

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
Master II Innovation Management Communication & Data Science
Année scolaire 2025/2026

Rapport du voyage d'études en Chine



Sous la direction de :

L'École de Management de La Sorbonne

Mme. Héra Ben Miled-Cherif

Mr. Florent Pratlong

Mai 2026

Sommaire

I- Introduction	1
1.1 Contexte	1
1.2 Objectifs du voyage	2
1.3 Résultats attendus.....	3
II- Déroulement du voyage.....	4
2.1 Itinéraire détaillé du voyage	4
2.2- Participants et intervenants.....	6
2.2.1 Étudiants :.....	6
2.2.2 Encadrants :.....	7
2.2.3 Intervenants :	7
III- Activités menées au cours du voyage.....	10
3.1- Rencontres professionnelles et visites	10
Conclusion.....	19
5.1- Conclusion et remerciements	19
5.2- Ressources annexes.....	21

I- Introduction

1.1 Contexte

Dans le cadre du Master Management de l'Innovation, parcours Innovation Management, Communication et Data Science, l'École de Management de La Sorbonne organise chaque année un voyage d'études visant à offrir aux étudiants une expérience immersive et professionnalisante.

Pour l'édition 2026, la destination choisie est la Chine, et plus précisément Pékin et Shanghai, deux métropoles qui incarnent la puissance économique et technologique du pays. Ce choix s'inscrit dans la volonté de plonger les étudiants au cœur d'un écosystème parmi les plus avancés au monde, où se croisent intelligence artificielle, robotique de pointe, innovation industrielle et stratégies de marque adaptées à l'un des marchés de consommation les plus complexes et les plus compétitifs.



Le programme du voyage inclut des visites d'institutions et d'entreprises de premier plan telles que la CCI France Chine, les universités Renmin, Fudan et Tongji, ou encore des acteurs technologiques et industriels majeurs comme X-Humanoid, Mech-Mind Robotics et Airbus China. S'y ajoutent des rencontres avec des agences et cabinets spécialisés dans la stratégie de marque, l'étude de marché et le capital-risque, parmi lesquels L'Oréal R&I, Labbrand, Kantar, Interbrand, Goalker et CM Venture Capital. Ces visites permettent aux étudiants d'explorer les

pratiques innovantes de secteurs variés, allant de la robotique et de l'aéronautique au conseil en marque, en passant par la donnée, l'investissement technologique et la recherche académique.

1.2 Objectifs du voyage

Ce voyage d'études s'inscrit dans une démarche pédagogique dynamique visant à renforcer les compétences des étudiants du Master Management de l'Innovation — parcours Innovation Management, Communication et Data Science. Les objectifs principaux sont les suivants :

- **Explorer l'écosystème de l'innovation à Pékin et Shanghai** : Visiter des entreprises et institutions de renom telles que la CCI France Chine, X-Humanoid, Mech-Mind Robotics ou encore Airbus China pour comprendre leurs stratégies d'innovation et de transformation digitale.
- **Comprendre l'écosystème technologique sur lequel s'appuient les entreprises chinoises** : Identifier les infrastructures, les politiques publiques et les dynamiques d'investissement (deep tech, intelligence artificielle, robotique) qui permettent aux entreprises locales de se développer à une vitesse et une échelle inédite.
- **Rencontrer des professionnels et experts du secteur** : Assister aux présentations de dirigeants et responsables chez L'Oréal R&I, Kantar ou encore CM Venture Capital, afin de découvrir les tendances actuelles et les défis du marché chinois.
- **Approfondir les compétences en data science et communication** : Examiner comment ces entreprises utilisent les données, l'intelligence artificielle et le marketing digital pour soutenir leur croissance et améliorer l'expérience client dans un environnement ultra-connecté.
- **Stimuler l'esprit critique et l'analyse stratégique** : Analyser les pratiques managériales et les modèles d'affaires innovants rencontrés tout au long des visites, notamment dans un contexte de forte concurrence entre marques internationales et acteurs locaux.

