importante du groupe italien SOL (gaz liquides techniques et médicaux) présent dans le monde entier. En avril 2015 chez SOL, les étudiants ont assisté à une présentation de l'entreprise, ont visité les infrastructures et discuté en italien des questions de l'étude avec l'ingénieur Zappulli.

Lors du Field Trip, les étudiants et Christine Hanon, accompagnée de Giuseppina Capodici, se sont rendus à Milan, en Lombardie, pour visiter l'entreprise « ILLVA di Saronno », petite entreprise familiale à la base devenue une multinationale grâce à l'esprit visionnaire des différents entrepreneurs. Un exemple de réussite pour nos futurs managers. Le groupe a également visité la maison mère de SOL à Monza où trois ingénieurs, dont le chef de l'entreprise, leur ont expliqué l'historique de l'entreprise et les raisons pour lesquelles ils avaient investi en Wallonie (Feluy).

Christine Hanon poursuit :

Lors de notre journée à L'Exposition Universelle « Nourrir la Planète », nous avons visité le Pavillon italien, merveille alliant Esthétique et Nouvelles Technologies et le Pavillon belge où nous avons été reçus par une collaboratrice de Madame Flagothier. Les étudiants devaient interroger les très nombreux Italiens qui faisaient la file. Les résultats furent décevants : à part les personnes ayant de la famille en Belgique, la majorité de celles interrogées avaient une connaissance de la Belgique se limitant à « Bruxelles, Capitale européenne », la bière et le chocolat ! Cependant, à la sortie du pavillon, elles étaient assez impressionnées par notre pays. »

Après Milan, le groupe a rejoint Palerme pour visiter l'entreprise « Le cantine Florio » achetée en 2001 par L'ILLVA visitée trois jours plus tôt et les Salines de Trapani.

Quelques heures du voyage ont été consacrées à la visite du centre de Milan et de Palerme. Les soirées et les visites se sont déroulées en immersion tantôt avec les étudiants de l'Université de Castellanza, tantôt avec ceux de l'Université de Palerme ce qui a permis de nombreux échanges culturels et linguistiques entre les étudiants.

Christine Hanon clôture : *En suivi de ce Field Trip, les étudiants ont rédigé un rapport en italien présentant les résultats de l'enquête qu'ils avaient menée, ce qu'ils avaient pu observer durant leur séjour et l'apport personnel qu'ils avaient retiré. »*



TÉMOIGNAGES DES ÉTUDIANTS

Un'altra giornata ricca di insegnamenti, è stata la visita dell'impresa SOL GROUP. Tale gruppo crede nelle potenzialità del Belgio, motivo per cui investe le proprie risorse in Vallonia

Laura Sciacchitano

La diversità del tessuto economico italiano, ci mostra il desiderio delle imprese, in qualsiasi settore, di diffondersi al livello nazionale ed internazionale. {...} Per quanto riguarda l'arricchimento linguistico, era un'esperienza fantastica

Roxane Carlozzi

Abbiamo potuto mettere in valore tutte le competenze acquisite. In altri termini, siamo usciti dalla nostra zona di "confort"

Alexandre Sanza



INVITATION

Le Smart City Institute vous invite à son événement annuel sous le thème
SMART CITIES, SMART RÉGION : LA WALLONIE DE DEMAIN

le 29 juin dès 18h à HEC Liège

PROGRAMME :

- 17h30 Accueil
- 18h00 Ouverture par les Autorités académiques de l'ULg
- 18h20 Smart Cities, Smart Region et le Smart City Institute
- 18h40 Le rôle du secteur privé dans les Smart Cities
- 19h00 Présentation des projets entrepreneuriaux étudiants
- 19h30 Remise des prix
- 18h40 Conclusion
- 20h00 Cocktail dinatoire

Inscriptions sur www.smartcityinstitute.be jusqu'au 20 juin





DANIEL SCHLECK est doctorant au Tax Institute de l'Université de Liège, une initiative commune de HEC Liège et de la faculté de Droit, Science politique et Criminologie.

