O Instituto de Altos Estudos de Glion, nesta página, é uma dos mais disputados centros mundiais para a formação de profissionais para a hotelaria de luxo. Já na Les Roches, outra escola suíça do mesmo grupo, há alunos de mais de cem nacionalidades (à direita). O francês Benoit Etienne Domenget é o presidente dessa dupla de ouro de escolas de hotelaria

FORMANDO ESTRELAS

O universo da hotelaria de luxo tem em duas escolas suíças – a Les Roches e o Instituto Glion – o que no mercado se convencionou chamar de "bilhete de primeira classe para uma carreira global": ao terminarem seu curso, 90% dos alunos desses dois centros de formação profissional já têm propostas de emprego consolidadas. Os suíços são mestres da alta hotelaria. GoWhere conversou com Benoît-Etienne Domenget, CEO e presidente da Sommet Education – a empresa que administra essas escolas que são luxo puro. Em visita a São Paulo, ele revelou o que os milionários buscam hoje num estabelecimento cinco estrelas

Por Celso Arnaldo Araujo

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Somando as duas escolas, são oito câmpus em seis países, incluindo a China – com as matrizes, claro, na Suíça. O Glion, em Montreux. A Les Roches, na diminuta vila de Bluche, nos Alpes Suíços – a menos de 15 minutos de um dos destinos de inverno mais badalados da Europa: a estação de Crans-Montana. Cada uma com seu DNA próprio, ambas têm foco no chamado "luxury management". Les Roches é mais global, com alunos de mais de 100 nacionalidades. Glion é mais europeia. As duas formam de gerentes de hotel a CEOs de grandes empresas do ramo. Entre os alumni (ex-alunos) brasileiros dessas escolas, há de empreendedores – que abriram, por exemplo, agências de turismo nesse segmento e charmosos restaurantes – a gerentes gerais de hotéis estrelados, como o Marriot do Rio e o Unique, em São Paulo. Três supervisores e gerentes do recém-inaugurado Palácio Tangará, o primeiro "seis estrelas" de São Paulo, são egressos de Les Roches/Glion. "A empregabilidade de nossos alunos é muito alta. Pelo menos cem empresas recrutam os formandos todos os anos", resume Benoit. Homens de gravata, mulheres de tailleur, o dress code das escolas já antecipa o padrão no universo da "luxury management". São três anos e meio intensivos – com estágios em todos os setores de um grande hotel, incluindo a cozinha. Não saem com diploma de gastronomia, mas com familiaridade nesse que é um dos departamentos mais decisivos de um hotel. Durante dois semestres, viajam para outro campus internacional – como Xangai, na China, Chicago, nos Estados Unidos, Marbella, na Espanha. Não sai barato – mas vale o investimento. Um curso em Les Roches/Glion é credencial para toda a carreira. Benoit está nessa área desde a tenra juventude.

No Les Roches, no pequeno vilarejo de Bluche, Alpes suíços, os alunos fazem uma imersão em todos os setores da hotelaria – incluindo a cozinha. Durante sete semestres, sempre com o dress code da função de gerenciamento – nos seminários, terno completo para os homens, tailleur para as mulheres – aprendem a lidar com todas as situações desse complexo universo do turismo de alto luxo

O que mudou na hotelaria de luxo? “O produto – isto é, o tamanho do quarto, a qualidade da cama ou da piscina – não é hoje tão importante. Construir um hotel maravilhoso é complicado e caríssimo. Mas é mais do que isso. As tendências de luxo são a gentileza e a disponibilidade permanente do staff. Novas experiências de luxo, não convencionais, também são hoje valorizadas, adaptadas a cada cliente – até um campo de sobrevivência pode ser uma experiência de luxo”. E como lidar com milionários? “São pessoas que têm jatos privativos e luxos que tornam sua vida mais fácil. Mas, no fundo, o que eles procuram num restaurante ou num hotel é reconectar-se com alguém ou com a natureza local. Uma relação mais próxima com o chef de cozinha do restaurante estrelado, por exemplo. Ou, num hotel, saber que haverá algo só para ele. Preferem um suco de laranjas plantadas no jardim do hotel a frutas vindas de 500 quilômetros de distância. Nossos alunos, depois de formados, conseguem fazer contato direto com esses clientes– olho no olho. Para saber o que gostam ou não”.

Não é uma atividade fácil

“São 360 dias por ano, problemas o tempo todo, mais razões para fracassar do que para ser bem-sucedido. É preciso criar uma *casca grossa* para absorver todos os problemas – ao mesmo tempo em que se cultiva uma película de refinamento – além da autoridade para comandar às vezes 300 pessoas. Não há muitos negócios com essa intensidade”. Ele cita uma experiência pessoal de “hotelaria de luxo” num hotel italiano pouco estrelado. Foi na Toscana. “Fora a eletricidade, tudo o mais ali tinha 250 anos. E na mata em torno do hotel, havia pássaros grandes, incluindo falcões. Eu estava com meus filhos e fizemos perguntas ao dono sobre isso. No dia seguinte, ele aparece com luvas e nos guiou numa pequena excursão ao local, para vermos as aves mais de perto”. Segundo Benoit, isso é luxo – que não se aprende na escola.