- **Renforcer le travail collaboratif et le networking** : Encourager l'échange d'idées entre étudiants et professionnels tout en renforçant la cohésion du groupe grâce à des expériences partagées.

1.3 Résultats attendus

À l'issue de ce voyage, les résultats attendus sont les suivants :

- **Acquisition de connaissances concrètes** : Comprendre les stratégies d'innovation appliquées par les entreprises visitées, notamment dans les secteurs de la robotique humanoïde et industrielle (X-Humanoid, Mech-Mind Robotics, Goalker), de l'aéronautique (Airbus China), des biens de consommation et de la beauty tech (L'Oréal R&I), ainsi que du conseil en marque et de l'analyse de données (Labbrand, Interbrand, Kantar).
- **Développement du réseau professionnel** : Établir des contacts avec des experts et managers évoluant dans l'écosystème sino-français, dirigeants d'entreprises, chercheurs universitaires et investisseurs, afin de renforcer les opportunités futures de stages, d'alternances ou d'emplois, notamment via des dispositifs comme le VIE ou les recrutements campus évoqués lors des échanges (L'Oréal R&I, IT Consultis).
- **Capacité à analyser et comparer des pratiques innovantes** : Être capable d'identifier les tendances émergentes du marché chinois (accélération de la robotique et de l'IA incarnée, essor du commerce d'intérêt sur les plateformes sociales, montée en puissance des marques locales) ainsi que les leviers de succès des entreprises chinoises et occidentales dans un contexte de compétition mondiale et de souveraineté technologique.
- **Compréhension des dynamiques d'investissement et de financement de l'innovation** : Grâce aux échanges avec CM Venture Capital, mieux appréhender les logiques du capital-risque appliqué à la deep tech et les critères de sélection des startups à fort potentiel en Chine.
- **Valorisation des compétences personnelles et professionnelles** : Mieux cerner le lien entre les enseignements du master et les réalités du terrain, afin d'enrichir son profil et d'affiner

son projet professionnel, tout en développant une meilleure compréhension interculturelle et opérationnelle du marché chinois, essentielle pour toute carrière à dimension internationale.

II- Déroulement du voyage

2.1 Itinéraire détaillé du voyage

Le voyage d'études a débuté le samedi 23 mai avec un vol au départ de l'aéroport Paris Charles de Gaulle (Terminal 2E) à 22h45, pour une arrivée prévue le lendemain à 15h55 à l'aéroport de Pékin Capital International.

Une fois à Pékin, nous avons rejoint le Xizhao Temple Hotel, situé dans le district de Dongcheng, à quelques minutes à pied de la station de métro Guanyumenei. La soirée du dimanche 24 mai a été consacrée à un dîner au restaurant Panorama, en présence de représentants de la CCI Benelux, une première occasion d'échanges informels avant le lancement officiel du séminaire.



> **Le lundi 25 mai** a marqué le début officiel de notre programme d'entreprises. La matinée a débuté à 9h30 par une présentation à la CCI France Chine, animée par Alexis Nizan.

L'après-midi, de 13h30 à 16h, nous avons été accueillis à l'Université Renmin, l'une des institutions académiques les plus prestigieuses de Chine, directement rattachée au gouvernement.

La journée s'est achevée à 18h00 par la visite de X-Humanoid, entreprise de pointe spécialisée dans le développement de robots humanoïdes de nouvelle génération.

> **Le mardi 26 mai**, la matinée a été consacrée à la visite de Mech-Mind Robotics, licorne chinoise spécialisée dans la vision 3D par intelligence artificielle. De 10h00 à 12h00, Simon Huang, VP of Overseas Business, accompagné de deux Product Directors, nous a présenté les technologies de deep learning développées par l'entreprise pour équiper les entrepôts et usines automatisés de géants tels qu'Alibaba.

