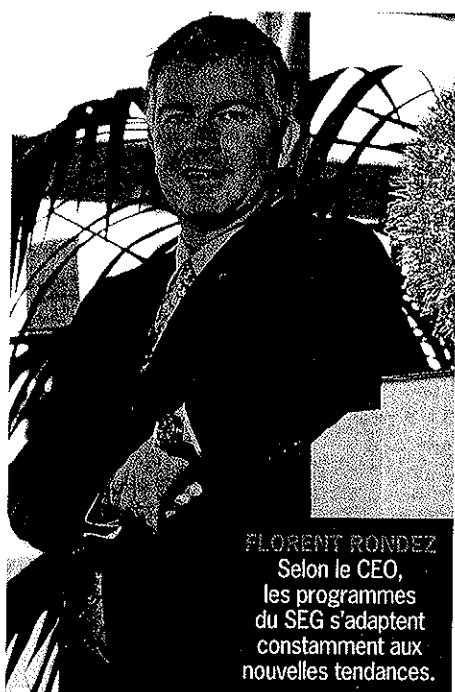


## FORMATION HÔTELIÈRE

# «40% DE NOTRE EFFECTIF ÉTUDIANT VIENT D'ASIE»

Le Swiss Education Group se développe de manière explosive. Interview de son patron, Florent Rondez. **PAR FABIENNE BOGADI**



**FLORENT RONDEZ**  
Selon le CEO, les programmes du SEG s'adaptent constamment aux nouvelles tendances.

**L**e Swiss Education Group (SEG), spécialisé dans la formation hôtelière, vient chasser sur le terrain des plus grands, comme l'École hôtelière de Lausanne ou l'Institute of Higher Education de Glion. En 2011, par exemple, le SEG a racheté deux établissements qui complètent son portefeuille déjà riche de trois écoles (lire encadré). Du point de vue de sa réputation, tout semble aller pour le mieux également, puisque quatre de ses instituts figurent parmi les dix écoles préférées des recruteurs de la branche, selon le récent classement international de GfK Switzerland. Et le groupe vient d'organiser un forum de recrutement pour ses étudiants, qui a réuni plus de 50 groupes hôteliers. Interview de son CEO, Florent Rondez.

**Bilan** Vous annoncez être devenu le numéro 1 de la formation hôtelière en Suisse. Qu'est-ce qui vous permet de l'affirmer?  
**Florent Rondez** Un simple chiffre: en

termes de nombre d'étudiants, nous détenons la plus grande part de marché du secteur en Suisse.

**B Comment vous profilez-vous par rapport à l'École hôtelière de Lausanne?**

**FR** Celle-ci est devenue une HES et surtout une business school. Nous tenons au contraire à préserver la tradition hôtelière suisse dans nos cursus. Nos étudiants passent par tous les services qui font un hôtel, du management à la cuisine, en passant par la réception et l'entretien ménager. Nous partons de l'idée que la branche a besoin de cadres et de dirigeants qui connaissent le travail de l'hôtellerie dans ses aspects les plus concrets.

**B Vous venez d'acquérir deux nouvelles marques cette année. Dans quel objectif?**

**FR** Premièrement, pour grandir et nous consolider. Ensuite, pour nous diversifier et élargir notre palette d'offres de formation. Grâce au César Ritz, nous nous spécialisons dans la gastronomie. HIM nous ouvre à la culture hôtelière américaine, et IHTTI au monde du luxe, mais aussi de la gestion de l'accueil dans les banques privées, ou dans les boutiques d'hôtel.

**B Vous dites capitaliser sur l'excellence du label suisse. Mais est-ce suffisant pour rester compétitif?**

**FR** La qualité suisse, constituée de discipline, de précision et de discrétion, des vertus primordiales dans le monde de l'hôtellerie, existe et continuera à exister. Mais ce n'est pas suffisant. Pour rester compétitifs, nous devons former des partenariats étroits avec les meilleures chaînes et écoles hôtelières du monde entier, ainsi qu'avec les industries proches de la nôtre, comme les sociétés spécialisées dans les soins de beauté ou les marques horlogères. De plus, le monde évolue et nous devons continuellement adapter nos programmes aux nouvelles tendances et innover.

**B Justement, quelles sont les nouvelles tendances en matière hôtelière?**

**FR** Elles sont nombreuses. On voit apparaître les premiers hôtels entièrement écologiques, qui demandent que nous introduisions la notion de gestion de la durabilité dans nos programmes. D'autre part, l'émergence des résidences de luxe avec services hôteliers exige de nouvelles compétences très particulières. Une tendance marque l'émergence des concierges en tant que collaborateurs clés. Là aussi, nous travaillons en étroite collaboration avec des partenaires américains pour élaborer un cursus spécialisé dans ce secteur. Et enfin, avec la multiplication des sites spécialisés dans la recommandation en matière d'hôtels, on voit apparaître un nouveau client, exigeant et mieux informé, qu'il faut apprendre à accueillir différemment.

**B Que représente le marché asiatique pour vous?**

**FR** Déjà, il nous envoie 40% de nos effectifs étudiants. Mais pas seulement. Comme dans les autres secteurs de l'économie, l'Asie connaît une croissance exponentielle dans le tourisme. L'Inde, par exemple, qui accueille aujourd'hui 5 millions de touristes, en attend 15 millions dans cinq ans. Autre chiffre impressionnant, le groupe Accor ouvre un hôtel par semaine sur le continent. Ce qui nous offre des perspectives de développement passionnantes. ■

## Le Swiss Education Group en chiffres

### 5 établissements:

Swiss Hospitality Management School à Caux, Hotel Institute Montreux (HIM), International Hotel and Tourism Institute (IHTTI) à Neuchâtel, César Ritz Colleges en Valais et DCT à Lucerne.

7 campus en Suisse.

2250 étudiants.

12 000 diplômés.

470 collaborateurs.

55 millions de francs d'investissements entre 2009 et 2011.

140 millions de francs de chiffre d'affaires.