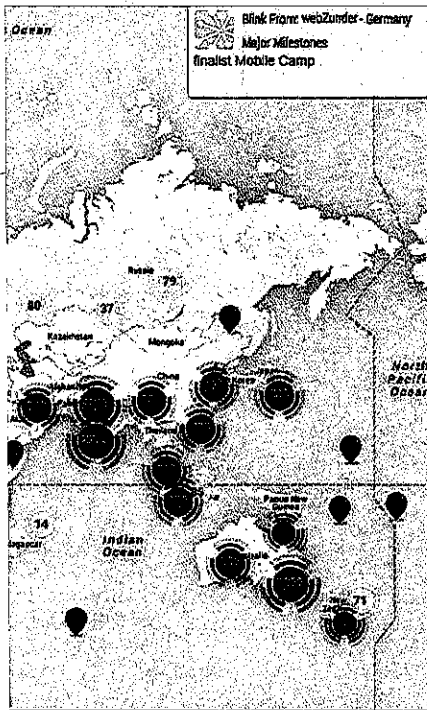


aphie itier



plateformes. ARCHIVES

tères-
rt-up,
teurs,
es de
etc.»

Soyons directs: Eli David et Roderick Warren, son associé, ne savent pas encore très bien comment ils vont générer des revenus à l'avenir. Autofinancés jusqu'à présent, ils veulent d'abord établir un guichet d'entrée unique pour les start-up au niveau mondial. «Nous sommes parfaitement à l'aise avec le fait que notre modèle n'est pas clair. Nous voulons créer de la valeur pour l'écosystème des start-up et sommes confiants que si cette valeur se crée, la monétisation suivra», précise Eli David. Ou pas, selon la formule.

«Nos tarifs ont pris une gifle en deux semaines»

> **Formation** Le réseau Swiss Learning est deux fois plus cher que les écoles britanniques

Propos recueillis par Dejan Nikolic

L'industrie des exportations, le tourisme ou le commerce de détail figurent parmi les victimes traditionnelles du franc fort. Mais c'est oublier que le secteur de l'éducation souffre aussi de la levée, il y a bientôt deux semaines, du taux plancher par la Banque nationale suisse. Christophe-Xavier Clivaz, directeur général de Swiss Learning, la plateforme genevoise de promotion d'universités, de HES et de treize écoles privées helvétiques, est revenu lundi d'une tournée de prospection à Paris et à Londres. Entretien.

Le Temps: Vous avez déjà souffert de la crise en Europe. Et le franc fort vient soudainement renchérir vos programmes. Que comptez-vous faire?

Christophe-Xavier Clivaz: Cette situation, par sa brutalité, nous inquiète. Elle nous plonge dans la pire des incertitudes. Mais il est encore trop tôt pour tirer un bilan concernant nos ventes. Il faudra attendre Pâques, voire cet été, soit pour l'année scolaire 2016, avant d'y voir plus clair. Pour l'heure, nous ne déplorons aucun effet lié à ce changement. L'attrait pour les écoles «Swiss made» demeure très fort. J'en veux pour preuve ma dernière tournée de prospection à Paris et à Londres, entamée la semaine dernière. J'ai rencontré plusieurs familles de clients potentiels, attachées à l'éducation privée suisse. C'est un lien traditionnel, toujours présent.

– Vos prospects n'ont-ils fait aucune remarque quant à l'augmentation, même mécanique, de vos prix?

– Pour cette catégorie de clientèle, l'argent n'est jamais un sujet de conversation. Du moins pas ouver-



Christophe-Xavier Clivaz investit dans les marchés émergents.

tement. Nous leur vendons un produit exclusif.

– Vous n'avez donc aucun souci de fréquentation?

– Objectivement, nos tarifs ont pris une sacrée gifle en moins de deux semaines. Et depuis plusieurs mois déjà, le marché russe, qui représentait jusqu'ici 25% de notre chiffre d'affaires, est en recul, mais pour plusieurs autres raisons. Toutefois, mis à part l'euro, nous sommes aussi moins concurrentiels face à la livre sterling. Aujourd'hui, les internats britanniques sont deux fois moins chers que les nôtres. C'est un problème. Mais cela ne sert à rien de se lamenter. Il faut au contraire redoubler d'efforts.

– Comment vous prémunissez-vous contre ces risques, notamment de change?

– En diversifiant. Au lendemain de la crise en zone euro, nous avons davantage concentré nos efforts en Asie. Nous y avons ouvert deux bureaux de représentation, à Shanghai et à Tokyo. Et nous en inaugurons un autre, cette semaine, au Mexique, un autre marché prioritaire, comme le Brésil.