L'après-midi, de 14h 30 à 16h30, nous avons été reçus au sein d'Airbus China, centre de commandement du groupe pour l'ensemble de l'Asie de l'Est. Cette journée s'est conclue par le départ en train de nuit à 19h32 depuis la gare de Beijing Fengtai en direction de Shanghai.

> **Le mercredi 27 mai**, après notre arrivée à Shanghai à 7h25 et notre installation au Holiday Inn Express Shanghai Zhenping, la matinée a débuté à 9h15 par la visite de l'Université Fudan, membre de la prestigieuse « Ligue C9 » chinoise.

L'après-midi, nous avons été reçus au centre de Recherche & Innovation de L'Oréal, l'un des hubs mondiaux les plus importants du groupe. De 13h30 à 15h30, Chloé Rocheteau et Christina Yan nous ont présenté les enjeux de la « beauty tech ». La journée s'est achevée par la visite d'IT Consultis, agence de conseil indépendante fondée par des entrepreneurs français, spécialisée en transformation digitale.

> **Le jeudi 28 mai**, la matinée a débuté à 9h00 par la visite de l'Université Tongji, référence chinoise en ingénierie, architecture et urbanisme.

L'après-midi, de 14h à 16h, nous avons été reçus par l'agence Labbrand, spécialisée dans le conseil en marque et le naming culturel pour le marché chinois. La journée s'est conclue par la visite de Kantar, référence mondiale en matière de panels de consommateurs, où Valentine de Navrotzky nous a exposé les dynamiques du e-commerce.

> **Le vendredi 29 mai**, dernier jour de notre programme d'entreprises, la matinée a débuté à 9h30 par la visite de Goalker, entreprise technologique spécialisée dans la robotique de service extérieure

L'après-midi, nous avons été accueillis chez CM Venture Capital, société de capital-risque spécialisée dans la deep tech. Notre séminaire d'entreprises s'est clôturé à 16h30 par la visite d'Interbrand, leader mondial du conseil en stratégie de marque.

> **Les journées du samedi 30 mai au lundi 1er juin** ont été laissées libres, permettant aux étudiants d'approfondir individuellement leur découverte de Shanghai puis de Pékin, après un retour en train de nuit le 30 mai au soir (départ 19h08, arrivée le lendemain à 7h00 à Beijing Fengtai).

Le voyage d'études s'est achevé le mardi 2 juin, avec un départ de Pékin à 10h55, une escale à Amsterdam de 17h20 à 18h40, puis une arrivée à Paris Charles de Gaulle à 20h05.

2.2- Participants et intervenants

Le voyage d'études à Milan a réuni les étudiants du Master Innovation, Management, Communication et Data Science (IMC&DS) de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, accompagnés de leurs encadrants pédagogiques. La délégation était composée des personnes suivantes :

2.2.1 Étudiants :

Célia BOUAFIA - Joana BASTOS OLIVEIRA - Mahélène DAGO - Laurine RAGER - Layal El Zein - Inès GRANT - Hivan DAS - Sarah ERCKERT - Mélina TU - Thomas ZHAO - Léa NASSAR - Ibrahim TAHER - Yanis OTMANI ES SAKALI - Henri SUEUR - Ilias KHAFAGUE - Lilou GIRARDIN - Maddy DESERT - Giorgio GENETTI - Anaïs DELIGNY - Gabriela LUCA DE TENA - Marcel RIVET - Alice HERNOT

2.2.2 Encadrants :

- Hela BEN MILED - Directrice du Master IMC&DS
- Sandrine PERRIER - Chargée du cours pour le Master IMC&DS
- Diogo FERREIRA - Gestionnaire du Master IMC&DS

2.2.3 Intervenants :

Durant cette semaine riche en découvertes et échanges, nous avons eu l'opportunité de rencontrer plusieurs professionnels issus de diverses entreprises et secteurs :

