

En situation réelle

Université. Des étudiants en marketing international « auscultent » les entreprises à l'export !

Dans le cadre de leur formation, les étudiants de Master 1 « marketing international » du Pôle international de management (PIM) de l'université du Havre ont été invités par leurs professeurs de gestion à élaborer un « diagnostic export » pour une « vraie » entreprise souhaitant exporter. L'objectif de ce « diagnostic export » est de mettre en évidence le potentiel pouvant être valorisé à l'export. Il vérifie la cohérence entre les moyens qu'il faudra mettre en œuvre, les caractéristiques du marché-cible et les objectifs de la stratégie à l'international. Il s'agit également d'évaluer ses chances de succès en rapport avec le potentiel des concurrents (exigences en matière de prix, d'innovation, du service après-vente, etc.).

Bière, confiture et cookies

Le 27 février, les trois meilleurs groupes ont présenté leur projet pendant une trentaine de minutes et répondu pendant une quinzaine d'autres aux questions



Les étudiants en marketing international

d'un jury composé des professeurs de gestion ainsi que de professionnels reconnus pour leur expérience à international, Brice Vatinel, P.-D.G. de Vatinel et Cie, Jean-Pierre Sassolas, directeur général Petroval SA et Frédéric Couppey, directeur de la société Chambrelan.

Il y avait en lice un projet d'exportation vers Singapour pour une bière artisanale normande, des confitures aux parfums les

plus inattendus vers la Grande Bretagne et des cookies vers les Pays-Bas.

Farah, Hao, Mahery, Odette et Sophie ont su convaincre le jury en défendant, avec fougue, le dossier d'exportation des biscuits. Les hypermarchés et les épiceries spécialisées d'Amsterdam offriront sûrement bientôt ces produits du terroir français que les Néerlandais recherchent tant.