

Les MBA ou l'importance de la

Que ce soit dans la diversité des classes, la mobilité du professorat ou encore les déplacements à l'étranger, les (E) MBA sont par essence internationaux

S'il y en a pour tous les goûts, les (Executive) Masters of Business Administration ont tous un point commun: leur dimension internationale. En ligne, sur site en Suisse romande, multi-sites, anglophones ou francophones, ces programmes mettent en avant la diversité, le mélange des cultures et revendiquent une vision globale du business. De quelle manière? Réponses.

Les étudiants

D'abord, au sein même des classes. A la Geneva Business School, 80% des étudiants sur le campus genevois sont étrangers. «Nous avons 55 nationalités représentées, informe Mark Hatton, son directeur administratif. Beaucoup viennent de l'ex-URSS et du Moyen-Orient, attirés par les organisations internationales et les sièges des grandes compagnies.»

A l'Université de Genève, les participants de l'EMBA ont en moyenne entre 35 et 45 ans et sont de 25 nationalités différentes, comprenant notamment les pays européens, le Moyen-Orient, la Russie, la Chine, le Canada etc. «C'est un avantage extraordinaire pour eux, souligne Sun Zuchuat, manager du programme. Ils viennent de milieux et de cultures variés et ils peuvent échanger sur leurs expériences respectives. Ils sont attirés par cette diversité.»

Même cas de figure à l'IMD, à Lausanne, où les 90 étudiants de MBA sont originaires de 35 à 45 pays différents, et la centaine de participants de EMBA viennent de 40 régions du monde. «Déjà sur le campus lausannois, cette grande diversité permet la richesse et la dynamique du programme, constate Terry Akitt, manager du programme EMBA.



La flexibilité et l'ouverture aux cultures étrangères sont capitales pour travailler dans des entreprises interna

Une immersion «enrichissante»

● Pascal Widmer, 44 ans, responsable de succursale pour la Banque Cramer & Cie SA

«J'ai suivi l'EMBA de l'IMD à Lausanne entre 2014 et 2015. J'ai participé à trois voyages en Chine,



Pascal Widmer
Responsable de succursale pour la Banque Cramer & Cie SA

en Inde et à la Silicon Valley. Sur place, nous avons visité des entreprises et travaillé intensément en groupes. C'était l'occasion de connecter ce qu'on avait appris avec

la réalité du terrain. Cette immersion dans la culture, les modes de vie et le travail de ces pays a été extrêmement enrichissante. En dix-huit mois, l'EMBA m'a également permis de faire de magnifiques rencontres. J'ai découvert des mentalités et des façons de faire différentes. C'est un programme qui demande beaucoup d'efforts et de sacrifices: on se serre les coudes et ça crée des liens!»

Tiffany Grabski, 29 ans, employée des Nations Unies

«Je suis venue du Canada pour suivre l'IOMBA à Genève en 2014. En classe, il y avait beaucoup d'interactions, chacun apportant sa propre

expérience, déjà très internationale. Il n'y avait pas plus de deux étudiants de la même nationalité! J'ai vécu aux quatre coins du monde et pourtant, je n'ai jamais autant ressenti cet environnement de



Tiffany Grabski
Employée des Nations Unies

travail international qu'à Genève. Un MBA se doit de transmettre cette perspective, sans quoi, il s'éloigne du monde dans lequel nous vivons.» **M.T.**

Formation

dimension internationale



tionales. CORBIS

Les professeurs

Les intervenants en (E) MBA reflètent également l'internationalité des différents cursus proposés.

«L'EMBA étant un programme en emploi, il est difficile de déplacer une classe entière de participants pour une longue période, explique Nicolas Montandon, co-directeur de l'EMBA de la Haute Ecole de gestion à Genève. Nous faisons donc venir des professeurs de l'étranger, par exemple d'Italie ou du Canada. Le directeur de notre programme est ainsi un Argentin ayant enseigné à Oxford et à Paris.»

De son côté, l'EMBA de l'Université de Genève recrute un professeur australien pour le cours Stratégie et Organisation, un Britannique pour le marketing international et un Allemand pour la finance. «Nous avons uniquement deux professeurs suisses, expose Ralf Boscheck, directeur du MBA de l'IMD. Nous aimons la Suisse et son éducation, mais nous sommes internationaux par essence. Nos professeurs vivent pour la plupart ici, mais sont originaires de 35 pays différents.»