Entreprise	Intervenant – Fonction
CCI France Chine	Aléxis Nizan – Directeur, Chine du Nord Clément Barrau – Membre du bureau et Trésorier
Airbus China	Pierre Vialettes – Responsable du Digital Xue Bai – General Manager Assistant Tong Zhao – ACUTTD Sindy Ding
L'Oréal R&I	Chloé Rocheteau – CFO North Asia Christina Yan – Responsable Communications & Engagement Xavier Blin – SVP China R&I Director Kenny Liew – Directeur Recrutement Zeyu Zhang – Campus Recruitment Executive Yining Xia – Directeur Recrutement

	Zoe (yu) Zhou – Spécialiste E-commerce Scarlett Zhu – DRH Asie
Mech-Mind Robotics	Simon Huang – Sales Manager for France, Switzerland, Benelux, UK Zhenghan Lyu – Country Manager of Spain & Portugal Aaron Jao – Vice-président, Directeur des activités internationales.
X-Humanoid	Sunshine Sun – International Business Associate Keslie Ma Léon Z.
Goalker	Viola Zhou – Global Marketing Communications
CM Venture Capital	Mallory Greenberg – Responsable d'écosystème Patrick Berbon - Managing Partner Thomas Nestour – Stagiaire August Hereid Ringheim – Chargé d'investissement
Labbrand	Annabelle Hourriez – Chief Growth Officer (CGO) Queenie Zeng – Office Team Luna Liu – Cheffe d'équipe Claire Berthier (a facilité les contacts) Vincent Despatin (a facilité les contacts)

Kantar	Valentine de Navrotzky – Directrice de division Claire Berthier (a facilité les contacts) Vincent Despatin (a facilité les contacts)
Fudan University	Harry Huang – Professeur associé Yan Lin – Directeur Adjoint Haodang Wang – Responsable des Affaires internationales Queen He – DRH de Lacoste Chine Nicolas Rakocovic – Directeur Marketing International chez Lacoste
Tongji University	Paloma Lafon – Chef de Projet internationaux Zhang Xiangrong – Professeur Chen Yu – Chercheur Spencer Fan – Directeur Adjoint Xiaozhi Fang - Coordinatrice des programmes, Bureau des étudiants internationaux Claire Berthier (a facilité les contacts) Vincent Despatin (a facilité les contacts)
IT Consultis	Ha Anh Vu – Manager RH Yoan Rigart Lenisa – Co-fondateur et CEO Aurélien Rigart – Co-fondateur et CEO

	Feiyang Lin – Consultante en Stratégie Claire Berthier (a facilité les contacts) Vincent Despatin (a facilité les contacts)
Renmin University	Pierre Mirochnikoff – Vice-président de la Chambre de commerce du Benelux en Chine du Nord. Wang Wen – Doyen de Chongyang Institute for Financial Studies Liu Zhimin – Directeur de la division du développement de l'innovation, ministère chinois de l'Éducation. Tianqi XU - Directeur adjoint du département des études par pays à l'Institut Chongyang d'études financières de l'Université Renmin de Chine. Anna Ye (bras droit du Chairman)

III- Activités menées au cours du voyage

3.1- Rencontres professionnelles et visites

CCI France Chine

Notre séminaire a débuté par une rencontre avec la Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Chine, réseau regroupant plus de 1 600 entreprises françaises implantées sur le territoire chinois. Alexis Nizan, Directeur Chine du Nord, nous a présenté les missions de la CCIFC : l'accompagnement des entreprises françaises souhaitant s'implanter en Chine (visas, bureaux, conseils juridiques), l'organisation d'événements de networking entre patrons français, ainsi que la réalisation d'études de marché pour conseiller les marques sur les habitudes de consommation locales. Cet échange a permis d'aborder les secteurs où la France conserve un leadership face à la concurrence locale, ainsi que les erreurs de management les plus fréquentes chez les Français débutant en Chine.