Diplômé de HEC Liège en 2010, il a complété sa formation par un master complémentaire en droit fiscal en 2011 et a débuté sa thèse de doctorat l'année suivante, menée sous la supervision des professeurs Marie Lambert HEC Liège et Marc Bourgeois (Faculté de Droit)

Nous lui avons demandé de nous présenter en quelques mots ses recherches, à la croisée de la gestion et du droit fiscal.

« Comme les récentes polémiques autour du LuxLeaks et des Panama Papers le démontrent, les questions soulevées par la fiscalité des entreprises multinationales sont multiples et d'importance croissante, particulièrement dans un contexte caractérisé par de nombreuses réorganisations transfrontalières d'entreprises. Ma recherche doctorale s'intéresse à la fiscalité des multinationales et particulièrement aux prix de transfert des actifs incorporels et aux stratégies suivies par les groupes multinationaux lorsqu'ils investissent dans ce type d'actifs.

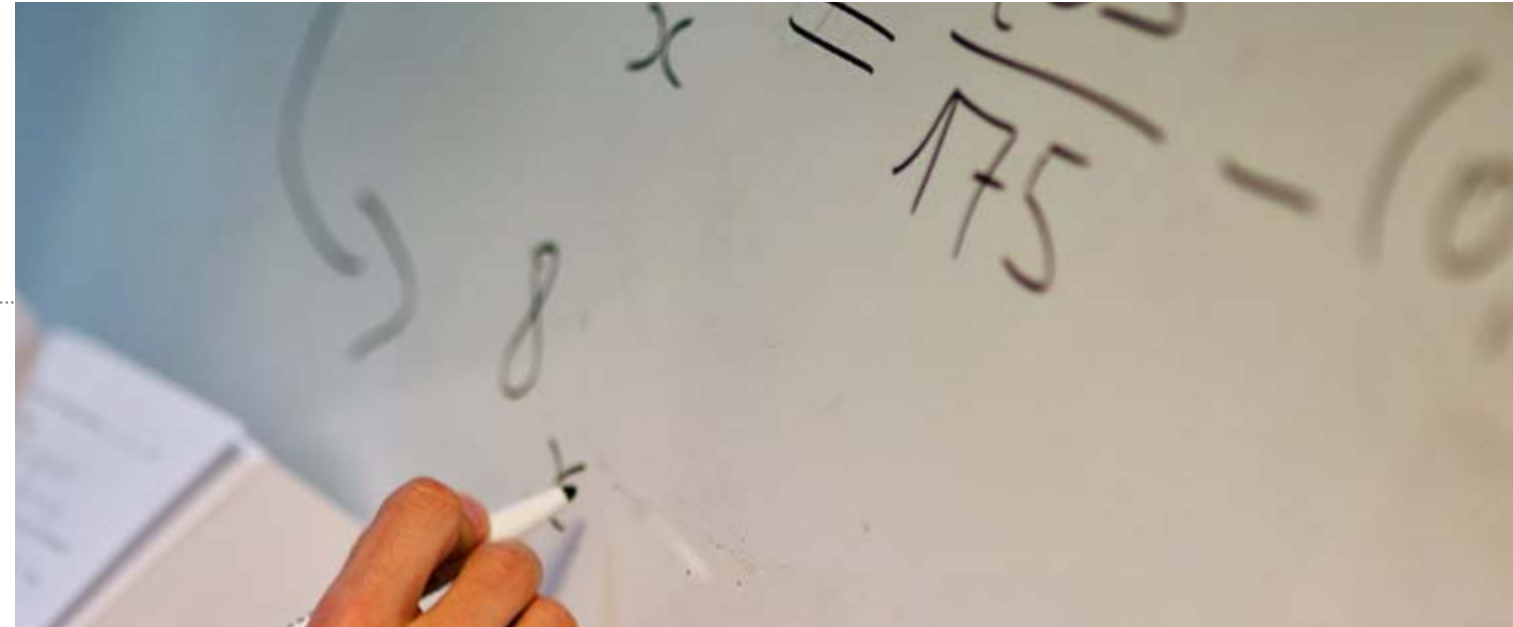
LA QUESTION DES « PRIX DE TRANSFERT »

