

Une école du luxe s'ouvre à Genève

L'ISG Luxury Management, dédié au luxe, à la mode et à la haute joaillerie, propose une bachelor et un master.

CAROLINE SPIR

Dès septembre 2018, alors que des milliers d'étudiants feront leur rentrée à l'université, d'autres inaugureront les bancs de l'ISG Luxury Management à Genève. Un Institut supérieur de gestion que vient d'ouvrir IONIS Education Group, une société française dédiée à l'enseignement supérieur privé avec plus de 27.000 étudiants présents en France et en Europe qui sont répartis dans 24 écoles. «C'est un moment fort pour notre développement. Après Berlin, Barcelone et Bruxelles, ce lancement à Genève est le quatrième de cette expansion, et sera, je l'espère, le début d'autres initiatives en Suisse», commente Marc Sellam, président et fondateur du groupe. «Nous instaurons une dynamique de diversification dans laquelle s'inscrit notre volonté d'investir le domaine du luxe. Autant par sa géolocalisation que ses valeurs, Genève est une place centrale dans ce domaine.»

Répondre aux enjeux de renouveau du secteur

Seule école professionnelle en Suisse exclusivement dédiée aux secteurs du luxe, de la mode et de la haute joaillerie, les futurs élèves sélectionnés par un jury de professionnels se voient proposer un titre de bachelor et/ou un master dans la filière choisie. Le parti pris: traiter l'enseignement des luxes par le prisme de la gestion, du management et du marketing. Quid de la nouveauté? «Le risque du luxe comme de son

enseignement, c'est qu'ils se banalisent. De ce constat, et fort de sa reconnaissance établie en France et en Europe, l'ISG veut apporter une véritable expertise à nos futurs managers qui s'appuie notamment sur son approche pointue de l'innovation et sa capacité à transmettre le sens de l'entrepreneuriat» explique Franck Belaich, directeur de l'ISG Luxury Management. «Nous nous distinguons sur plusieurs points des autres écoles en Suisse, elles aussi liées au domaine. D'abord, l'ISG Genève est exclusivement dédiée à l'industrie du luxe. Un luxe qui n'est plus spécifique à la Suisse mais transversal. Ce à quoi que nous initierons nos élèves en les formant à la gestion, au commerce, au marketing. Puis, notre but est bel et bien de former la nouvelle intelligence des entreprises sur un secteur en complet renouvellement, avec la ferme volonté d'avoir une envergure plus moderne notamment sur toutes les questions liées au digital. Pour autant, il n'est pas question de faire l'impasse sur la Culture. Car demain, ce qui va nourrir le luxe, c'est précisément le goût pour la culture.» D'autant qu'avec ce cursus, comme le précise Marc Drillech, directeur général IONIS Education Group, «les élèves ne seront pas isolés. Via l'école ou leurs nombreux stages en entreprise, ils rencontreront chaque semaine des professionnels avisés. Ils seront mis dans le bain et dans l'action dès les premiers jours de leur arrivée. Et in fine, ils n'auront pas l'esprit d'entreprendre mais celui d'entreprendre!»

Les ruches de CitizenBees essaiment dans toute la Suisse

La société neuchâteloise, qui se bat pour sauver les abeilles, développe une technologie pour connecter les ruches.

LEILA UEBERSCHLAG

Un tiers des ressources mondiales alimentaires est le fruit du travail des abeilles. Ces dernières sont pourtant en danger et 30% des colonies meurent chaque année durant l'hiver, aussi bien à l'échelle suisse que mondiale. Utilisation massive de pesticides, désertification des campagnes ou encore parasites: les causes de ce fléau sont multiples. Basée à Neuchâtel, CitizenBees est une entreprise écoresponsable qui développe un service d'apiculture urbaine «clé en main» pour héberger des ruches sur les toits des entreprises et des collectivités. Sa mission? Participer à la sauvegarde des principaux pollinisateurs que sont les abeilles.

Déjà 300 ruches à Paris

En milieu urbain, les pesticides sont absents et il y a une flore abondante qui essaime tout au long de l'année. Les abeilles résistent mieux et produisent du miel d'une grande qualité», confie Audric de Campeau, le fondateur de CitizenBees. Fort d'une longue expérience dans le domaine, cet apiculteur a fait des études de philosophie à la Sorbonne puis de marketing à HEC Paris. «À l'âge de 15 ans, j'ai demandé à mes parents de m'offrir des pieds de vigne, puis je me suis constitué un verger et un arborétum avant de me lancer dans les ruches. Une fois qu'on est piqué par cette passion, on a du mal à s'arrêter.»



