

Ecoles de langues: le succès étonnant des PME romandes

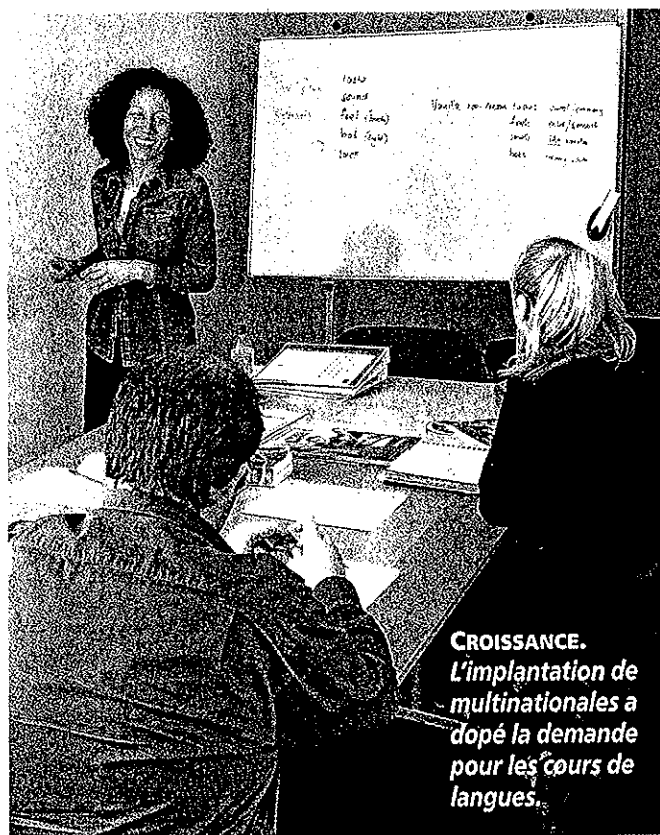
La filière de l'enseignement linguistique privé est en plein boom. A côté des multinationales du secteur, comme Berlitz, ou des franchises, comme Wall Street Institute, plusieurs PME romandes ont réussi à se faire une place au soleil.

WILLIAM TÜRLE

On sait qu'avec des écoles comme l'IMD ou Glion, pour ne prendre que les deux plus connues, la Suisse romande est fertile aux entreprises actives dans l'enseignement privé. On sait moins qu'il est un autre secteur en plein boom où plusieurs PME romandes, à côté des multinationales et des franchises, ont su faire leur place au soleil: l'enseignement des langues.

Il n'est qu'à se promener dans la rue pour constater qu'il existe un potentiel important. En effet, on entend de plus en plus souvent parler anglais sur les terrasses et dans les restaurants romands. C'est que l'engagement d'expatriés par les multinationales de la côte lémanique et l'implantation de groupes anglo-saxons ne ralentissent pas. Et la plupart de ces expats, ainsi que leur famille, cherchent à apprendre au moins des bases de français. Inversement, les Romands qui veulent postuler dans ces multinationales doivent obligatoirement mettre leur anglais à jour.

Bref, pour les écoles de langues, la demande est en pleine croissance. Parmi les institutions mondiales du secteur, le Wall Street Institute a récemment lancé la Swiss French School, une formation axée sur l'intégration des expa-



CROISSANCE.
L'implantation de multinationales a dopé la demande pour les cours de langues.

triés dans la société locale. «Les expatriés d'aujourd'hui ne veulent plus vivre dans un «ghetto de langue anglaise», estime son responsable Nicholas Galtos. Ils apprécient la qualité de vie en Suisse et souhaitent y rester et s'y intégrer. Dans ce contexte, la langue reste un obstacle majeur.» Ces personnes représentent 80% de la clientèle de cette nouvelle école, le reste se compose d'étrangers venant en Suisse romande pour y apprendre le français, préfé-

rant cette région à la France. La nouvelle école, pour laquelle ne travaillent pour l'instant que cinq employés et quelques temps partiels, compte déjà une cinquantaine d'étudiants à Lausanne. En juillet, une antenne a ouvert à Genève et une autre devrait suivre à Fribourg dans le but d'atteindre d'ici à un an 250 étudiants.