Actuellement, la plupart des transactions commerciales au niveau mondial sont effectuées au sein de groupes multinationaux : ces transactions dites « intra-groupes » représentent près de 60% de l'ensemble des transactions. Pour des raisons fiscales, les groupes multinationaux doivent fixer en interne un prix pour chacune de ces transactions, qu'il s'agisse d'un transfert de biens ou de la prestation de services ; il s'agit des « prix de transfert ». Ces prix de transfert sont parfois manipulés – par exemple en surestimant le prix d'achat ou en sous-estimant le prix de vente d'un actif – afin de transférer des bénéfices de pays à fiscalité élevée vers des pays à la fiscalité plus modérée.

L'ajustement des « prix de transfert » se révèle être l'une des techniques privilégiées des schémas d'optimisation fiscale mis en place par les groupes multinationaux. Des entreprises telles que Starbucks, Google ou encore Apple ont d'ailleurs été récemment citées dans les médias pour leur planification fiscale « agressive », en raison de la faiblesse de leur taux d'imposition effectif – qui avoisinerait parfois les 3%.

ACTIFS INCORPORELS ET RÉORGANISATIONS D'ENTREPRISES

Face aux pressions concurrentielles et à la mondialisation croissante des marchés, les entreprises multinationales peuvent décider de réorganiser leurs activités afin de maximiser les synergies ou encore de réduire les coûts. À cette fin, elles transfèrent des actifs (corporels ou incorporels), des risques ou des fonctions entre les différentes entités qui composent les groupes. Dans ce cadre, ce sont surtout les actifs incorporels (brevets, marques,...) qui attirent une attention particulière. Ces actifs sont en effet des *vecteurs de valeur* importants au sein des entreprises, pour lesquels la fixation d'un prix de transfert se révèle difficile en raison de leurs caractéristiques parfois uniques. Ils constituent dès lors également des *vecteurs importants de transferts de bénéfices*. Certains Etats, comme l'Allemagne, ont par conséquent établi des règles spécifiques aux actifs incorporels afin de préserver leurs recettes fiscales.



Ma recherche doctorale se concentre, dans le cadre de la première partie, sur les transferts d'actifs incorporels au sein des groupes multinationaux, et sur les stratégies d'investissement qui y sont associées. Il est ainsi possible d'analyser les principaux facteurs qui influencent les décisions relatives à la localisation des biens incorporels afin de déterminer si les entreprises multinationales suivent une stratégie « fiscale », axée sur le taux d'imposition, ou une stratégie « opérationnelle », basée sur l'attractivité des pays en matière d'innovation ou de recherche et développement, lorsqu'ils transfèrent des actifs incorporels. Ces résultats permettent ensuite de mesurer, selon la stratégie effectivement suivie, la performance financière des groupes multinationaux et d'établir leur profil (pays d'origine, taille, secteur d'activités,...). Dans une seconde partie, la recherche doctorale analyse l'introduction de règles spécifiques aux réorganisations d'entreprises dans les dispositions fiscales allemandes et leur impact sur la stratégie et la performance des entreprises multinationales. »



HEC Liège - Golf Trophy

Vendredi 23 septembre 2016

Royal Golf Club du Sart Tilman

Venez passer une agréable journée en compagnie de vos collègues, amis et clients dans le cadre exceptionnel du **Royal Golf du Sart Tilman**.

Au programme : compétition, initiations, animations, remise de prix et un walking dinner pour clôturer ensemble cette **deuxième édition**.

