



Profitez d'un expresso
en lisant votre journal!

299€



1 an à La Libre
+ une NESPRESSO

> je m'abonne

(http://abo.lalibre.be/nESPRESSO-llb?utm_source=LLB&utm_medium=lbxlin&utm_campaign=nESPRESSO)

Ces jeunes talents belges qui réussissent au bout du monde

ABONNÉS VINCENT SLITS Publié le mercredi 01 avril 2015 à 17h55 - Mis à jour le jeudi 02 avril 2015 à 13h13



ENTREPRISE / EMPLOI Amina Ermitate, Marie Page ou Nicolas Verschelden. Ces noms vous sont probablement inconnus. Ils figurent parmi les 33 lauréats des promotions 2012 et 2013 du Fonds Prince Albert qui vise à donner un coup de pouce à des jeunes à haut potentiel pour le démarrage d'une carrière internationale, soit au terme de leur parcours académique ou de leurs premiers pas professionnels.

Expérience unique

Ces jeunes femmes et hommes seront à l'honneur ce jeudi à l'occasion d'une cérémonie au cours de laquelle le roi Albert leur remettra leurs diplômes. Il faut dire que la date de ce 2 avril est symbolique : il marque le 30^e anniversaire de l'existence de ce Fonds. Au cours de ces 30 années, ce sont 362 jeunes belges qui ont pu mener, pendant un an, un projet hors d'Europe et cela dans pas moins de 175 entreprises établies en Belgique ou qui y possèdent leur siège principal.

En tête des entreprises les plus sollicitées par ces jeunes professionnels, on retrouve évidemment quelques stars du capitalisme belge (voire notre infographie). Les pays les plus sollicités sont la Chine et les Etats-Unis.

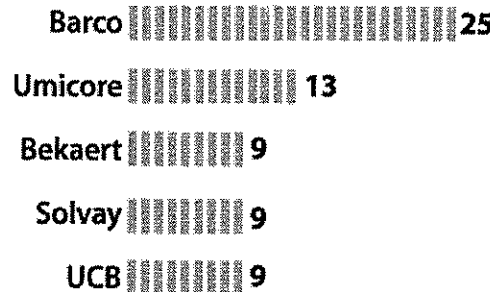
Le Fonds Prince Albert est un fonds qui fonctionne grâce à une dotation de capital de la Fondation Roi Baudouin. C'est cette dernière fondation et la Fédération des entreprises de Belgique (FEB) qui sont à l'origine de sa création en 1984. Objectif : permettre à de jeunes talents belges de décrocher une expérience unique en termes de gestion dans un environnement international et se frotter par la même occasion à des approches culturelles différentes. Inutile de dire que la connaissance des langues est évidemment un préalable nécessaire pour ceux et celles qui souhaiteraient tenter l'aventure lors des prochaines éditions. Les heureux élus reçoivent une bourse de 22 000 euros. Un montant qui remplace un salaire alors que l'entreprise prend à sa charge les frais de déplacement et de logement.

Doubler la cadence

Chris Burggraeve, le nouveau président du Fonds, a de l'ambition. Son cap : doubler la cadence et envoyer autant de personnes à l'étranger au cours des quinze prochaines années que lors des trente dernières. En ne ciblant pas que les grandes entreprises "made in Belgium" mais aussi les PME, les jeunes entreprises ou les start-up. Une ambition qui a un coût : une opération de levée de fonds de 2,5 millions d'euros aura lieu d'ici mi-2016, notamment auprès d'entreprises. Un montant qui permettra de financer cent bourses de 25 000 euros.

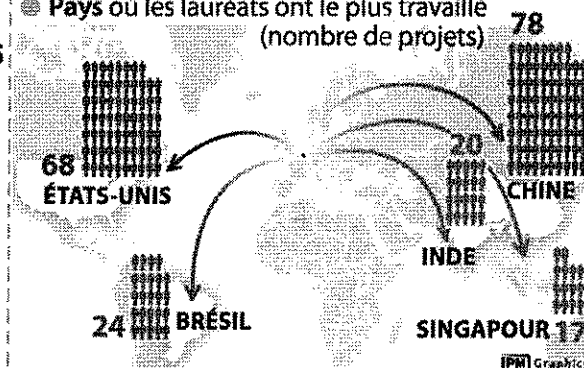
Le bilan du Fonds Prince Albert depuis sa création en 1984

Le top 5 des projets d'entreprises



Source : FPA

Pays où les lauréats ont le plus travaillé (nombre de projets)



Ouvrir de nouveaux horizons à Ice-Watch

Après des études d'ingénieur de gestion Solvay, Amina Emilate découvre Shanghai dans le cadre d'un programme d'échange universitaire. Le coup de cœur. "Après ce séjour, je m'étais jurée d'y retourner", nous explique-t-elle depuis Hong Kong.

Elle en aura l'occasion assez rapidement lors d'un stage réalisé dans le cadre d'un programme de l'Awex. Après ce sera le retour en Europe : Amina Emilate est engagée par le géant mondial des cosmétiques L'Oréal où elle occupe pendant trois ans le poste de chef de produit pour sa marque Yves Saint Laurent. "J'avais alors toujours dans l'idée de revenir en Chine et en Asie. J'y apprécie la dynamique économique et un environnement très entrepreneurial", ajoute-t-elle.

C'est alors qu'Amina Emilate postule, avec succès, au Fonds Prince Albert. "Je cherchais un lien avec le marketing et la possibilité de travailler sur une marque forte. Ice-Watch représentait cette combinaison idéale pour moi." Cap donc à nouveau sur Hong Kong. Amina Emilate travaille alors sur un projet de développement de la marque horlogère belge en Asie, en visant notamment la Malaisie. Le lancement de la marque sur le Moyen-Orient (Arabie saoudite, Emirats, ...) est également au programme.

