

ARTICLE VISION - AUTOMNE 94

* * *
*

Des ambitions et des défis pour 1995

Comme chaque année, à l'automne l'IMHI reprend son aspect de ruche bourdonnante avec l'arrivée de la nouvelle promotion.

C'est aussi le moment de vous informer sur les perspectives de cette nouvelle année universitaire pour notre école.

L'année 1995 va notamment voir la poursuite de la mise en place de notre plan de développement arrêté l'année dernière en collaboration avec nos "Maisons-mères". Ceci se traduit notamment par :

1- L'augmentation de la promotion entrante de 45 à 55 étudiants, en avance même sur notre "tableau de marche", vers le nombre de 60, objectif final de notre plan. Ceci est particulièrement réjouissant dans le contexte de difficultés de recrutement que connaissent de très nombreuses formations.

D'autant qu'il a été obtenu, sans baisser la sélectivité, bien au contraire, puisque la mise en place de notre campagne de promotion s'est traduite par une augmentation de 30% du nombre de candidatures.

Toute éventuelle inquiétude, légitime, des anciens élèves sur une possible baisse de qualité liée à l'augmentation des promotions n'est donc pas fondée. C'est même l'inverse que nous visons.

2 - Pour ce faire, nous allons encore accentuer notre effort de communication notamment vers l'international. Le nouveau matériel promotionnel (plaquette, brochure, logo, affiches) a été fort bien accueilli, et la campagne de cette année a permis d'augmenter de 35% les demandes d'information, parallèlement aux candidatures.

Diverses actions d'annonces-presse et de forums sont programmées en 95. Nous organiserons cette année à l'IMHI la réunion annuelle conjointe de 2 associations d'éducateurs hôteliers :

- l'IAHMS (International Association of Hotel Management Schools) sur le thème des jeux de simulation de gestion dans la formation hôtelière. (24 et 25 novembre 94)

- l'EUROCHRIE sur le thème "Legends in Restaurant Entrepreneurship" qui nous permettra d'accueillir des entrepreneurs qui ont marqué le secteur : R. Aoki (Benihana of Tokyo), P. Bellon (Sodexo), Ü Praeger (Movenpick), les 25 et 26 novembre.

Sans parler bien entendu de la VIII^e conférence internationale organisée par le BDE lors d'Equip'Hôtel (18 novembre, cf. plus loin).

L'appui des anciens élèves pour la diffusion de notre information dans leur sphère d'activité est le bienvenu - n'hésitez pas à nous contacter pour obtenir des copies supplémentaires de la nouvelle brochure - qui fait une part de choix aux "anciens".

3 - Parallèlement, et afin de faciliter le placement des diplômés, nouveaux et anciens, nous renforçons également les relations avec les entreprises, sous la houlette de Sandra Richez ('91) :

- C'est tout d'abord la poursuite et le développement de l'apprentissage. Le bilan de la 1ère année s'est avéré positif et nous a largement payé des efforts entrepris pour mettre en place ce qui est une innovation majeure et déterminante dans notre pédagogie. Cette expérience est un véritable laboratoire qu'observent attentivement nombre d'acteurs de notre secteur. Après une première année d'expérimentation, pour laquelle il convient de remercier les entreprises qui ont accepté de se lancer dans l'expérience avec nous (Accor, Sofitel, Sodexo, Novotel, Ibis, Eurodisney, McDonald's, Sonacotra).

Nous l'étendons cette année à de nouvelles entreprises, en affinant encore nos modes de fonctionnement. Là également, certains anciens ont pris une part active dans cette opération, et ceux d'entre vous qui seraient intéressés d'engager et de piloter un étudiant-apprenti IMHI dans leur entreprise peuvent nous contacter pour en parler.

- C'est également le développement du service de placement, et notamment du bulletin Career Network Newsletter, avec un objectif d'internationalisation accrue des offres d'emploi proposées (faites remonter jusqu'à nous vos offres de postes, nous en assurons la diffusion auprès de nos réseaux d'anciens).

- C'est enfin le développement de notre politique de partenariat privilégié avec des entreprises leaders : sont prévus en 95, la mise en place de la convention de partenariat avec Novotel/Accor, et la signature d'un partenariat avec une grande entreprise internationale (plusieurs voies sont actuellement explorées en ce sens).

4 - Enfin, "last but not least", le développement de la qualité du programme et de sa pédagogie, (avec l'aide de notre nouveau Conseil Académique -"Academic Advisory Board"- associant des professeurs de Cornell et des professeurs de l'ESSEC à notre action), avec notamment :

- La mise en place progressive d'un corps professoral permanent : lancement de la recherche de deux postes de professeurs à haut profil (marketing et comptabilité/contrôle de gestion). Ceci sans tourner le dos au système de professeurs visitants qui fait aussi la richesse et l'originalité de l'IMHI, mais en le renforçant au contraire, avec des professeurs en plus long séjour parmi nous (6 mois à 1 an).

- Le développement significatif de nos ressources documentaires : doublement des abonnements de périodiques internationaux spécialisés en 2 ans (de 25 à plus de 50), accès direct à la base de données hôtelière de Cornell, acquisition de plusieurs centaines d'ouvrages, souscription à l'Observatoire National du Tourisme.

- Les nouveaux chantiers du comité de qualité "Journey to Excellence" (associant administration, professeurs, étudiants) qui seront orientés cette année vers l'intégration des étudiants internationaux.

- La création à l'IMHI sous la conduite de S. Hall de l'"International Center for Excellence" qui permettra de constituer le pôle européen de recherche en matière de qualité et d'éthique dans nos métiers.

Voici donc les projets et actions prévues pour cette année, de beaux challenges en vérité pour notre équipe avec, en filigrane la volonté de renforcer deux atouts maitres de l'IMHI : l'internationalisation et la professionnalisation.

Ceci sans tomber dans un optimisme béat ou dans une autosatisfaction déplacée et toujours dangereuse, mais conscients de nos ambitions et de nos atouts, dans un contexte de concurrence exacerbée encore par la conjoncture actuelle : celle-ci a de bon qu'elle permet de faire le tri dans l'offre surabondante de formations supérieures qui ont explosé ces dernières années.

Il est réjouissant ainsi de parler de développement, à l'heure où d'autres luttent pour leur survie.

Les anciens élèves, et particulièrement leur association, sauront sans nul doute se mettre au diapason et aider notre institution dans ses ambitions qui sont aussi à leur service.

Gérard Guibilato