Retrouvez les détails de la journée ainsi que le formulaire d'inscription :

<http://hecliegegolf trophy.wix.com/golftrophy>

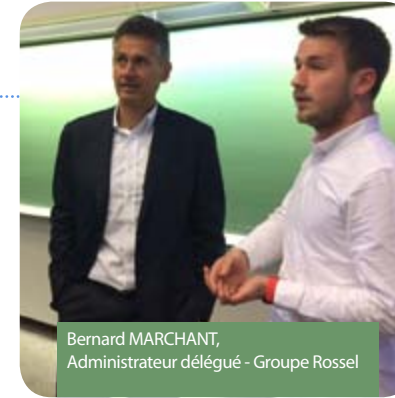


Partenaires

GUEST SPEAKERS

Tout au long de cette année académique, nous avons reçu de nombreux guest speakers dans le cadre de cours ou lors d'activités spécifiques telles que Journée Portes Ouvertes, conférences, etc.

Merci à nos partenaires et alumni,
d'avoir partagé leur expérience avec nos étudiants !



Bernard MARCHANT,
Administrateur délégué - Groupe Rossel



Cyrielle VANMUYSEN (promo
2015), Technology Consulting
Analyst - ACCENTURE



François GILSON (promo
2005), Marketing Manager
GOOGLE



Daniel FALQUE, CEO Belgium - KBC, Mr LAFFINEUR, COO Banca Generali Fund Management Luxembourg SA (promo 1997), Laurent WEERTS, Partner Deloitte (promo 1990), Jacques SPELKENS, Head of CSR Benelux ENGIE et FX LAHAYE, Export Manager - Physiol, (promo 2006)



Frédéric GIELEN
(promo 1993),
CEO - Reply Belgium



Jacques GALLOY (promo 1993),
Managing Partner - Gaudeto



Jacques SPELKENS, Head of CSR
Benelux - ENGIE Corporate et Virginie
XHAUFLAIR, Professeur HEC Liège



Benjamin HUYBRECHTS, avec Jean-Marc CLOSE,
Directeur des Etudes Stratégiques - Solidaris (Alumni
1987) et Patrick BAKOWSKI, COO Win - Groupe Nethys



Michaël DOSSIN, Area Manager - Adecco,
Sandra DELFORGE et Nico REESKENS, Country
Manager Adecco Group



Jean-Philippe PETERS
(promo 2000), Directeur
ERS - Business



Thierry TECHY,
Co-Founder CSO -
SELLIGENT



Sébastien FRANCOIS, Partner and
Operations Director - Universem

Ont également participé aux cours et activités de HEC Liège :



Marc RAISIERE - CEO Belfius Bank&Insurance, entouré d'Alumni travaillant chez Belfius



Nicolas CAMBOLIN, Data Value
Management Business Unit
Director - Micropole

Cédric BOVY, Manager - Bain & Company Belgium
Bernard DELVAUX (promo 1988), CEO - Sonaca
Jean-Pierre DI BARTOLOMEO (promo 1990), Président du Comité de Direction - Sowalfin
Marc du BOIS, Administrateur Délégué - Spadel
Joe FARRELL, Managing Director - PFS Web
Guy JANSSENS, Senior Fund specialist, Senior SRI specialist, BNP Paribas Fortis banking
Alain LAMARCHE (promo 1991), Administrateur et Directeur Développement - SEOS GROUP
Laurent MINGUET, Administrateur délégué - IMG
Didier PAQUOT (promo 1987) Directeur du département économique - UWE
Rita RAEDEMAEKER, Compliance Officer - CBC Banque & Assurance
Renaud THYS (promo 2006), Deputy CFO - Ardent Group Belgium
Vincent VAN DESSEL, Chairman & CEO - Euronext Brussels



Faculty of Economics and Business Administration at Goethe University Frankfurt: a new international partner

HEC is constantly dedicating energy to the qualitative improvement of its international network. As an example, here is a brief presentation of our latest partnership: another promising destination for our students!

