



Troisième Débat national de l'Institut Français du Tourisme

Professionnalisation des formations dans le tourisme : quelles avancées ?

Le mardi 8 novembre 2011
de 14h à 18h
à l'Assemblée nationale

Avec le parrainage de **Luc Chatel**,
Ministre de l'Education nationale, de la jeunesse et de la vie associative

Débat animé par **Pierre AMALOU**, Directeur de la revue Stratégos

Sommaire

PROGRAMME DU DEBAT	3
PROFESSIONNALISATION DES FORMATIONS DANS LE TOURISME : QUELLES AVANCEES ?	5
PRESENTATION DES TABLES RONDES.....	6
COMPTE-RENDU DU DEBAT DU 17 NOVEMBRE 2009.....	7
PRESENTATION DU GUIDE « REUSSIR DANS LE TOURISME »	20
ANNEXES.....	21
- Contacts	
- Brochure de présentation de l'Institut Français du Tourisme	
- Bulletin d'adhésion	

Programme du débat

- **14h00 : Accueil par M. Daniel Fasquelle**, Député-maire du Touquet et Président du Club France Terre de Tourisme
- **Introduction de M. Paul Dubrule**, co-Président de l'IFT
- **Communication de M. Jean-Hervé Lorenzi**, Président du Conseil scientifique et professionnel de l'IFT, professeur à l'Université Paris-Dauphine et Président du Cercle des économistes : ***les grandes perspectives et l'évolution de l'emploi dans le secteur du tourisme***
- **14h30 : Première table ronde : *La professionnalisation des formations supérieures – l'adaptation des licences professionnelles***
 - **Introduction par M. Michel Bécot**, Sénateur des Deux-Sèvres, Président du groupe d'études du tourisme et des loisirs du Sénat
 - **Rapport de M. Alain Henriet**, Inspecteur général de l'Education nationale chargé du tourisme
 - **M. Lionel Walker**, Président de Seine-et-Marne Tourisme, Vice-Président du Conseil général de Seine-et-Marne chargé du Tourisme, Secrétaire général de la RN2D
 - **M. Jean-Pierre Poulain**, Directeur du Cétia, centre d'étude du tourisme, de l'hôtellerie et des industries de l'alimentation de l'Université de Toulouse Le Mirail
 - **Mme Valérie Boned**, Secrétaire générale déléguée du SNAV, l'Organisation nationale des professionnels du voyage
- *Débat*
 - **Conclusion de la 1^{ère} table ronde par M. Jean-Luc Michaud**, Président délégué de l'IFT
- **15h45 : Pause**
- **16h00 : Deuxième table ronde : *La formation et l'insertion des jeunes dans les métiers du tourisme***
 - **Introduction par M. Pascal Terrasse**, Député et Président du Conseil général de l'Ardèche et Vice-Président du Club France Terre de Tourisme
 - **M. Jean-Marc Huart**, Inspecteur général de l'Education nationale, sous-Directeur des lycées et de la formation tout au long de la vie
 - **M. André Marcon**, Président de l'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie
 - **M. Gérard Navarro**, Directeur général de l'INFA
 - **M. Georges Panayotis**, Président directeur général de MKG Group
 - **M. Marcel Dandrau**, DRH de Belambra Clubs

➤ *Débat*

- **Conclusion de la 2nde table ronde par Mme Michèle Tabarot**, Députée-Maire du Cannet - Alpes-Maritimes, Présidente de la commission des affaires culturelles et de l'enseignement
- **17h15 : Synthèse des travaux par M. Jean-Jacques Descamps**, co-Président de l'IFT
- **Conclusions par M. Luc Chatel**, Ministre de l'Education nationale, de la jeunesse et de la vie associative
- **Cocktail offert par le Club France Terre de Tourisme au Restaurant Chez Françoise (aérogare des Invalides)**

Professionnalisation des formations dans le tourisme : quelles avancées ?

Ce troisième Débat portera sur les formations et les métiers et permettra de faire état de la mise en œuvre des recommandations issues du Débat tenu à Paris le 17 novembre 2009 « Quelles formations pour les acteurs du tourisme de demain ? » et de proposer de nouvelles initiatives contribuant à la professionnalisation et l'amélioration des formations aux métiers du tourisme à leurs différents niveaux.