Renmin University

Nous avons ensuite été accueillis à l'Université Renmin, institution directement rattachée au gouvernement chinois et vivier des futurs hauts fonctionnaires et décideurs économiques du pays. La visite du hall d'exposition d'histoire de l'université et de l'Institut Chongyang d'études financières a précédé une conférence donnée par des chercheurs, suivie d'un échange avec des étudiants internationaux du Global Leadership Academy. Les intervenants ont partagé leur vision sur le rôle de l'université dans l'élaboration des réformes économiques chinoises et sur les ambitions professionnelles des jeunes diplômés chinois, aujourd'hui partagés entre fonction publique et grands groupes technologiques privés.



X-Humanoid

La journée s'est conclue par la visite de X-Humanoid, entreprise de pointe spécialisée dans le développement de robots humanoïdes de nouvelle génération. Sunshine Sun (International Business Associate), Keslie Ma et Léon Z. nous ont présenté les enjeux de la robotique bipède capable de marcher, courir et garder l'équilibre sur tous types de terrains, ainsi que le développement de « cerveaux artificiels » permettant aux robots de percevoir leur environnement et d'interagir naturellement. L'échange a notamment porté sur les défis techniques du passage du laboratoire à la ligne d'assemblage industrielle, ainsi que sur l'autonomie énergétique des modèles bipèdes.



Mech-Mind Robotics

Le lendemain, nous avons visité Mech-Mind Robotics, licorne chinoise spécialisée dans la vision 3D par intelligence artificielle. Simon Huang (Sales Manager for France-Switzerland-Benelux-UK) nous a présenté les technologies de deep learning permettant aux robots de reconnaître des milliers d'objets sans programmation complexe, ainsi que les solutions d'automatisation déployées dans les entrepôts de géants comme Alibaba. Les échanges ont porté sur les défis de l'expansion internationale face à la concurrence japonaise et allemande, ainsi que sur la perception du rapport homme-robot en Chine, sensiblement différente de celle observée en Occident.



Airbus China

L'après-midi a été consacrée à la visite du centre de commandement d'Airbus pour l'Asie de l'Est. Pierre Vialettes (Head of Digital Airbus China), Sindy Ding, Xue Bai (GM Assistant) et Tong Zhao nous ont présenté la stratégie du groupe en matière de production locale d'avions pour les compagnies chinoises, ainsi que les travaux de recherche menés avec des partenaires chinois sur l'avion à hydrogène et les carburants durables. La discussion a également porté sur la protection de la propriété intellectuelle dans le cadre d'une collaboration industrielle étroite, ainsi que sur la stratégie data et intelligence artificielle du groupe en lien avec les autorités chinoises.



Fudan University

Notre arrivée à Shanghai s'est accompagnée d'une visite de l'Université Fudan, membre de la prestigieuse « Ligue C9 », l'équivalent chinois de l'Ivy League américaine, particulièrement reconnue pour son management et sa finance. Harry Huang (Associate Professor), Lihua Xu, Yan Lin (Assistant Director) et Haodong Wang (International Affairs Manager) nous ont présenté l'excellence de la Business School de l'université ainsi que son parc scientifique dédié à l'incubation des projets étudiants. Un entretien institutionnel Paris 1 x Fudan, en présence de Queen He (HR VP of Lacoste Greater China) et Nicolas Rakocovic (Global Marketing Director Lacoste), a permis d'aborder les ressources mises à disposition des étudiants souhaitant se lancer dans l'entrepreneuriat, ainsi que le maintien des partenariats académiques internationaux dans un contexte de tensions géopolitiques croissantes.



L'Oréal R&I

L'après-midi, nous avons été accueillis au centre de Recherche & Innovation de L'Oréal, l'un des hubs mondiaux les plus importants du groupe. Chloé Rocheteau (CFO North Asia L'Oréal R&I), Christina Yan (Head of Communications & Engagement), Xavier Blin (SVP China Research and Innovation Director), ainsi que l'équipe Talent Acquisition composée de Kenny Liew, Zeyu Zhang et Yining Xia, nous ont présenté les enjeux de la « beauty tech », notamment l'utilisation de l'intelligence artificielle pour le diagnostic de peau via smartphone et l'adaptation des textures et teintes à la morphologie asiatique. Les échanges, organisés en tables rondes, ont porté sur la rapidité du cycle de développement produit en Chine face à la concurrence des marques locales

comme Perfect Diary ou Florasis, ainsi que sur l'influence du live-streaming commerce sur les orientations de R&D.