With 5,000 students studying business administration, economics and business education, this Faculty is not only one of the most prestigious, but also one of the largest faculties of business and economics in Germany. Graduates enjoy an excellent reputation in the national and international business world, as indicated in numerous rankings. With around 70 professors the Faculty delivers a wide range of specialist disciplines and, located in Frankfurt, Germany's finance and business center, it offers a wealth of potential contacts, job and internship opportunities right on its doorstep. The move to "Germany's most beautiful campus" makes studying and research even more attractive. For the Faculty of Economics and Business Administration, the international character of its research and teaching is a most important quality criterion. The vivid exchange of scholars and students is actively promoted. The Faculty's various research cooperations and student exchange programs with partner universities constitute a closely tied international network.

Pierre Remendaer, Alumni 2013 du programme HEC Entrepreneurs 2012-2013, promotion E-Nova, est décédé d'un accident de voiture au mois de mars dernier. Il avait 27 ans. Nous ne l'oublierons pas.

Simon DETALLE, lauréat du Prix Camille Gutt

En avril dernier, Simon Detalle a reçu le Prix Camille Gutt pour son mémoire en finance intitulé "Assessing the exposure of the nonfinancial economy of the euro area to the shadow banking system." Ce mémoire, réalisé sous la direction du Pr Marie Lambert, visait à s'intéresser au rôle endossé par le "shadow banking system" dans le financement de l'économie réelle de la zone euro. En particulier, ce travail souligne l'importance du recueil de statistiques au niveau européen dans la théorisation du shadow banking. Le Prix Camille Gutt récompense un mémoire de fin d'études dans le domaine de l'économie publique et financière. Il vise à encourager la poursuite du travail scientifique du Bruxellois Camille Gutt, ministre des finances pendant la Seconde Guerre mondiale, instigateur du fameux "Plan Camille Gutt" qui visait à enrayer l'inflation d'après-guerre et premier directeur général du Fonds Monétaire International.

Il a reçu son prix des mains de Michel Vanden Abeele, Président du Fonds GUTT, lors d'une réception à la Fondation Universitaire. Ici aux côtés de Tom Huppertz (second lauréat du prix Gutt), de Michel Vanden Abeele et de Jérôme Wilson (historien de la Fondation Robert Triffin).



Prix et Distinctions

Aurélien SOETENS, Alumni HEC Liège et doctorante au Centre d'Economie Sociale, a remporté le prix Édition du Prix de l'Economie sociale 2016, pour son travail de recherche intitulé "Structures et mécanismes pour une participation durable dans l'entreprise : le cas de Cecososola".

Gregory PONTIERE, Alumni du département Economie de HEC Liège, Professeur à l'université Paris-Est Créteil et chercheur à l'Ecole d'économie de Paris, a été nommé au prestigieux prix du meilleur jeune économiste 2016, pour ses travaux qui mesurent l'impact de la mort dans l'économie.

Le Prix du meilleur jeune économiste, créé en 2000 par Le Monde et Le Cercle des économistes avec le soutien du Sénat, vise à valoriser les travaux d'un économiste dont les travaux relèvent de l'économie appliquée et qui permettent de promouvoir le débat public.

Dernier cours du Professeur Jurion

Le jeudi 28 avril, le Professeur Bernard Jurion donnait, aux Amphis de l'Europe, le dernier cours de sa carrière académique aux étudiants de HEC Liège, salué par une standing ovation. Dans l'amphi, beaucoup d'étudiants bien sûr mais aussi de très nombreux collègues, et d'anciens assistants, venus témoigner de leur sympathie et de leur amitié. Le professeur Jurion a été longuement applaudi. A l'issue du cours, les étudiants lui ont remis un hoodie HEC qu'il a aussitôt revêtu !



Le Professeur Bernard Jurion entouré de quelques collègues : de gauche à droite, Adrian Hopgoog, Pierre-Armand Michel, Michaël Schyns, Jacques Baire, Sergio Perelman et Yves Crama

Futurs Docteurs ...

Anaïs Gretry, doctorante à HEC Liège et Radboud University Nijmegen, a présenté au mois de mai son projet de thèse de doctorat à la conférence internationale « Brands and Brand Relationships 2016 » qui se déroulait à Toronto, Canada.

