

# La formation hôtelière se diversifie

**Montreux** L'institut Hotel Institute Montreux (HIM) a inauguré un nouveau bâtiment de 61 lits pour ses étudiants. Un investissement qui s'élève à 16 mios de francs. Parallèlement, leur formation s'ouvre désormais au marketing, à la finance et aux ressources humaines.



La réception principale de l'institut a été complètement remise à neuf avec une décoration et un mobilier réalisés à partir de fuselages d'avions recyclés. DR

La formation en hôtellerie, et plus particulièrement en Suisse, rencontre toujours autant de succès. À Montreux, le Hotel Institute Montreux, qui est membre du Swiss Education Group (SEG) depuis 2002, rassemble 70 nationalités dans ses cours avec un taux d'étudiants étrangers avoisinant les 95%. «C'est une chance d'avoir toutes ces nationalités qui se côtoient. Ils apprennent très vite à échanger avec des cultures et des

mentalités différentes, ce qu'ils vont devoir faire durant toute leur carrière», reconnaît le chef brand officer de SEG, Benoît Samson.

## Croissance constante

Mais cette notoriété a un coût. Présent sur le territoire communal de Montreux depuis 1985, HIM ne cesse de grandir. De 230 étudiants en 2004, l'école est passée à 450 étudiants aujourd'hui. Depuis 2002, HIM a lancé un programme

de modernisation de ses infrastructures pour pouvoir répondre à la demande. L'hôtel Europe et Miramonte ont été rénovés en 2002.

## «Aujourd'hui, c'est l'industrie qui donne du travail à nos étudiants.»

Benoît Samson,  
chef brand officer de SEG

En 2003, c'était le tour de l'hôtel Jura, puis la résidence Rosemont en 2007. Aujourd'hui, un nouveau bâtiment a vu le jour proposant 61 lits supplémentaires pour un coût s'élevant à 16 mios de francs. La réception principale de l'institut a également été complètement remise à neuf. La décoration ainsi que le mobilier ont été réalisés à partir de fuselages d'avions recyclés.

## Marketing, finance

### et ressources humaines

Afin de répondre au marché actuel, l'institut a également pris les devants en proposant des spécialisations durant la deuxième année

du cursus de formation. Il a ainsi approché le Montreux Jazz Festival pour une spécialisation axée sur le marketing. «Le marketing événementiel fait rêver. C'est important de sensibiliser les étudiants aux différents métiers existants dans ce domaine, d'où l'intérêt de l'intégrer dans la formation hôtelière», souligne Mathieu Jaton, directeur du Montreux Jazz Festival. Une même démarche a été lancée avec la Banque Edmond de Rothschild ainsi qu'avec le groupe d'hôtels Amathus pour les domaines concernant la finance et les ressources humaines. «Notre relation avec l'industrie est de plus en plus importante de nos jours. C'est elle qui donnera du travail à nos étudiants, mais pour cela il faut favoriser un travail sur le terrain pour que nos étudiants soient confrontés à la réalité du marché du travail. Les stages exigés durant leur cursus de formation est une plus-value pour le futur», reconnaît Benoît Samson.

Sandra Giampetruzzi