IT Consultis

La journée s'est conclue par la visite d'IT Consultis, agence digitale indépendante fondée par des entrepreneurs français, qui accompagne des marques internationales telles que LVMH, Decathlon ou Stella McCartney dans la construction de leur écosystème numérique en Chine. Ha Anh Vu (HR Manager), Yoan Rigart-Lenisa et Aurelien Rigart (co-fondateurs et CEO), ainsi que Feiyang Lin (Strategy Consultant), nous ont présenté le modèle des « Mini-Programs » développés au sein de WeChat, l'enjeu de l'omnicanalité entre expérience en magasin et profil digital, ainsi que l'adaptation des systèmes informatiques européens aux spécificités du « Grand Firewall » chinois et de la loi PIPL sur la protection des données.

Tongji University

Le lendemain matin, nous avons été accueillis à l'Université Tongji, référence chinoise en ingénierie, architecture et urbanisme. Paloma Lafon (Cheffe de projets internationaux), accompagnée de Zhang Xiangrong, Chen Yu, Spencer Fan (Deputy Director, International Cooperation & Accreditation Office) et Xiaozhi Fang (Program Coordinator, International Students Office), nous a présenté les travaux de recherche de l'université sur la Smart City et l'écologie urbaine, ainsi que le rôle de l'intelligence artificielle générative dans les cursus de design et d'architecture. Les échanges ont notamment porté sur la collaboration entre l'université et le gouvernement pour la gestion du trafic et la neutralité carbone à Shanghai.



Labbrand

L'après-midi, nous avons rencontré Labbrand, agence de conseil en marque spécialisée dans la création de ponts entre les marques internationales et le marché chinois. Annabelle Hourriez (Chief Growth Officer), Queenie Zeng et Luna Liu (Chief of Staff) nous ont présenté leur approche alliant sémiotique, linguistique et stratégie marketing pour le naming culturel des marques occidentales. La discussion a porté sur les pièges linguistiques les plus fréquents lors du choix d'un nom chinois, ainsi que sur la montée du « Guochao » (China Chic) et son influence sur l'identité visuelle des marques internationales.



Kantar

La journée s'est achevée par la visite de Kantar, référence mondiale en matière de panels de consommateurs. Valentine de Navrotzky (Business Group Director) nous a présenté l'écosystème de données complexe déployé par l'entreprise pour capturer les flux d'achat en temps réel sur les plateformes physiques et digitales chinoises. Les échanges ont porté sur la fragmentation du marché chinois en « micro-marchés » selon les villes de niveau 3 et 4, ainsi que sur le basculement du e-commerce traditionnel vers le commerce d'intérêt sur des plateformes comme Douyin.



Goalker

Le dernier jour de notre programme d'entreprises a débuté par la visite de Goalker, entreprise technologique spécialisée dans la robotique de service, filiale du groupe TOPSUN. Viola Zhou (Global Marketing Communications) nous a présenté le système de navigation hybride GFLS, combinant satellite et vision par intelligence artificielle pour supprimer les câbles périmétriques des robots tondeuses, ainsi que les capteurs permettant d'identifier plus de 200 types d'objets pour un évitement d'obstacles ultra-précis. La visite s'est conclue par une démonstration en direct des produits de l'entreprise.



CM Venture Capital

Nous avons ensuite été reçus par CM Venture Capital, société de capital-risque spécialisée dans la deep tech. Patrick Berbon (Managing Partner), Mallory Greenberg (Ecosystem Manager), August Hereid Ringheim (Investment Associate) et Thomas Nestour (Investment Intern) nous ont présenté leur stratégie d'investissement dans les nouveaux matériaux, l'énergie et l'industrie 4.0, ainsi que leur rôle d'accélérateur auprès des ingénieurs et chercheurs souhaitant transformer leurs inventions en entreprises rentables. Les échanges ont porté sur les critères de sélection d'une startup deep tech avant investissement, ainsi que sur les différences de rythme de scaling entre startups chinoises et européennes.