Son projet de thèse, intitulé « That's embarrassing! Effects of Brand Anthropomorphism on Consumer Disclosure », s'intéresse à l'humanisation des marques et, en particulier, à son impact sur la propension des consommateurs à dévoiler des informations personnelles aux marques.

Lors de cette conférence internationale, **Anaïs Gretry** a reçu le prix de la meilleure recherche.

... et nouveaux Docteurs

HEC Liège compte 4 nouveaux Docteurs en sciences économiques et de gestion :

- **Alexis HAKIZUMUKAMA** : « La gestion des ressources humaines au sein des ONG internationales: les relations siège-filiale dans un contexte instable (le cas du Burundi) »
- **Virginie LURKIN** : « Modeling in Air Transportation: Cargo Loading and Itinerary Choice »
- **Thadée NIYUNGEKO** : « Impact de l'incertitude sur la gouvernance des Institutions de Microfinance: cas des coopératives burundaises »
- **Noura SALMAN** : « Les femmes entrepreneurs au Maroc : Quels sont les facteurs individuels et contextuels qui influencent leur activité? Une étude comparative entre trois profils de femmes entrepreneurs ».

Les AfterMasters

La 4e édition des AfterMasters a eu lieu les 23 février et 1er mars derniers et fut un grand succès. Il s'agit d'un événement de la Commission Start Alumni qui compte une douzaine de membres et dont **Sabine Hauser** est responsable pour l'Ecole. Ces soirées métiers sont une occasion unique pour les étudiants de Masters 1 et 2 de découvrir la multitude des carrières accessibles à un(e) diplômé(e) de HEC Liège. Cette année, c'est au D-Bar, dans un cadre convivial et informel, que les étudiants ont pu entamer la discussion avec les alumni présents et enthousiastes. Un seul mot d'ordre pour les étudiants : oser poser toutes ses questions, et pour les alumni : y répondre sans tabou ! Il est fort à parier que cela a créé des liens et suscité des vocations... Merci aux alumni présents pour leur implication ! (voir photos dans la rubrique Events&News)

Envie de venir témoigner à la prochaine édition, envoyez un mail à : sabine.hauser@ulg.ac.be

Visite de la nouvelle Tour des Finances, Liège, à l'invitation d'Eric Bruyère, Affiliate Professor HEC Liège 28 avril 2016



Soirée Entreprises 2016 : rencontre du Parrain de la Promotion 2015-2016, remise des bourses ULg et entreprises partenaires, remise du prix Explort de l'AWEX

Yves Noël, Président du CA – NMC, Parrain de la promotion 2015-2016 et Jean-Claude Marcourt, Vice-Président du Gouvernement wallon et de la Fédération Wallonie-Bruxelles, Ministre de l'Economie, de l'Industrie, de l'Innovation et du Numérique, de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et des Médias



Les Alumni HEC Liège travaillant dans la Tour des Finances



Yves Caprara, Administrateur délégué, Directeur général, Prayon, entouré par les deux lauréates de la Bourse Prayon, Youssra Fatih et Nadia El Mhouar



Frédéric Fassotte, Responsable Communication & Marketing, Solidararis et la lauréat de la bourse Solidararis, Francis Kadende



HEC reçoit les Ambassadeurs de Pologne, de Hongrie, de la République tchèque et de Slovaquie dans le cadre du 25ème anniversaire des accords de Visegrád. Conférence organisée par le Prof. Michel Hermans et par Serge Mantovani, Président du Prix du Corps consulaire 27 avril 2016 – HEC Liège

De gauche à droite : Zoltán Nagy, Ambassadeur de Hongrie ; Adrian Hopgood, Directeur général & Doyen, HEC Liège ; Michel Hermans, Professeur ; Jaroslav Kurfürst, Ambassadeur de la république tchèque ; Juraj Kubla, Ambassadeur adjoint de la Slovaquie qui assurera à partir de ce 1er juillet la présidence de l'UE et Artur Harazim, Ambassadeur de Pologne



