

Von Rohr: l’orfèvre de la transition de carrière en Suisse romande

OUTPLACEMENT. Créée il y 25 ans par Eva von Rohr, unique actionnaire, l’entreprise genevoise consolide sa marque en vue de la transmission.

ELSA FLORET

C’est une quatrième vie professionnelle qui démarrera pour Eva von Rohr dans la sculpture, passion découverte à l’âge de 45 ans. Elle a déjà été sollicitée pour deux expositions (collective et individuelle) au cours desquelles 11 pièces des 14 exposées avaient été vendues. Riche d’une carrière de 45 années dans l’interprétariat & les sciences politiques; la direction du marketing global de l’IMD; la direction d’une agence de placement & la fondation d’un cabinet d’outplacement en 1993 à Genève; dont elle est toujours l’unique actionnaire, Eva von Rohr veut aujourd’hui inscrire sa marque dans la continuité et la transmission. Sur les 20 collaborateurs de l’entreprise Von Rohr - à Genève et à Lausanne - 15 sont des consultants dont 8 ont choisi de travailler en tant qu’associés indépendants. L’unique actionnaire ne dévoile aucune indication sur son chiffre d’affaires, mais les réserves sont significatives, reflétant une gestion saine. Le marché de l’outplacement - inventé dans les années 1960 aux Etats-Unis et arrivé en Suisse 25 ans plus tard - s’est démocratisé entraînant une pression des prix. Le marché est fragmenté avec une dizaine d’acteurs en Suisse romande, principalement dominé par des filiales de groupes américains. Eva von Rohr conserve avec détermination et indépendance sa position de pionnière (thought leader) sur le marché. Loin de mener une course à la taille, elle est devenue une référence dans l’outplacement, principalement



EVA VON ROHR. «La marque Von Rohr vivra en toute indépendance au-delà de sa fondatrice, vantant l’entrepreneuriat du cœur.»

grâce à un solide réseau et une culture d’entreprise basée sur l’entrepreneuriat du cœur. Eva von Rohr figurait parmi les keynote speakers lors de la conférence annuelle du CWF (Career Women’s Forum) sur la transition de carrière WAVE (Women’s Added Value in the Economy) (lire *L’Agefi* du 30 janvier).

Vous venez de fêter les 25 ans de l’entreprise Von Rohr. Que signifie le nouveau branding de la marque en forme de sigle de l’infini en trois dimensions? Notre métier sert à révéler le potentiel des individus en transition de carrière. C’est leur facette cachée, que nous aidons à valoriser. J’aime l’analogie avec la pierre brute et le potentiel individuel de l’être humain. Cela fait 12 ans que je travaille sur la théorie du mathématicien Moebius avec cette courbe vers l’infini où l’extérieur devient intérieur puis

redevient extérieur. Cela symbolise la continuité dans la transformation. Cette sculpture que j’ai moi-même réalisée en pierre d’albâtre est un message fort pour tous les candidats qui choisissent Von Rohr. Nous les ai-

rons à s’aligner sur leurs valeurs et leur potentiel.

Quel est le cœur de votre métier? Dans une transition de carrière, on apporte toute notre expérience de vie. La vie est faite de transition qu’il faut préparer. Notre métier est donc de l’ancrer dans une réalité économique et individuelle. En somme, je l’ai illustré à quatre reprises dans ma carrière. Comme 31 % des 1000 personnes (âgées de 18 à 65 ans) interrogées en Suisse par XING Survey en 2017, j’aurais privilégié un autre métier si j’avais eu le choix de mes études. J’ai eu le coup de cœur pour ce métier d’outplacement à l’âge de 35 ans - à l’heure où une seule entreprise américaine le proposait en Suisse. C’était inédit en Suisse qu’un employeur paie pour aider les collaborateurs, dont il devait se séparer, à trouver un emploi. Le marché a explosé avec la grande vague des restructurations dans

les années 1990. A 99%, ce sont les employeurs qui mandatent Von Rohr pour des missions d’outplacement. Ils laissent souvent le choix entre deux cabinets à leur collaborateur dans le souci d’établir une relation de confiance avec son coach.