Interbrand

Notre programme d'entreprises s'est clôturé par la visite d'Interbrand, leader mondial du conseil en stratégie de marque, connu pour son rapport annuel « Best Global Brands ». Doris Pan, accompagnée d'Eve et Malorie, nous a présenté la méthodologie de valorisation financière des marques ainsi que l'accompagnement des marques internationales dans leur adaptation au marché chinois. La discussion finale a porté sur la manière dont une marque occidentale historique peut réinventer son identité pour la génération Z chinoise sans perdre son héritage d'origine, et sur la place de la créativité dans un marché chinois particulièrement orienté data.

Conclusion

5.1- Conclusion et remerciements

En conclusion, ce voyage d'études en Chine a été une expérience profondément enrichissante, tant sur le plan académique que professionnel.

Nous tenons à exprimer nos sincères remerciements à M. Florent Pratlong, Directeur de l'École de Management de la Sorbonne, ainsi qu'à Mme Héla Ben Miled-Chérif, Directrice du Master 2 IMCDS, pour leur soutien précieux et leur implication dans l'organisation de ce voyage. Nous remercions chaleureusement Mme Sandrine Perrier, professeure du Master 2 IMCDS et co-organisatrice du voyage, ainsi que M. Diogo Ferreira Pinho, qui nous ont accompagnés tout au long de ce séminaire avec disponibilité et engagement. Nos remerciements vont également à Mme Bénédicte Cardiet-Treps, chargée de mission réussite alternance du CFA NumiA, ainsi qu'à l'École de Management de la Sorbonne et à son Pôle Voyage, pour leur accompagnement constant dans la préparation logistique de ce séminaire.

Nous souhaitons également remercier chaleureusement l'ensemble des professionnels qui nous ont accueillis tout au long de ce parcours et ont généreusement partagé leur temps et leur expertise :

Chez **Airbus China**, nous remercions Pierre Vialettes (Head of Digital Airbus China), Sindy Ding, Xue Bai (GM Assistant) et Tong Zhao (ACUTTD) pour leur accueil et la richesse de leurs échanges sur la stratégie du groupe en Chine.

À la **CCI France Chine**, nous adressons nos remerciements à Alexis Nizan, Directeur Chine du Nord, ainsi qu'à Clément Barrau, qui a facilité la mise en relation.

Chez **Mech-Mind Robotics**, nous remercions Simon Huang (Sales Manager for France-Switzerland-Benelux-UK), qui a facilité les contacts, ainsi que Zhenghan Lyu (Country Manager Spain/Portugal) et Aaron Jao (VP-Head of Global Business).

Chez **X-Humanoid**, nous remercions Sunshine Sun (International Business Associate), Keslie Ma et Léon Z. pour leur présentation des innovations en robotique humanoïde.

Chez **Interbrand**, nous remercions Doris Pan ainsi qu'Eve et Malorie pour leur accueil et la qualité de leurs interventions sur la stratégie de marque.

Chez **Goalker**, nous remercions Viola Zhou (Global Marketing Communications) pour sa présentation des technologies de robotique de service.

Chez **CM Venture Capital**, nous remercions Patrick Berbon (Managing Partner), Mallory Greenberg (Ecosystem Manager), August Hereid Ringheim (Investment Associate) et Thomas Nestour (Investment Intern) pour leur éclairage sur l'investissement en deep tech.

Chez **Labbrand**, nous remercions Annabelle Hourriez (Chief Growth Officer), Queenie Zeng et Luna Liu (Chief of Staff), ainsi que Claire Berthier et Vincent Despatin, qui ont facilité les contacts.