AUDRIC DE CAMPEAU. «Une fois qu'on est piqué par cette passion, on a du mal à s'arrêter», confie le fondateur de CitizenBees.

Parallèlement à ses études, il développe son activité sur les toits de Paris – où il possède environ 300 ruches – et commence à vendre son miel dans de prestigieux magasins, tels que les Galeries Lafayette.

En 2011, il rejoint TAG Heuer pour un poste de chef de projet marketing à La Chaux-de-Fonds. Il poursuit cependant son activité apicole parisienne et viticole en Champagne. «En 2013, j'ai décidé de tout quitter pour réaliser mon rêve et vivre de ma passion», s'exclame-t-il. Dans la foulée, il crée CitizenBees dans le but de lancer son projet d'abeilles urbaines en Suisse, en lui donnant néanmoins une nouvelle dimension. «C'est un domaine concurrentiel et il fallait apporter de la

valeur ajoutée», commente-t-il. «Apple et Google connectent des frigidaires ou encore des lunettes, je me suis dit: pourquoi ne pas connecter les ruches?»

Un soutien pour l'apiculteur

Implanté à NEODE, la jeune entreprise développe des solutions technologiques permettant de visualiser l'activité et la santé de la ruche, en temps réel sur grands écrans, des bornes interactives ou encore des smartphones. «Notre but est de connecter les abeilles à internet via des capteurs et des caméras embarquées sur les ruches», souligne Audric de Campeau. «Les finalités de telles solutions sont multiples. Cela permet notamment d'aider l'apiculteur dans son travail. Le but

est qu'il puisse monitorer et depuis chez lui toutes ses ruches. Si un essaim se prépare à sortir, si les abeilles ont faim ou si elles sont trop à l'étroit, il peut directement agir.»

Une démarche commerciale et pédagogique

Deux prototypes sont actuellement en test sur le toit de l'hôtel Beau Rivage et d'un magasin de la Migros à Neuchâtel. La phase de commercialisation devrait débuter prochainement. Parallèlement, plus de 150 ruches «traditionnelles» se trouvent déjà sur les toits de diverses entreprises et collectivités dans toute la Suisse. Ces dernières peuvent ensuite utiliser ou vendre le miel qui est produit sur leurs toits, comme elles l'entendent.

En pleine croissance, CitizenBees double son chiffre d'affaires chaque année. Au total, la société compte quatre collaborateurs et travaille exclusivement avec des apiculteurs locaux pour la maintenance des ruches. «Ce n'est pas en mettant trois ruches en ville que nous allons sauver l'abeille, mais j'observe néanmoins qu'un mouvement général de prise de conscience est en train de s'opérer», observe l'apiculteur. «Je dispense également de nombreuses formations et fait beaucoup de team-building. CitizenBees participe à former les apiculteurs de demain», se réjouit-il. «Mon but n'est pas seulement de générer du profit, mais également de la pédagogie et de la sensibilisation.»

Eldora annonce un chiffre d'affaires record

Les ventes ont atteint 336,7 millions de francs en 2017.

Le groupe Eldora, leader romand dans la restauration collective, anciennement DSR, a trouvé un nouvel élan depuis trois ans et sa transformation en société anonyme.

Preuve en est des résultats: le groupe basé à Rolle a enregistré une hausse de son chiffre d'affaires de 4% en 2015, de 3,2% en 2016 et une hausse de quelque 21 millions du chiffre d'affaires pour 2017, à 336,7 millions de francs, en progression de 6,8%. Un nouveau chiffre d'affaire record qui place l'entreprise à la deuxième place du marché suisse de la restauration de collectivités.

Cette vigoureuse évolution a principalement été observée dans le domaine de la restauration de collectivités grâce, notamment, à l'ouverture de 19 nouveaux restaurants. Autre perspective positive, la rentabilité a suivi la même tendance. En effet, le bénéfice opérationnel brut (EBITDA) d'Eldora s'est accru de 9,8% et a atteint 15,6 mil-

lions de francs. Les innovations ont été nombreuses en 2017. C'est principalement dans le domaine des récentes technologies que le groupe a concentré ses efforts d'innovativité et d'avant-gardisme. Grâce aux réflexions menées au sein de sa cellule «Recherche & Développement», de nouveaux outils de communication ont pu être proposés dans le secteur de la restauration de collectivités. C'est ainsi qu'une borne interactive multimédia a été développée à l'intention des résidents en EMS. Par ailleurs, une application pour téléphone mobile, véritable première dans le domaine, a été développée.