Tables rondes, témoignages de grands acteurs publics et privés et débats permettront d'établir le bilan de l'offre de formation en tourisme en France, d'en évaluer les forces et les faiblesses au regard notamment de l'insertion professionnelle et des évolutions de carrière et d'anticiper les attentes des entreprises et des acteurs publics en matière de formation.

Cet événement est organisé par l'Institut Français du Tourisme en partenariat avec le Club France Terre de Tourisme

Présentation des tables rondes

1^{ère} table ronde : La professionnalisation des formations supérieures – l'adaptation des licences professionnelles

Cette table ronde portera sur les formations supérieures et notamment sur les licences professionnelles et la réforme des BTS. Une enquête a été conduite dans le cadre de la section « formation » du Conseil scientifique et professionnel de l'IFT et en accord avec la Direction générale de l'Enseignement supérieur. La commission compétente du CSP, présidé par Alain Henriet, Inspecteur général de l'Education nationale, a procédé à l'analyse des diplômes habilités dans le but d'établir une typologie précise qui permettra de proposer une meilleure lisibilité des licences professionnelles et favoriser une bonne articulation avec la réforme en cours des BTS Tourisme.

2^{nde} table ronde : La formation et l'insertion des jeunes dans les métiers du tourisme

Cette table ronde aborde le thème de la formation et de l'insertion et en particulier de l'alternance à un moment où l'emploi des jeunes constitue une question clé à laquelle les activités du tourisme peuvent apporter des réponses concrètes. Ceci suppose une bonne adéquation entre les contenus des formations, leurs modalités pédagogiques (stages, apprentissages, formation continue...) ainsi que les attentes des employeurs et les débouchés offerts.

Compte-rendu du Débat du 17 novembre 2009

Accueil par le Recteur Christian Forestier, Administrateur général du Cnam.

PREAMBULE

Jean-Jacques Descamps, co-Président de l'IFT :

L'intérêt du débat est de déterminer les besoins en formation des acteurs du tourisme de demain puisque nous avons le sentiment, en France, de ne pas être assez professionnel alors que ce secteur est un marché fructueux.

Le contexte de la mondialisation des loisirs et d'Internet oblige les industries du secteur à devenir excellentes et notamment pour justifier des prix des prestations et services proposés les plus chers sur le marché.

Deux problématiques mises en avant sont le manque de ressources humaines constatées par les employeurs alors que beaucoup sont formés pour travailler dans le tourisme et le phénomène du turnover.

1ère Table ronde : Les formations en tourisme, état des lieux et évaluation

Introduction

Lionel Walker, Vice-Président du Conseil général et Président du Comité départemental du tourisme de Seine-et-Marne :

Cette première table ronde doit mettre en avant le problème structurel et organisationnel des formations qui empêche une offre claire et visible auprès des étudiants et sur le marché de l'emploi.

Alain Henriet, Inspecteur général de l'Education nationale, dresse un état des lieux en 3 points :

- **le périmètre du secteur touristique, ce qui caractérise les métiers**

Il rappelle la définition de l'OMT qui est de prendre en compte les activités et déplacements hors de son lieu de vie habituel pour des raisons diverses et variées.

Ces activités relèvent donc des organisateurs de voyages, de l'hébergement, de la restauration, des loisirs, des centres de congrès et d'affaires et du transport.

Selon le Bureau International du Travail, plus de 200 millions de personnes dans le monde travaillent dans ce secteur.

Ainsi pour qualifier les métiers et identifier les formations, Alain Henriet suggère 5 lignes de force :

Le contact client : la maîtrise des langues étrangères, le sens de l'accueil et un profil commercial

Le rapport au temps : la conjoncture économique, la saisonnalité de l'emploi exige d'être flexible et de pouvoir s'adapter facilement

La technologie : change les relations avec le client notamment Internet

La pression concurrentielle : gagner en productivité

Les contraintes au niveau sécurité, hygiène, énergie, développement durable : par exemple la prise en compte du développement durable dans les métiers du tourisme (Grenelle de l'environnement)

- **la grande diversité des certifications**

En France, de nombreux ministères sont impliqués quant à la délivrance des diplômes du secteur tourisme puisqu'il touche différents thèmes comme le transport, l'animation, l'agriculture, ...