Avez-vous reçu des offres d’acquisition? J’ai été approchée par des groupes, qui souhaitaient uniquement réaliser un investissement financier. Je ne veux pas de sleeping partner, dont le seul intérêt réside dans les dividendes qu’il recevra. La marque Von Rohr vivra en toute indépendance au-delà de sa fondatrice. C’est l’entrepreneuriat du cœur qui vaincra. En pleine stabilité financière, avec une belle équipe, des valeurs communes, un héritage, la marque Von Rohr continuera. J’ai renforcé le conseil d’administration que je préside. Et j’accompagne encore la vingtaine de candidats dans mon portefeuille. ■

Le marché de l’outplacement est fragmenté en Suisse romande avec 10 acteurs

Il existe une dizaine d’acteurs dans l’outplacement en Suisse romande. Comment se distingue Von Rohr? Nous avons toujours été précurseurs et nous tenons farouchement à le rester. Nous avons été les premiers à incorporer de l’intelligence économique dans nos méthodes de travail. Nos candidats disposent d’un accès aux livres, magazines, journaux et d’une base de données digne de la magnifique bibliothèque, que j’avais la chance d’avoir lorsque j’étais directrice du marketing global de l’IMD. Nous avons investi tous nos bénéfices dans l’innovation de nos services et dans l’infrastructure. Nous occupons 500 m² au quartier du Sécheron (contre 180 m² auparavant) et avons un bureau à Lausanne. En conservant nos capacités d’autofi-

nancement et notre indépendance. En termes de méthodologie différenciatrice, Von Rohr allie le soft (l’alignement) et le hard (la business intelligence) et apporte un supplément d’âme dans son accompagnement. Selon les statistiques de recherche d’emploi 2017, 41% des emplois ont été trouvés par le réseau et 5% via une approche directe. Von Rohr favorise ce lien avec le marché, qui ne connaît pas encore tous ses besoins lors de la rencontre du candidat. En l’espace de 25 ans, nous avons accompagné quelque 6000 personnes, soit entre 350 à 400 par an. Stratégiquement, nous tenons à rester à taille humaine pour obtenir de tels résultats, dans un marché de niche. – (EF)

Roche avance dans la reprise d’Ignyta

PHARMA. Le laboratoire bâlois Roche détient désormais une large majorité du capital-actions d’Ignyta, société américaine sur laquelle il a lancé une offre de reprise. Le géant pharmaceutique dispose de quelque 57,37 millions de titres, soit 84,71% des parts, et devrait encore recevoir 3,45 millions d’actions supplémentaires. L’offre a expiré mercredi à minuit. Elle avait été annoncée à fin décembre. Roche propose un prix de 27 dollars par titre réglé en numéraire, pour un montant total de 1,7 milliard. La finalisation de l’opération est attendue pour le premier semestre 2018. Basé à San Diego en Californie, Ignyta se consacre à la médecine de précision dans l’oncologie dans le but de tester, d’identifier et de traiter les patients atteints de cancers présentant des mutations spécifiques rares. Le conseil d’administration soutient unanimement l’offre de Roche. – (awp)

Progression des ventes d’Emmi

PRODUITS LAITIERS. En 2017, le chiffre d’affaires a crû de 3,2% à 3,36 milliards de francs. Au-dessus des prévisions.

Le fabricant de produits laitiers Emmi a enregistré en 2017 une croissance de son chiffre d’affaires grâce notamment à ses ventes en Europe et aux Etats-Unis. Le groupe lucernois a confirmé ses objectifs de bénéfice pour l’exercice précédent. «Emmi a connu un second semestre 2017 impressionnant. La croissance des ventes de fromages dans la division Amériques et les progrès réalisés dans les activités liées aux desserts ont contribué à atténuer la pression sur les importations et les prix en Suisse», relève jeudi le directeur général (CEO) Urs Riedener. Le chiffre d’affaires a crû de 3,2% à 3,36 milliards de francs, ce qui correspond à une croissance organique de 0,5%. Les résultats sont supérieurs au consensus AWP et le groupe a dépassé ses propres objectifs qui oscillaient entre -1% et 0%, grâce à un deuxième semestre dynamique.

De juillet à décembre, Emmi affiche une croissance organique de 2,2% après un repli de 1,2% sur les six premiers mois, enregistrant ainsi la meilleure progression, hors effets acquisitions et change, en cinq ans, selon la banque UBS. Les facteurs de succès ont notamment été le secteur des fromages aux Etats-Unis (lait de vache et de chèvre), Emmi Caffè Latte (principalement en Suisse, en Grande-Bretagne et en Espagne), les desserts de Rachelli, le lait bio de la laiterie Gläserne Molkerei et le marché de la Tunisie, énumère le groupe lucernois.