Le contenu

Le caractère international des (E) MBA se retrouve évidemment dans la formation elle-même. Le contenu du programme EMBA de la HEG de Genève en est la preuve. Au cours de la première année, les étudiants planchent sur le management international. «La deuxième année, on aborde les enjeux de l'économie globalisée et les différentes problématiques auxquelles sont confrontées les entreprises internationales, détaille Nicolas Montandon. Nous avons des modules sur la finance durable, sur la stratégie internationale et les marchés émergents etc. Tout est pensé autour des enjeux globaux.»

Les programmes multi-sites

L'apogée de la dimension internationale d'un (E) MBA est de pouvoir changer de campus, et donc de pays, au cours du programme, le temps d'un trimestre ou d'un semestre. Si l'option existe dans quelques établissements, elle est toutefois plus rarement saisie en MBA qu'en bachelor car le cursus, plus court, le permet moins. Les EMBA, qui se réalisent en emploi, n'offrent quant à eux jamais cette possibilité.

La EU Business School propose ces échanges entre ses campus de Genève, Montreux, Barcelone et Munich, mais aussi avec son MBA online. «Vingt pour cent de nos étudiants en MBA se lancent dans cette aventure, remarque Luc Craen, directeur de l'établissement. La majorité le fait une fois. C'est rare qu'un étudiant change de campus tous les trimestres. Et puis, notre clientèle étant à la base très internationale, la démarche de partir pour étudier a déjà été faite en venant ici en Suisse.

A la Geneva Business School, l'étudiant en MBA peut commencer son cursus dans n'importe quel campus et le terminer dans un autre, en accumulant ses crédits au fil des semestres. «Nos campus au Moyen-Orient étant relativement récents, les transferts ont principalement lieu entre Genève et Barcelone», indique Mark Hatton.

A l'UNIGE, le MBA en organisations internationales (IOMBA) a l'opportunité de drainer un public qui vient de plusieurs horizons. «Par le biais de nos partenariats avec les universités américaines de Pittsburgh et de Georgetown, mais aussi celles de Singapour, de Moscou et de Corée du Sud, un étudiant peut commencer la première partie de son cursus dans l'un de ces établissements et venir à Genève ensuite», explique Philippe De Castro, manager du programme. Dans ce cas, c'est la ville

qui attire les candidats. «Genève a une position stratégique pour la coopération internationale: elle permet de mettre un pied dans le monde des ONG et des organisations internationales.»

Les déplacements à l'étranger

S'il est délicat de proposer systématiquement des programmes multi-sites, en revanche, les voyages d'études à l'étranger sur une courte période sont plus fréquents. A l'IMD à Lausanne, les étudiants de MBA et d'EMBA participent à des voyages d'études dans les pays émergents (Inde, Chine, Brésil, Mexique, Japon, Emirats arabes unis) pendant environ dix jours. «Le but est qu'ils s'immergent dans un contexte culturel et géopolitique différent, expose Terry Akitt. Qu'ils prennent conscience de la réalité des entreprises sur le terrain et des challenges qui s'imposent à elles.» D'autres projets de consulting et de stages à l'étranger sont prévus

au sein du MBA, permettant aux étudiants d'accumuler des expériences internationales très formatrices.

Expériences formatrices

Pour Luc Craen, voyager lors de ses études permet de développer son réseau, de s'ouvrir aux autres, mais aussi à soi-même: «On sort de notre zone de confort, on change de langue, on doit s'adapter à la culture. C'est une expérience dont on sort grandi.» C'est aussi un plus sur le CV. «La flexibilité, l'ouverture aux cultures et au monde sont des atouts importants pour travailler dans des entreprises internationales.»

Pour Ralf Boscheck, il est capital d'aller à la rencontre des autres: «Il faut voir la réalité du terrain et dans quelles conditions les entreprises travaillent dans le monde. Le business est fondamentalement international. C'est pourquoi nous devons transmettre cette dimension à nos étudiants.» **Manon Todesco**