L'institut, qui s'est développé en Suisse sous la forme d'un système de franchises avec un partenaire exclusif

par canton (la maison mère appartient au groupe Pearson, leader mondial de l'éducation), ne s'intéresse pas uniquement à la demande en provenance des expatriés ou des entreprises exigeant la pratique du français de la part de leurs employés. Les propriétaires du groupe en Suisse – eux-mêmes des expatriés – constatent que l'arrivée massive de professionnels anglophones ces dernières années augmente également la motivation de la population locale pour l'apprentissage de l'anglais, précisément dans le but de faire des affaires avec les nouveaux venus. «Nous enregistrons toujours plus d'inscriptions d'hommes d'affaires suisses», relève Nicholas Galtos, pour qui un faible niveau d'anglais ne suffit généralement plus pour travailler dans une multinationale.

MOTIVATION. Une tendance qui se confirme lorsque l'on s'intéresse à la provenance de la clientèle de l'institut: 5% d'employés étrangers basés en Suisse romande souhaitent apprendre le français, contre 25% d'employés suisses qui veulent parfaire leur anglais dans le cadre d'un emploi futur ou actuel. Le reste se compose de particuliers suisses ou d'adolescents souhaitant développer leur niveau d'anglais en prévision

d'études ou de perspectives de carrière.

En moyenne, 70% des clients sont des privés (l'écolage est souvent pris en charge par l'employeur, l'inscription se faisant à titre privé), contre 30% d'entreprises. Les tarifs s'élèvent en moyenne à 300 francs par mois et peuvent aller jusqu'à 1000 francs pour une formation intensive.

BUSINESS MODEL. En ce qui concerne les enseignants, ils sont tous de langue maternelle anglaise, qualifiée «Celta» (Cambridge) et sont, pour la plupart, mariés à des Suisses. Etabli en Suisse depuis 1986, le Wall Street Institute compte neuf écoles dans le pays, pour plus de 100 employés et un chiffre d'affaires estimé à 8 millions de francs. L'école de Lausanne accueille entre 700 et 900 étudiants chaque année. «Nos ventes croissent à un taux raisonnable depuis vingt ans, la compagnie est stable», se réjouit Niholas Galtos, qui souhaite s'étendre dans le futur à Zurich et à Bâle. Basée à Montreux, l'école ESL met en avant un business model davantage orienté vers le public étranger désirant apprendre le français en Suisse. Elle s'adresse aussi aux Suisses d'autres régions linguistiques et aux juniors souhaitant apprendre une langue durant leurs vacances scolaires. «Ce sont ces personnes qui composent la quasi-exclusivité de nos étudiants, précise le porte-parole Xavier De Bastos. Les entreprises qui s'implantent dans la région et dont les employés ont des besoins linguistiques préfèrent les structures offrant des

cours du soir ou engageant des professeurs de langues en interne.» Concernant la Suisse, il s'agit selon lui d'un bon pays pour «débuter en Europe» grâce à sa richesse culturelle. Une diversité qui ne représente cependant pas toujours un avantage: «Il n'est pas forcément logique pour un Brésilien ou un Thaïlandais de venir apprendre le français en Suisse, observe Xavier De Bastos. Souvent, ils ne savent pas que cette langue est parlée ici.» D'où une part d'«éducation» à réaliser dès le départ de la collaboration. L'entreprise profite elle aussi de manière indirecte de l'essor que connaît actuellement la Riviera au travers des camps linguistiques qu'elle organise en Suisse et en France: «C'est une offre qui répond aux attentes des familles d'expatriés, ajoute Xavier De Bastos. Les employés des multinationales basées en Suisse romande viennent suivre des cours avant de commencer leur emploi et peuvent ainsi découvrir la région tout en rafraîchissant leurs connaissances linguistiques.»

FLEXIBILITÉ. Autre exemple illustrant la diversité de l'offre en matière de cours de langues en Suisse romande: l'école SL&C à Genève, fondée par Raymond Gassmann, ancien directeur de l'école Berlitz de Lausanne. Un lancement réalisé au milieu des années 1980, qui n'a pas été des plus aisés dans un secteur «particulièrement concurrentiel». Afin de se différencier, l'entrepreneur a choisi de proposer des programmes sur mesure adaptés aux besoins des entreprises (voir encadré). ▶

► Une démarche pas toujours évidente en raison du «décalage énorme» qui subsiste entre les habitudes des centres de formation linguistique et les entreprises, les formateurs ayant parfois «de la difficulté à comprendre les exigences de ces dernières en matière de qualité, de suivi des programmes, de ponctualité ou de flexibilité».

Il remarque qu'aujourd'hui les expatriés qui suivent ses programmes sont directement envoyés par leur entreprise, ce service faisant partie du «package» d'arrivée au même titre que la recherche d'un logement, d'une école pour les enfants, ou d'une voiture: «Rares sont ceux qui viennent d'eux-mêmes, souligne Raymond Gassmann.