La Suisse boîte un peu En Suisse, le principal marché générant 51% des recettes, a vu ses ventes reculer de 0,6% à 1,73 milliards de francs. La pression sur les prix a généré un recul de 0,7% mais la performance du second semestre a permis d’atténuer le repli observé sur les six premiers

mois, grâce au renforcement du commerce de détail. La hausse des importations de fromage en Suisse représente aussi un défi pour le groupe. En revanche, la division Amériques, qui englobe les Etats-Unis, le Canada et le Chili, mais également la Tunisie, l’Espagne (sans Lacteos Caprinos), la France et le Mexique a vu ses recettes progresser nettement. Ces dernières ont pris 9,7% à 949,8 millions de francs. Hors effets de change et d’acquisitions, la croissance s’est inscrite à 4,1%. «Le développement positif du chiffre d’affaires organique est en particulier attribuable à l’évolution réjouissante des ventes en Tunisie et aux Etats-Unis», explique Emmi. La part de la divisions Amériques s’est ainsi étoffé à 28% contre 27% en 2016. La division Europe, représentant 17% des ventes totales, a aussi connu une bonne évolution, avec une avancée de son chiffre d’af-

fares de 8,7% à 564,1 millions de francs, et une croissance organique de 0,8%. «Les facteurs décisifs du revirement de tendance positif ont été la croissance des ventes de la laiterie Gläserne Molkerei et d’AVH Dairy ainsi que la stabilisation des activités du segment Desserts», fait remarquer Emmi. Emmi confirme les prévisions de bénéfice pour l’année complète, qui seront publiées le 5 mars. Le groupe prévoit un bénéfice opérationnel (Ebit) entre 195 et 205 millions de francs et une marge bénéfice net de 4 à 4,5%. Baader Helvea souligne que l’accélération au deuxième semestre a été plus solide qu’attendu. Les chiffres montrent, une fois de plus, que la direction d’Emmi est capable d’affronter avec succès les défis du secteur, écrit l’analyste. Emmi demeure un investissement très attrayant pour des investisseurs à long terme, ajoute le courtier genevois. – (awp)

WISEKEY: accord avec ExWorks sur le crédit

Le spécialiste de la cybersécurité Wisekey et la société financière ExWorks ont trouvé un accord pour modifier leur contrat de crédit existant. La durée de l’emprunt est prolongée jusqu’au 16 janvier 2020 pour un taux d’intérêt de 1%, contre 1,5% auparavant, indique jeudi la société zougnoise. Par ailleurs, ExWorks a obtenu le droit de convertir le montant du prêt ou celui des intérêts en actions B de Wisekey. Le prix de conversion demeure à 4,74 dollars. Comme prévu initialement, cette ligne de crédit pourra être augmentée de 10 millions de dollars. – (awp)

VON ROLL: cession d’une partie des activités

Le fabricant de produits d’isolation Von Roll a cédé une partie de ses activités liées au segment eau du marché chinois, regroupées jusqu’ici au sein de la filiale Von Roll BHU Umwelttechnik, annonce l’entreprise. «Avec la vente partielle de nos activités eau, via un rachat par des cadres, nous voulons nous concentrer sur nos activités de base», a expliqué le directeur général (CEO) Christian Hennerkes, cité dans le communiqué. Stefan Köppel continuera à diriger la filiale et les activités restantes. – (awp)

LECLANCHÉ: importante commande au Canada

Leclanché a remporté au Canada un appel d’offres lancé par le promoteur de solutions de stockage énergétique NRStore pour l’élaboration d’un système devant équiper un complexe industriel dans l’Ontario. Le groupe yverdonnois ne livre dans son communiqué jeudi aucun élément sur les retombées financières attendues de ce projet. Le système d’entreposage énergétique commandé comprend des batteries lithium-ion d’une autonomie d’au moins deux heures, pour une capacité de sortie de 2,0 MW. L’entreprise vaudoise a par ailleurs conclu deux options pour des projets additionnels pour le compte de NRStore. – (awp)

HILTI: l’acquisition de Brandschutztechnik

Le groupe Hilti s’étend en Autriche et en Allemagne. Le spécialiste liechtensteinois de l’outillage et des systèmes de fixation a repris au 31 janvier le spécialiste autrichien des techniques de protection contre les incendies BST Brandschutztechnik Döpfel ainsi que sa filiale de distribution active en Allemagne. L’opération, dont le prix n’a pas été dévoilé, permet à Hilti d’élargir son offre de solutions de protection incendie dans les secteurs énergétique et industriel, indique la société de Schaan. Hilti compte en particulier poursuivre le développement de sa palette de produits dans le secteur des conduits de câbles. Bst Brandschutztechnik fournissait des systèmes isolants pour passe-câbles à Hilti depuis 2011 déjà. Basée non loin de Vienne, la société emploie une quinzaine de collaborateurs dans ses activités de développement, de production et de distribution. – (awp)