

# LE TEMPS

9 Avril 2010

## Le salon des MBA a fait escale à Genève

Catherine Dubouloz

Près de 200 personnes sont venues rencontrer les représentants d'écoles de commerce et de management samedi 27 mars. C'est la première fois qu'un tel salon a été organisé à Genève par la société QS, lors de sa tournée mondiale.

Dix-huit écoles de commerce et de management ont participé, samedi 27 mars, à la première édition genevoise du salon des MBA, qui s'est tenu dans un confortable salon de l'Hôtel Four Seasons. Les institutions suisses les plus connues, comme IMD, ainsi que les facultés des Hautes Etudes commerciales (HEC) des Universités de Genève, Lausanne et Saint-Gall étaient présentes. A leurs côtés, les écoles de management de Lyon ou de Strasbourg ainsi que quelques grandes business schools internationales, comme l'Américaine Duke ou les Espagnoles Esade, IE ou IESE. Des établissements d'envergure plus locale, comme la Business School de Lausanne (BSL), étaient également présents.

Genève était une étape de la tournée mondiale du salon des MBA, le World MBA Tour, organisé par la QS. Cette société est spécialisée dans ce genre d'événement à travers le monde entier. Selon la taille du marché local, il se déroule dans des hôtels ou des palais des congrès. En Suisse, le World MBA Tour passe déjà par Zurich, où 50 à 60 programmes se présentent. QS publie aussi des classements de business schools (voir le graphe ci-contre) et d'universités, ainsi que de nombreuses publications. Côté participants, plus de 400 personnes intéressées par un MBA s'étaient préinscrites. Près de 200 sont finalement venues rencontrer les écoles et prendre des renseignements.

L'après-midi a commencé par des forums d'information, permettant de se faire une idée des exigences des business schools concernant la procédure d'admission. «Comment choisir votre programme? Vous devez vous connaître vous-même, savoir où vous allez et quels sont vos objectifs», explique Alexis Mellon, de la Fuqua School of Business de l'Université de Duke. «Au cours du processus d'admission, on vous demandera pourquoi vous avez choisi cette école et on vérifiera si elle représente le meilleur endroit pour atteindre vos buts.»

A Genève, en termes de chiffres, cette première édition était de petit calibre, mais «très qualitative et c'est ce qui compte pour les écoles», souligne Isabelle Pasmantier, directrice marketing de QS France, qui a mis sur pied le salon. «Qualitatif», cela signifie que les écoles ont rencontré des candidats de bon niveau, bien formés, avec un parcours intéressant. «Dans un MBA, on apprend autant des professeurs que des autres participants», insiste Alexis Mellon.

Alexis Mellon conseille aux candidats de dresser leur propre classement des cinq à dix écoles leur convenant le mieux, puis de faire une recherche d'informations approfondie sur chacune. «Asseyez-vous dans une classe, suivez un cours, parlez aux alumni. C'est un processus qui prend du temps et qui demande des efforts. Mais il est important de ne pas se tromper, tant pour les candidats que pour les écoles», poursuit Katrin Muff, la doyenne de la BSL.

Suivre un cours, parler aux anciens, c'est également ce que propose HEC Lausanne aux personnes intéressées par son Executive MBA en management et finance d'entreprise. L'un des alumni, présent au salon, n'a d'ailleurs cessé de répondre à des questions durant tout l'après-midi.