S'adapter à des cultures différentes

Marketing et développement stratégique rythment alors son quotidien. "Sur le plan culturel, cette expérience a été très enrichissante. J'avais des contacts du Moyen-Orient jusqu'en Australie en passant par l'Inde. L'équipe sur place était chinoise, le management aussi. A chaque fois, il fallait s'adapter à des cultures différentes et utiliser les bonnes pratiques, que ce soit pour demander quelque chose à quelqu'un, gérer un projet, etc.", explique-t-elle, avouant avoir, à l'une ou l'autre occasion, consulté Google pour mieux appréhender ses différences de perceptions et de sensibilités.

Au terme de son année, Amina Emilate, aujourd'hui âgée de 28 ans, a décidé de rester à Hong Kong. Forte de cette expérience, elle conseille dans le domaine du marketing certains clients, comme un cabinet d'avocats et un designer. Mais elle a également décidé de lancer sa propre petite entreprise : une plate-forme en ligne de décoration d'intérieur destiné aux clients européens.

Implanter la culture d'Exki aux Etats-Unis

La connaissance des langues. Tel a été le moteur de Marie Page, une fois ses études universitaires - le droit à Louvain-la-Neuve - terminées. Il faut dire que la connaissance de trois ou quatre langues est aujourd'hui le point de passage obligé pour ceux et celles qui envisagent aujourd'hui une carrière internationale. Elle va vite se rattraper. Au point de maîtriser aujourd'hui l'espagnol, le néerlandais, l'anglais et bien entendu le français. Cela commence par un Erasmus passé près de Madrid, puis de séjours, notamment en Irlande et à Anvers, grâce à des bourses obtenues dans le cadre du plan Marshall.

"Il fallait se serrer les coudes"

Après ses premiers pas professionnels, c'est en janvier 2013 que Marie Page postule au Fonds Prince Albert. "J'avais entendu lors d'une émission de la RTBF qu'Exki comptait se développer aux Etats-Unis. J'ai cherché son Internet et trouvé sur un ancien permis de bâtir d'Exki les coordonnées de Laurent Kahn (NdRr : responsable d'Exki à New York). Je l'ai contacté et le soir même, j'avais déjà sa réponse", nous explique-t-elle.

Big Apple lui tend donc les bras. Au menu, un plat principal : aider le management à lancer le concept Exki à New York. La chaîne y compte à ce jour deux restaurants pour une trentaine d'emplois. "Développer Exki sur un nouveau marché est un vrai défi car nous partions de zéro là-bas avec un bureau de support qui ne comptait que 4 personnes. Il fallait se serrer les coudes", raconte-t-elle. Les missions sont multiples : sélectionner les produits pour la clientèle américaine, nouer des partenariats avec les fournisseurs, recruter le personnel, construire une image Exki aux Etats-Unis... Marie Page se retrouve ainsi au carrefour de tâches opérationnelles et d'enjeux stratégiques et de marketing. "Le challenge était d'implanter la culture d'Exki aux Etats-Unis en la rendant praticable pour des gens qui n'ont pas la même culture qu'en Europe. Nous étions comme dans un petit laboratoire où nous procédions parfois par essais et erreurs, car nous sommes forcément formatés par notre propre culture", ajoute-t-elle. La suite ? Une aventure qui se poursuit chez Exki en Belgique. A 30 ans, elle vient de débuter une formation de manager au sein de la chaîne belge.

Rester à la pointe de l'innovation pour AB InBev

Nicolas Verschelen, 31 ans à peine, a déjà un beau parcours derrière lui. Diplômé à la Stanford University et à la Vlerick School de Leuven, il fait ses premiers pas professionnels, dans le domaine commercial et du marketing, chez Gruppo Campari et PAB Benelux. Puis lance sa propre entreprise : Super Budget, un comparateur en ligne de prix pour les grandes surfaces.

Après avoir introduit son dossier auprès du Fonds Prince Albert, Nicolas Verschelen décroche une expérience d'un an au sein du géant brassicole belgo-brésilien AB InBev. Direction Palo Alto en Californie, le plus petit bureau du groupe dans le monde - appelé aussi BeerGarage - mais qui a une portée stratégique car il a pour mission d'aider la multinationale à rester à la pointe des innovations technologiques et des techniques de marketing, notamment dans le domaine digital. Nicolas Verschelen se rendra aussi à New York pour travailler sur des enjeux plus stratégiques. "J'avais une double motivation : travailler pour une marque de bière qui est un produit national belge reconnu dans le monde entier. Et ensuite rejoindre la Silicon Valley et être en immersion dans un lieu qui est le berceau des grandes évolutions technologiques du moment", nous explique Nicolas Verschelen. Qui ajoute : "Cette année m'a donné l'occasion de beaucoup voyager à travers les Etats-Unis et d'avoir de nombreux contacts avec le top management basé à New York mais aussi d'avoir une approche globale, sur le plan de la stratégie et du management, et d'être en contact avec les différentes zones dans lesquelles le groupe est actif."

"Sharing economy"

Au terme de cette expérience d'un an, Nicolas Verschelen devrait se voir proposer un poste en Europe par AB InBev. A moins qu'il ne décide de rester dans la Silicon Valley. "Il y a énormément d'opportunités dans ce que l'on appelle la 'sharing economy' dont les emblèmes sont Uber ou Airbnb. Les fonds sont ici et il y a toute une infrastructure économique en train de se développer. J'ai eu l'occasion de rencontrer de gros acteurs de cette nouvelle économie comme Facebook, Twitter ou Google et de développer mon propre réseau. Je pourrais relancer mon entreprise, laissée entre parenthèses cette dernière année", conclut-il.