Un constat de ces diplômes existants permet de mettre en avant ceux dépendant de l'hôtellerie/restauration et ceux issus du Tourisme :

	Hôtellerie/restauration	Tourisme
Diplômes	▪ Niveau 4 et 5 en majorité ▪ Beaucoup d'alternance ▪ 10 000 diplômés/ an en BEP	▪ Post-Bac, en majorité : ▪ les BTS VPT et AGTL (4500 candidats/an) ▪ les licences pro (99 selon le CERAC et 60 sont légitimes selon A.Henriet)

- **les mutations en cours sur le cursus des formations pour des raisons exogènes et endogènes**

L'Impact des décisions européennes

Une meilleure mobilité des étudiants dans l'union européenne et 49 autres pays depuis le dispositif de reconnaissance mutuelle des formations (harmonisation des cursus LMD en 2002, crédits ECTS pour favoriser les échanges entre étudiants)

La conférence Lisbonne 2000 et Copenhague 2002

L'harmonisation de la formation professionnelle et de la formation tout au long de la vie a eu deux conséquences :

- La loi de la modernisation sociale qui a introduit la Validation des Acquis de l'Expérience
- L'ECVET (système d'accumulation et de transfert de points de crédits dans l'enseignement et la formation professionnelle)

L'évolution endogène du système au niveau national

Les études professionnalisant dans le supérieur se sont accentuées depuis l'apparition des licences professionnelles en 2003.

La restructuration du Bac professionnel conduit sur 3 ans fait disparaître les BEP.

Noël Le Scouarnec, Chef du Bureau de la Prospective et de l'Evaluation économiques à la DGCIS au Ministère de l'Economie, de l'industrie et de l'emploi :

Présentation du cahier des charges de l'Étude sur l'adéquation entre les besoins des métiers du tourisme et de l'hôtellerie restauration et l'offre française de formations supérieures (enquêtes réalisées auprès des organismes de formation, des employeurs et des étudiants et diplômés).

Valérie Boned, Directeur des Affaires juridiques et de la Formation du SNAV – les Professionnels du Voyage :

Elle qualifie trois métiers du secteur des agences de voyage : la production/la distribution/le réceptif

- **Etat des lieux diplômes et formations (niv 5 à 1)**

Une enquête du CEREC « génération 2004 » montre que le BTS Vente et Production Touristique est celui qui correspond le mieux au métier de conseiller en voyages :

- 70 % des étudiants le préparent en formation initiale
- Ce BTS se délivre beaucoup dans le secteur privé (écoles, organismes), ce qui lui permet de réaliser du sur-mesure avec les entreprises.

Aujourd'hui ce BTS est en rénovation.

L'évolution des métiers nous oblige à mieux orienter nos formations qui au départ se concentraient exclusivement sur le produit sans prendre en compte le client.

- **Les enquêtes du SNAV (www.snav.org)**

- Investissement sur les salariés : les agences connaissent-elles les outils de formation (DIF, FONGECIF...) ?
- Le client d'une agence de voyage : Quelles sont ses attentes, ses envies ?
- L'apprentissage : enquête réalisée avec la Région Ile de France

Ces enquêtes ont permis d'identifier trois Certificats de Qualification Professionnelle (CQP) pour répondre aux entreprises et palier l'inexistence de ces diplômes sur le marché et ainsi former aux métiers de chef de produit, forfaitiste et chef d'agence.

- **Actualité du secteur**

Par la suite, Valérie Boned nous alarme sur les conséquences de la nouvelle loi Tourisme qui ouvrira la production à plus d'opérateurs et qui devra être intégrée dans les formations.

Le taux d'employabilité est assez satisfaisant malgré un turnover important. 75% sont des femmes, et 33% ont moins de 30 ans.

Le turnover est expliqué par les idées reçues du personnel qui pense produire des voyages alors qu'en majorité les agences distribuent ; qui souhaiterait voyager alors que ce métier se fait de plus en plus via Internet.

- **Les attentes vis-à-vis de l'IFT**

L'IFT doit mettre en cohérence cette réflexion sur les formations et métiers de demain entre les acteurs du secteur privé et public.

Jean-Pierre Malet, Vice-Président du Groupement national des chaînes (GNC) et responsables des formations à l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (UMIH)

- **Quelques chiffres d'un paysage contrasté**

190 000 entreprises d'hôtellerie, tourisme et restauration dont 90% sont de Très Petites Entreprises.

