



Une collaboration fructueuse étudiants-entreprises

Travaillant sur des projets proposés par des entreprises, des étudiants de l'Essec Cergy-Pontoise (photo ci-contre) et Centrale Paris ont mis au point plusieurs prototypes dont celui d'une chaussure de tennis intelligente (cliché du bas).

REA/Nicolas
TAVERNIER.



MUNIE de capteurs de mouvements, la paire de tennis permet de recenser le nombre de coups droits, revers et autres services réalisés au cours de la partie et calcule la position du joueur sur le court. Ce prototype de chaussure de sport high-tech est le résultat d'un travail réalisé conjointement par six étudiants en école d'ingénieurs et de commerce.

Pendant six mois, 80 élèves de l'Essec et de Centrale Paris ont planché sur douze projets de produits innovants proposés par des entreprises autour du développement durable. Calquant le modèle des campus américains où les passerelles entre ces corps de métiers sont légion, ces deux grandes écoles ont mis en place

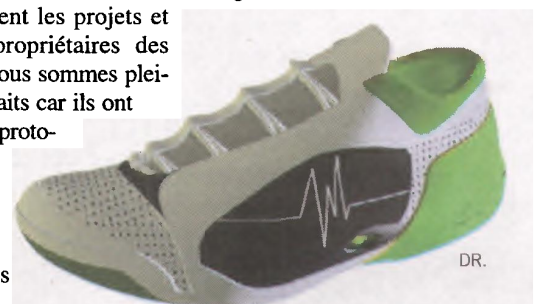
un programme destiné à renforcer la collaboration entre futurs ingénieurs et managers, parrainés par les sociétés Capgemini Consulting et Forecia.

« En France, les gens issus de ces deux filières se côtoient tardivement. Le but est de casser les clichés : celui de l'ingénieur besogneux et du commercial qui brasse de l'air », affirme Jean-Claude Charlet, responsable du programme à l'Essec. Plus que de simples cas d'école, les innovations ont vocation à être commercialisées.

Le système de traçabilité des tubes de forage a séduit son commanditaire, Vallourec VM tubes. Une équipe a créé un service de prévention médicale pour les enfants du Mali, souhaité par Afrique Initiatives.

Un pilote sera mis en place à la fin du mois. Dans ce programme, tout le monde est gagnant. D'un côté l'étudiant inscrit en gras l'expérience sur son CV – « Cela prouve que l'on est capable de prendre des risques, de travailler en équipe et de surmonter des problèmes à la fois techniques et commerciaux », résume Jean-Baptiste Maheo, qui a travaillé sur la chaussure « intelligente » –, de l'autre, les entreprises financent les projets et deviennent propriétaires des résultats. « Nous sommes pleinement satisfaits car ils ont développé un prototype fonctionnel. Ils ont eu une démarche globalisante que nous

n'aurions pas connue en interne. Leur méthode de travail va faire l'objet d'une réflexion chez nous », reconnaît Cyril Fayolle, chef de produits pour les chaussures de tennis chez Artengo, une marque distribuée par Décathlon. Un long travail de fiabilité est encore à effectuer. Mais il n'exclut pas que l'innovation de Jean-Baptiste Maheo et de ses collègues se retrouve, un jour, en tête de gondole. **SÉBASTIEN LERNOULD**



DR.