Cela dit, la plupart des expatriés se débrouillent très bien à Genève sans parler le français...»

Des trajectoires variées qui illustrent à quel point l'enseignement des langues reste un secteur à fort potentiel en Suisse romande. Dans certains domaines plus que d'autres, d'ailleurs, notamment les high schools pri-

vées bilingues, le marché des entreprises – qui recherchent le plus de flexibilité possible –, ou celui de l'anglais à des niveaux élevés, compte tenu de la demande croissante pour des capacités de niveau supérieur. «Et l'arrivée massive d'expatriés va continuer de soutenir la demande pour ces prestations», conclut Xavier De Bastos.

Coup de projecteurs: trois spécialistes aux parcours variés

1 LA MULTINATIONALE: BERLITZ

A sa création en 1878, l'école Berlitz s'adressait principalement aux voyageurs et aux particuliers. Peu à peu, la clientèle s'est élargie aux hommes d'affaires, aux employés et aux techniciens se préparant à un séjour à l'étranger et souhaitant pour ce faire améliorer leurs connaissances linguistiques. En Suisse romande, la moitié de la clientèle de l'école est constituée d'expatriés et 30% de personnes de nationalité suisse souhaitant apprendre l'anglais à des fins professionnelles. Le reste comprend des clients recherchant un soutien scolaire, des clients de passage et des demandeurs d'emploi. Fondée aux Etats-Unis, l'école est présente en Suisse depuis plus d'un siècle. Elle y compte neuf centres et plus de 320 employés (pour un total de 550 centres dans plus de



70 pays). Son chiffre d'affaires, en Suisse, s'est élevé en 2010 à 15,7 millions de francs.

2 PME ROMANDE: ESL

C'est en 1996 qu'**Alain Vadi et Patrick Siegenthaler**, les deux fondateurs d'ESL (toujours à la tête de l'entreprise), décident de lancer leurs tout premiers camps de langues



d'été destinés aux juniors. Ils optent à l'époque pour deux petites stations de montagne des Alpes vaudoises: les Paccots et les Diablerets.

Très vite, l'entreprise, qui emploie aujourd'hui environ 200 personnes, développe ses activités en tant qu'agence de voyages spécialisée dans les séjours linguistiques. Elle propose actuellement plus de 20 langues. Etablie à Montreux, la société compte une trentaine de représentations en Europe et en Amérique du Sud. Les professeurs se composent au minimum d'une formation universitaire et d'une spécialisation FLE (Français Langue Etrangère). ESL exploite trois autres écoles de langues en Europe (à Lyon, Fribourg-en-Brigau et Berlin). Pour Xavier De Bastos,

porte-parole du groupe, les perspectives d'ESL sont bonnes: rien qu'en 2011, sa division séjours linguistiques a ouvert trois nouvelles agences à Barcelone, Berlin et Bogota.

3 PME ROMANDE: SL&C

Cette société genevoise fondée en 1984 par **Raymond Gassmann** compte aujourd'hui quatre centres en Suisse et plus de 200 employés pour un chiffre d'affaires de 10 millions de



francs. Sa clientèle se compose d'ONG et de multinationales. Les coaches viennent de milieux professionnels particuliers (droit, affaires, santé), où ils ont exercé leur spécialisation à des niveaux très divers.

«Le monde de l'enseignement secondaire nous amène passablement de profs qui en ont assez des réunions de fin de trimestre et du travail supplémentaire qu'impose l'enseignement aux enfants. Pour chaque heure de cours, ils doivent en réalité travailler deux heures de plus en amont et en aval, note le fondateur. Nous avons aussi parfois recours à des étudiants de

3e cycle pour des plages horaires peu accessibles, tôt le matin ou tard le soir.» Afin de permettre aux responsables des ressources humaines de suivre les programmes à la trace, la société a mis au point un système spécifique de suivi en ligne: chaque formateur dispose d'un netbook lui permettant de télécharger depuis le serveur de l'entreprise toutes sortes d'informations. Concernant l'avenir, Raymond Gassmann se montre optimiste. «Malgré un fort recul en 2009-2010 qui a pu atteindre chez certains de nos collègues plus de 30% en volume d'affaires, la demande pour les programmes linguistiques va croissant.» Notamment en raison de l'arrivée de sociétés en provenance de pays émergents (russes, chinoises, indiennes, anciennes républiques soviétiques ou sud-américaines). Selon lui, les entreprises continueront à privilégier les solutions innovantes, «au détriment des écoles de plus petite taille qui n'ont pas su ou pu prendre le virage des nouvelles technologies à la fin des années 1990». ■