700 000 salariés dont 84% travaillent dans les TPE (50% restaurant, 26% hôtellerie restauration, 16% restauration collective, 4% débit boissons)

(les % incluent les contrats saisonniers et CDI qui sont majoritaires dans ce secteur d'activité)

- **Les formations**

Selon Jean-Pierre Malet, les TPE voient la formation comme une taxe et non comme une stratégie de progrès pour conserver ses collaborateurs et les faire évoluer.

Les efforts de l'Organisme Paritaire Collecteur Agréé ont permis de doubler le nombre de formations en 5 ans soit 120 000 collaborateurs en 2008. L'accent est posé sur des formations de niveau 5 qui correspondent aux besoins des entreprises. Toutefois ce niveau ne met pas en valeur l'ascension sociale possible pour le salarié.

15 Certificats de Qualification Professionnelles ont été créés mais cette démarche reste lourde administrativement puisque 2 ans sont nécessaires pour atteindre la validation d'un référentiel de CQP.

Le problème majeur est l'absence de formation des dirigeants de TPE puisque bon nombre d'entre eux n'a aucune connaissance du marché (1/3 des patrons d'entreprises de restauration n'a aucune formation).

- **Les axes forts de l'UMIH**

- Le développement des formations des saisonniers
- La formation des tuteurs (2000 agréés)
- Facilité l'accès à la Validation des Acquis de l'Expérience
- Le programme d'alphabétisation qui est à destination des salariés issus de l'immigration
- Le développement des Droits Individuels à la Formation (12000)

Jean-Pierre Malet nous fait remarquer que 80% des personnes qui ont suivi un CQP restent dans le secteur plus de 2 ans.

- **Les attentes de l'UMIH**

L'UMIH souhaiterait plus d'implication des OPCA et des CCI pour mettre en place des formations à destination des dirigeants ainsi que le développement de l'apprentissage dans les grandes entreprises.

2ème Table ronde : Formations initiales et continues : la parole aux étudiants

Introduction

Annette Masson, Présidente de la Fédération française des techniciens et scientifiques du tourisme (FFTST) :

Elle souligne que cette table ronde ne concerne pas les formations en hôtellerie/restauration et nous délivre quelques chiffres pour introduire cette table ronde :

- Les BTS Ventes et Productions Touristiques et Animation et Gestion Touristiques Locales regroupent 3600 étudiants diplômés/an auxquels s'ajoutent 1000 non diplômés.
- Comme les Universités ne communiquent pas leurs chiffres, on imagine 60 formations en licence et 60 autres en Master, ce qui regrouperait 2000 jeunes.
- Il existe plus de 300 autres formations dans le secteur du tourisme qui sensibilisent 3000 personnes.

- Ainsi 8600 jeunes se forment dans le secteur tourisme dont 40 à 50 % poursuivent au-delà du BTS et notamment celui d'AGTL.
- 7000 jeunes se retrouvent ainsi, chaque année, sur le marché de l'emploi
- En parallèle, le code d'activité 633Z de l'INSEE recense 50 000 emplois directs.

En somme, il faudrait +10% du taux de création d'emploi ou turnover pour insérer ces nouveaux formés.

Les problèmes soulevés d'Annette Masson sont donc :

- Avons-nous besoin de 7000 formés chaque année ? et comment les insérer ?
- Quels salaires (sachant que dans le secteur du tourisme un BAC + 3 est souvent payé au SMIC) ? Quelles évolutions de carrières alors qu'il y a plus de métiers à niveau « employé » que « cadre » ?
- Quelles formations pour quels métiers ?

Anaïs CARBONNEL, BTS AGTL en alternance, Faculté des Métiers, Cannes
Amadou ROUILLON, BTS AGTL en alternance, Lycée Lesdiguières, Grenoble

Ils travaillent tous les deux en Office de Tourisme, l'une à la suite de son stage, l'autre, après trois mois de recherche.

Le salaire de leur poste est équivalent au SMIC et peu d'évolution est possible (mis à part le concours de la fonction publique).

Ils s'accordent à dire que travailler dans ce secteur était une vocation.