Chez **Worldpanel by Kantar**, nous remercions Valentine de Navrotzky (Business Group Director), ainsi que Claire Berthier et Vincent Despatin pour leur mise en relation.

À l'**Université Fudan**, nous remercions Harry Huang (Associate Professor), Lihua Xu, Yan Lin (Assistant Director) et Haodong Wang (International Affairs Manager), ainsi que Queen He (HR VP of Lacoste Greater China) et Nicolas Rakocovic (Global Marketing Director Lacoste), qui ont facilité les échanges.

À l'**Université Tongji**, nous remercions Paloma Lafon (Cheffe de projets internationaux), Zhang Xiangrong, Chen Yu, Spencer Fan (Deputy Director, International Cooperation & Accreditation

Office) et Xiaozhi Fang (Program Coordinator, International Students Office), ainsi que Claire Berthier et Vincent Despatin.

Chez **L'Oréal R&I**, nous remercions Chloé Rocheteau (CFO North Asia L'Oréal R&I), Christina Yan (Head of Communications & Engagement), Xavier Blin (SVP China Research and Innovation Director), Kenny Liew, Zeyu Zhang, Zoe Zhou, Yining Xia et Scarlett Zhu, ainsi que Claire Berthier et Vincent Despatin pour leur mise en relation.

Chez **IT Consultis**, nous remercions Ha Anh Vu (HR Manager), Yoan Rigart-Lenisa et Aurelien Rigart (co-fondateurs et CEO), ainsi que Feiyang Lin (Strategy Consultant) et, une nouvelle fois, Claire Berthier et Vincent Despatin.

Enfin, à l'**Université Renmin**, nous remercions Pierre Mirochnikoff (Vice Chairman Benelux Chamber), Wang Wen (Doyen du Chongyang Institute for Financial Studies), Liu Zhimin (Director of the Innovation Center Development Division, Ministry of Education of China), Tianqi Xu (Deputy Director of the Country Studies Department at Chongyang Institute) et Anna Ye.

L'engagement de l'ensemble de ces intervenants à offrir des opportunités d'apprentissage pratiques et inspirantes a grandement contribué à la réussite de cette expérience. Ce voyage a non seulement enrichi notre parcours académique, mais il a également renforcé notre motivation à poursuivre dans cette voie d'innovation et de progrès technologique.

5.2- Ressources annexes

Les membres de l'association IDS Sorbonne ont joué un rôle clé dans la communication autour de ce voyage d'études. À travers une série de publications LinkedIn régulières, ils ont mis en lumière chaque entreprise visitée, en partageant les temps forts de chaque intervention et en valorisant les échanges professionnels et les enseignements tirés. Cette couverture digitale a permis de renforcer la visibilité du voyage et de refléter l'engagement de notre Master dans une démarche alliant apprentissage académique et immersion terrain.

Entre autres, les étudiants du Master ont également centralisé les photos prises lors des visites d'entreprises dans un dossier Google Drive accessible à tous.

> Liens vers les posts LinkedIn du Master IMC&DS - Association IDS Sorbonne :

[Post LinkedIn sur la CCI France Chine](#)

[Post LinkedIn sur la Fudan University](#)

[Post LinkedIn sur L'Oréal R&I](#)

[Post LinkedIn sur Airbus Chine](#)

[Post LinkedIn sur IT Consultis](#)

[Post LinkedIn sur Interbrand](#)

[Post LinkedIn sur Labbrand](#)

[Post LinkedIn sur Renmin University](#)

[Post LinkedIn sur Tongji University](#)

[Post LinkedIn sur Kantar](#)

[Post LinkedIn sur Goalker](#)

[Post LinkedIn sur Mech-Mind Robotics](#)

[Post LinkedIn sur X-Humanoid](#)

[Post LinkedIn sur CM Venture Capital](#)

> Lien vers les photos des visites d'entreprises

[Drive Google](#)

> Lien vers le programme détaillé des visites et du voyage

[Drive Google](#)