Dans le domaine de la restauration de collectivités, Eldora a servi plus de 15,2 millions de repas, soit une moyenne de 60.000 repas par jour (ouvrable). Sur le plan des ressources humaines, il a créé 113 places de travail durant cette année et compte 2207 collaboratrices et collaborateurs. – (MI)

Le genevois WebTrans veut s'imposer parmi les leaders

FRET. Lancée fin 2017, la plateforme couvre toute l'Europe. Elle envisage de se lancer dans le fret aérien en fin d'année.

MATTEO IANNI

Arrivée sur la pointe des pieds au mois de novembre, la plateforme WebTrans manifeste néanmoins de grandes ambitions dans le secteur du transport routier de marchandises. Depuis son siège social aux Eaux-Vives (GE), l'entreprise agit aujourd'hui dans toute l'Europe, comptant 28 employés répartis dans les différents bureaux sur le continent, dont en Espagne et en Pologne.

«Plus qu'une bourse de fret»

À sa tête, Mario Taets, entrepreneur d'origine belge, qui dit avoir étudié plus de quatre ans le marché avant de lancer sa société. Dans un marché dominé par les géants UPS, DHL ou Federal Express, l'entreprise genevoise tente de tirer son épingle en proposant des solutions différentes de ce qu'il se fait actuellement. Les services WebTrans s'adressent aux transporteurs, aux opérateurs logistiques et aux entreprises. «La

mise en place de l'une des plus grandes bourses de fret sur le marché européen exigeant a été rendue possible grâce à une analyse approfondie du marché et une technologie de pointe qui nous permet d'optimiser et de tirer le meilleur parti de notre travail. Nous sommes plus qu'une bourse de fret», commente le CEO. En bref, WebTrans est arrivé à fournir un service complet et de qualité de professionnel à professionnel.

Parmi ces services innovants, on trouve «Websecure». Ce service garantit l'encaissement des factures et empêche les utilisateurs d'assumer les risques liés au non-paiement. C'est une aide que WebTrans offre grâce à sa collaboration avec Coface, leader mondial de l'assurance-crédit. Son objectif est de protéger les entreprises, les transporteurs et les agences des inconvénients causés par le non-paiement, «qui est responsable de 25 % des faillites d'entreprises» d'après Mario Taets.

En parallèle, WebTrans a développé un service qui avance l'encaissement des factures de ses utilisateurs en moins de 72 heures. «Grâce au service Webfinance, l'utilisateur peut, d'un seul clic, obtenir des liquidités immédiates sans dossier de crédit ou comité de crédit, sans besoin de garanties ou de garanties et sans contrats ou obligations à long terme.»

Bientôt dans l'aérien

Pour compléter sa gamme de service, en bonne bourse de fret, la plateforme a développé son procédé de tracking pour les transports. Appelé «Webtracking», il fournit un suivi en temps réel et la localisation des chargements par le biais d'un GPS gratuit pour tous les transporteurs. Ainsi, ils s'assurent de la situation de leur service, avec une validation en temps réel de chaque étape de la livraison par le biais d'un ordinateur ou d'un smartphone. En outre, les clients sont informés sur le suivi des marchandises par le biais d'un service qui centralise

et optimise la gestion du chargement à travers une simple application mobile et d'un seul clic. «Les avantages de Webtracking sont nombreux pour l'opérateur logistique. Par exemple l'optimisation du suivi des livraisons de leurs transporteurs en temps réel, la garantie du suivi de la marchandise de leurs clients mais aussi l'économie en temps de contrôle et de l'envoi des documents.»

Par ailleurs, Webtracking permet aux entreprises de pouvoir envoyer des ordres de chargement directement et simplement à leurs transporteurs ou autres informations en temps réel pour être tenus au courant du moindre incident.

WebTrans ambitionne d'être dans les trois premières bourses de fret européen. Si aujourd'hui l'entreprise opère dans toute l'Europe, l'Amérique latine est le prochain objectif. Le CEO confie d'ailleurs que la filiale WebAir (dédié au fret aérien) verra le jour fin 2018. ■