

# «Nous vendons la Suisse»

PAR MATTHIEU HOFFSTETTER **Rencontre avec Florent Rondez, CEO de Swiss Education Group. L'occasion de mettre en valeur l'excellence renouvelée de la formation suisse dans l'hôtellerie mondiale.**

**D**ÉBUT MARS à Montreux, 2500 étudiants issus des cinq écoles de Swiss Education Group affichent leurs couleurs aux abords du Centre de Congrès: comme chaque année, le groupe spécialisé dans les formations en hospitalité a convié sur la Riviera les recruteurs des plus prestigieux établissements et des plus grandes chaînes pour rencontrer ses élèves en phase finale de formation.

Durant deux jours, c'est un marathon: Ritz-Carlton a dépêché sur place quinze chasseurs de têtes qui vont mener 500 à 600 entretiens. Pour les étudiants, se retrouver ainsi face aux «concurrents» d'autres campus du groupe les incite à se surpasser. A la clé: un poste très convoité dans un palace n'importe où dans le monde et une carrière qui débute de la meilleure des manières.

Si SEG investit énormément chaque année dans ce forum de recrutement, c'est qu'il reste toujours aussi couru. «La Suisse est plus porteuse que jamais dans cet univers. Dans tous les grands hôtels du monde vous trouverez un manager issu d'une école suisse. Depuis plus d'un siècle, la Suisse reste un pays refuge où l'hôtellerie garde une tradition d'excellence, malgré une qualité désormais parfois aléatoire dans certains établissements. Mais la formation reste au top», affirme Florent Rondez, CEO de Swiss Education Group.

Pourtant, ces derniers mois, l'attractivité de la Suisse a subi plusieurs coups de butoir: votation du 9 février 2014, suppression du taux plancher... «La votation sur l'immigration de masse a fait de gros dégâts en termes d'image pour notre pays. Chez SEG, nous avons 95% d'étudiants étrangers. Aussi bien leurs familles que nos recruteurs ont été choqués par ce vote. Nous travaillons dur pour expliquer que nous ne serons pas touchés, mais l'image du pays est écornée», analyse Florent Rondez.

Pour le franc fort, il s'agit encore davantage d'une menace à long terme que d'un handicap ressenti. Les élèves des écoles hôtelières suisses sont issus de familles aisées qui peuvent financer les frais d'écolage. De plus, après le pic qui a suivi l'annonce de la BNS, le franc s'est stabilisé à un niveau moindre qu'en 2011. Enfin, les écoles s'approvisionnent en Suisse et l'impact est donc marginal pour le moment. «Mais si une nouvelle hausse devait survenir, gare aux effets: il y a des limites à ce que nous pouvons amortir», prévient le CEO.

## Compétences prisées

Actuellement, la Suisse garde des atouts pour maintenir ses écoles hôtelières au top. Et c'est justement sur cette «suisstude» que mise SEG. «Nous vendons la Suisse», affirme Florent Rondez. Une

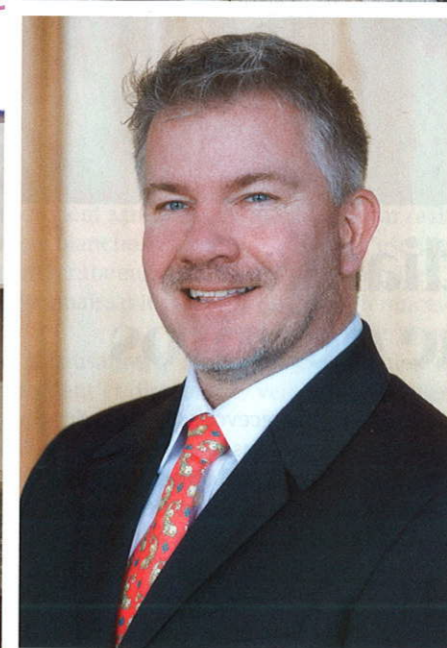
**16% DES ANCIENS  
ÉLÈVES DE SEG  
ONT MONTÉ  
LEUR PROPRE SOCIÉTÉ  
DIX ANS APRÈS  
LEUR SORTIE D'ÉCOLE**

tradition de qualité, mais aussi un environnement propice à faire des alumni des acteurs incroyablement habiles dans l'univers de l'hospitalité. «L'ouverture de la Suisse sur le monde, unique pour un pays sur la surface du globe, le recrutement cosmopolite de nos élèves, et le fait de vivre dans d'anciens palaces imprègnent ces derniers des compétences humaines qu'il est difficile d'enseigner dans un cours: respecter les valeurs et les normes de l'autre, issu d'une culture différente, et s'habituer à un environnement haut de gamme et raffiné, ça se vit au quotidien dans nos écoles», glisse Florent Rondez.