Christian Verdin, Directeur général Commerce extérieur, remet le prix Explort de l'AWEX à Florent Dechambre, Etudiant de 2ème Master en sciences de gestion



Patrick Slechten, CEO - Teconex et Président de la commission 10 ans et Nathalie Marly, animatrice de la soirée, Marly Productions

Conférence de Marc Raisière, CEO de Belfius, organisée par les étudiants de l'OIC Dow Jones Club "Marc Raisière et Henry Ford, une même idée de la banque ?" 26 avril 2016 – HEC Liège



Marc Raisière, Adrian Hopgood, Directeur Général & Doyen HEC Liège et Georges Hübner, Full Professor of Finance, HEC Liège, Administrateur de Belfius, entourés par les étudiants du Dow Jones Club



Pierre Defraigne et Melchior Wathelet Sr



Un auditoire attentif

Cycle des Grandes conférences européennes Jean Rey
29 février 2016 – Sart Tilman
Conférence de Pierre Defraigne, Chef de Cabinet honoraire à la Commission européenne : "L'Europe entre partenariat atlantique et allégeance : le véritable enjeu du TTIP"

21 avril 2016 -
Salle Académique de l'ULg
Débat « Pour ou contre l'Euro ? »
entre Bruno Colmant, Professeur d'économie, membre de l'Académie Royale de Belgique et Guy Quaden, Gouverneur honoraire de la Banque nationale



Antoinette Gosselin, Directrice administrative de la Faculté de Droit, de Science politique et de Criminologie ; Pascale Lecocq, Doyen de la Faculté de Droit, de Science politique et de Criminologie ; Melchior Wathelet Sr, Ministre d'Etat, Avocat général à la Cour de Justice de l'UE ; Bruno Colmant, Alice Dive, Journaliste, animatrice de la soirée et Guy Quaden

Soirées AfterMasters D-Bar - 23 février et 1er mars 2016

Daniele Mullender, Marketing Manager, Utimaco Aachen ; Jean-François Denis, Retail Marketing Manager Microsoft surface, Microsoft et Stéphane Henry, Communication architect, Hungry Minds

Benjamin Picquereau, Accountancy Consultant, Deloitte Fiduciaire ; Renaud Cheuvar, Administrateur-Business Specialist, Belfius ; Laurent Burette, Audit Manager, PWC ; Loris Guidi, Audit Senior Manager, PwC ; Lucile Marot, Senior Advisor, PWC ; Xavier Deltour, Senior Consultant, Intraco Consulting ; Benoit Thill, Consultant - Business analyst/project Manager, Nexxeo

Claire Brachotte et Audrey Depireux, Auditeurs chez Deloitte

MARCHAL
 JOAILLIERS - CREATEURS

Diamant Chocolat
 Baques « Phi »

" Depuis 1922, nous créons nos bijoux. Pour plus d'exclusivité, nous sélectionnons les plus beaux diamants bruns naturels d'Australie."

PLACE CATHÉDRALE 4, B-4000 LIEGE • T. +32 (0) 4 223 31 91 • www.joillier-marchal.be

Soutenir

*La formation à HEC Liège,
c'est soutenir le futur
de votre région,
de votre entreprise !*



*« Les entreprises qui
survivront demain, sont
celles qui encouragent la
créativité d'aujourd'hui »*

(Maurice Zeldman)

Vous aussi, ayez un **impact** sur la vie de HEC Liège et devenez un pont entre l'Ecole et les **générations futures**. Votre soutien est primordial pour **innover** dans la formation de futurs dirigeants **talentueux, ambitieux** et **polyvalents**.

Découvrez tous les projets et initiatives soutenus par le Fonds HEC en surfant sur :

www.fonds-hec.com

Faites un don avec la communication « don Fonds + nom et prénom » sur le compte suivant : BE58 3401 5580 5579 – BIC : BBRUBEBB

Pour recevoir des informations complémentaires, contactez-nous :

Sandrine GASC, Coordinatrice du Fonds HEC : Sandrine.Gasc@ulg.ac.be - +32(0)497/10.90.55