Quelques suggestions concernant la réforme du BTS AGTL :

- Le diplôme est mal connu et des compétences acquises dans cette formation ne sont pas exploitées au sein de leur métier (animation et gestion)
- Les tronc communs entre le BTS AGTL et VPT n'ont pas lieu d'être car ce sont deux formations distinctes.
- Un niveau de langue inadapté à la demande des entreprises (il faudrait savoir maîtriser du vocabulaire concernant la promotion ou la vente d'un produit/destination).
- Acquérir des techniques de vente et pas seulement de conception ou de promotion

Natacha RAMBAUD (Licence professionnelle Tourisme d'Affaires, INFA, Nogent sur Marne)

Elle a eu un parcours en apprentissage depuis la préparation du BTS VPT.

Aujourd'hui elle occupe un poste de chargée de projets qui demande un savoir-faire dans l'encadrement et la logistique.

Son salaire se situe dans une fourchette de 1500 à 2000 euros bruts mensuels.

Un plan de carrière est envisagé, d'abord en tant que chef de projet pour manager et avoir de l'autonomie dans la gestion des dossiers et par la suite devenir directrice de clientèle.

Suggestion concernant sa formation :

- Soutenir l'encadrement des apprentis pour qu'il y ait une cohérence entre les apports théoriques de la formation et les apports techniques acquis en entreprise.

Charlotte BLONDEAU (Master développement durable, Association Envi2tourisme)

Sa validation d'acquis professionnels au sein d'une communauté de communes lui a permis d'entrer dans ce Master en formation continue (6 mois de stage).

Aujourd'hui elle est chargée de projet mais dans le milieu équestre qu'elle a intégré grâce à son parcours et son stage.

Suggestion concernant sa formation :

- Charlotte Blondeau pense qu'un problème se trouve au niveau de l'insertion professionnelle dû à un manque de volonté de la part des Universités de développer un réseau professionnel

Question de Pierre Amalou : Les autres étudiants travaillent-ils toujours dans le secteur du tourisme ?

Pour les deux classes de BTS, aucun étudiant ne travaille aujourd'hui dans ce milieu.

Pour les étudiants en licence, la plupart sont restés dans leur entreprise, d'autres sont dans des entreprises concurrentes, ont choisi une expérience à l'étranger pour améliorer le niveau des langues ou ont continué en Master.

Pour les étudiants en Master, il a été difficile de garder contact car chacun venait d'horizon différent. Toutefois à la sortie du Master, beaucoup travaillaient encore dans ce milieu.

Témoignages : Quelques exemples de grands acteurs internationaux

Introduction

Francis Godard, Président de l'Université Paris Est Marne-la-Vallée :

Des témoignages qui permettent d'éclaircir les différentes interrogations concernant :

- Un référentiel commun ou des compétences attendues
- Le positionnement du tourisme dans les politiques publiques (par exemple il concerne le Ministère de la Jeunesse et des sports en Lettonie, celui de l'Economie en France)
- Le rapport des étudiants aux langues étrangères
- Les partenariats des Universités avec les entreprises ou organismes privés
- Les outils pratiqués pour la formation tourisme (ERASMUS existe en Europe mais les étudiants privilégient les stages, la VAE pourrait être associée à d'autres pays)

Maria Abellanet, Directrice générale du groupe CETT- Espagne

- **Données chiffrées**

En 2008, l'Espagne a accueilli autant de touristes qu'en France (92 millions) dont 14 millions sont venus en Catalogne.

Un nombre important de la population est employé dans le secteur (10% Catalogne, idem part économie)

En Catalogne, 14 Universités d'études supérieures sont spécialisées dans les formations en tourisme dont 80% de ces Universités font partie du secteur privé.

- **Présentation du groupe CETT Espagne**

Le centre CETT de Catalogne, Ecole universitaire d'hôtellerie et de tourisme et Centre international de formation, est le plus grand du pays.

Toutefois Maria Abellanet nous fait part d'une baisse de la demande de 33% ces dernières années car les étudiants préfèrent désormais intégrer le centre CETT de Barcelone.

En 1996, le Ministère du tourisme décide de mettre en place des études touristiques en Université.

Par la suite, des accords entre instituts et associations patronales de Catalogne ont été conclus pour décentraliser l'enseignement et développer les cycles de formations en partenariat.