Ces compétences sont de

plus en plus recherchées. Et pas uniquement par le monde de l'hôtellerie. Marques de luxe et banques viennent chercher des professionnels dans les filières hôtelières. Et le groupe s'y est déjà adapté: «Les grandes banques, dont certains cadres viennent enseigner chez nous, ont besoin d'un retour au service humain, notamment pour les clients premium. Quant au luxe, nous lançons un master en luxury business management», confie le dirigeant.

Pas question toutefois de trop se diversifier et d'oublier les métiers de l'hôtellerie: 85 à 90% des contenus des formations restent centrés sur cette activité, et 71% des alumni travaillent actuellement dans l'hôtellerie ou la restauration (96% des diplômés actifs dans le secteur hôte-



**Spécialisé dans les formations en hospitalité, SEG rassemble cinq écoles, dont les César Ritz Collèges (à gauche) et le Culinary Arts Academy (ci-dessus, en haut). Il est dirigé depuis 2010 par Florent Rondez (ci-dessus, en bas).**

lier travaillent dans l'hôtellerie de luxe). Pour Florent Rondez, il en va de l'image d'excellence et de la visibilité des écoles suisses de conserver ce focus.

Quant à investir à l'étranger comme d'autres groupes l'ont fait, SEG y consent, mais avec sa stratégie propre: pas question de transférer une marque dans un autre pays. «Cela n'aurait pas de sens de délivrer un diplôme suisse à un élève ayant étudié au Brésil ou en Chine», clarifie le CEO. Pour autant, des Dual Degree ont été mis en place avec de prestigieuses écoles hôtelières étrangères, pour permettre à certains étudiants de bénéficier de l'excellence helvétique.

A l'avenir cependant, Florent Rondez le concède: «Il nous faudra faire plus à l'étranger, mais pour SEG ce sera davan-

tage au niveau du management basique que sur des postes à hautes qualifications et responsabilités qui resteront centrés dans nos sept campus suisses».

Des campus plus nombreux ces dernières années: des compétiteurs ont été rachetés et SEG est le groupe qui a connu la plus importante croissance du nombre d'élèves ces dernières années. D'autres investissements sont à venir avec des travaux dans les campus, mais aussi des développements pédagogiques et donc des projets à l'étranger.

## Rester attractif

Pour lui qui travaille au sein de Swiss Education Group depuis quinze ans, l'adaptation doit se faire sans renier l'identité helvétique, cruciale pour conserver l'attractivité des différentes écoles. Des passerelles ont ainsi été jetées entre les cinq écoles de SEG, avec des possibilités pour les élèves de réorienter leur cursus en fonction de leurs affinités et de leurs envies. Il y a toutefois peu de demandes, car les étudiants ont souvent développé un projet élaboré et dense avant même d'arriver à Montreux, Neuchâtel, ou au Bouveret.

Et pour certains, le projet est tout aussi ambitieux qu'une carrière dans un grand groupe: 16% des anciens élèves de SEG ont monté leur propre projet dix ans après leur sortie d'école. Cette proportion d'entrepreneurs réjouit Florent Rondez qui se félicite de voir ses anciens élèves développer une offre globale, souvent originale par rapport aux structures hôtelières existantes dans les lieux où elles s'implantent.

Et pour suivre ces évolutions de carrière, un réseau a été mis sur pied: depuis 2013, la plateforme Konnect retrouve les alumni et s'informe de leur actualité. Ce travail de réseau permet de mieux cerner les évolutions de carrière, mais aussi de disposer d'une autre base, en plus des contacts dans les grandes chaînes, pour sentir les tendances. Et contribuer à adapter l'offre pédagogique pour que la Suisse reste longtemps encore la référence dans ce domaine. ■