Malgré cette initiative, un taux élevé d'abandons a été remarqué au sein du centre lors du 2ème cycle de formation, sans doute dû au rythme intense de l'apprentissage.

Aujourd'hui, le centre CETT est rattaché à l'Université de Barcelone. C'est un centre privé qui est financé majoritairement par une fondation privée (bourses annuelles de 100 000 €). Depuis 40 ans le Centre a diplômé 11 500 étudiants et 900 entreprises sont partenaires du réseau.

Le centre CETT présente 3 activités :

- La formation
- La recherche applicable au tourisme
- Les études et l'assistance technique pour apporter des solutions au secteur touristique

C'est également le 1er centre en Espagne dans lequel la formation professionnelle coexiste avec la formation universitaire et 10 ans d'échanges avec des pays étrangers lui donnent sa vocation internationale.

A partir de 2010, le diplômé en tourisme de ce centre proposera un BAC +4 puis une possibilité d'intégrer un Master professionnel. Les équivalences ne sont pas les mêmes que le système LMD.

- **Perspective du groupe CETT Espagne**

Les priorités du centre sont tous les sujets concernant le tourisme, la culture, le territoire, les entreprises hôtelières, la cuisine et gastronomie.

Le partenariat avec les entreprises doit permettre au centre de :

- Participer aux congrès
- Stimuler les réseaux du Tourisme
- Etendre l'internationalisation
- Participer à des publications

Maria Abellanet partage deux de ses attentes avec l'IFT :

- La première est l'échange de compétence française en matière d'animation et loisirs qui n'a pas autant de succès en Espagne.
- La seconde est l'équivalence des diplômés avec les autres pays.

Alexandre Fedouline, Président de l'Université d'Etat russe du tourisme et des services et Président de l'Association des Universités russes en tourisme

- **Université d'Etat Russe de services et du tourisme**

Sa création date de 1952 et en 2006, le Gouvernement russe a confié la préparation des cadres en formation tourisme aux universités. Ceci a permis des contacts directs forts avec les autres universités, les CCI et les sociétés privées russes.

En 2002, un premier standard de formation du tourisme est adopté. Il a pu se créer avec l'aide des sociétés privées.

En 2005, l'Université rénove ses formations en suivant les standards des formations françaises et avec l'appui des Ministères français de l'Economie et de l'Education nationale.

Aujourd'hui cinq facultés sont présentes dans l'Université : économie, services, tourisme et accueil, droit et communication sociale, technologies et design et quinze filiales sont représentées sur le territoire et les centres de la fédération russe dont une en Arménie.

Les niveaux préparés par ces formations sont les suivantes : BTS tourisme, Bac +2/3, bachelor (+4), expert (+5), et doctorat.

- **Formations en tourisme dans la fédération russe**

Il existe de nombreux programmes de formation continue en tourisme qui regroupent 40 000 étudiants dont 2000 sont étrangers, 25000 sont en alternance, 1500 suivent des cours à distance et plus de 2700 professeurs.

La fédération de toutes les Universités russes a permis la création des standards.

Elle regroupe 400 Universités ou Grandes écoles en tourisme. Par exemple, 16 laboratoires de recherche dans l'Université d'Etat Russe de services et du tourisme ou encore 4 journaux, qui sont acceptés par le Gouvernement russe et 5 conseils scientifiques dans les domaines de l'économie, de la sociologie, de la philosophie, de l'histoire et des sciences techniques.

Quelques projets de recherche :

- L'analyse des expériences mondiales en tourisme, du développement du tourisme de loisirs et de la promotion des produits russes. Ces sujets de recherches se font en partenariat avec des pays étrangers (Etats unis, Autriche, sociétés de recrutement à l'étranger, programmes internationaux comme la DATT, les pays de l'Est...).
- En 2006, la collaboration active de la France a permis de développer le tourisme en Russie. Les actions définies avec l'Ambassade de France sont notamment la création de standards de formation et son aide pour la promotion des programmes russes.

- **Question générale**

Alexandre Fedouline nous informe qu'Internet est un media très développé en Russie pour le tourisme, et pour les formations à distance (e-learning).

- **Attentes de l'Université vis-à-vis de l'IFT**

Alexandre Fedouline souhaiterait organiser des programmes de formation continue pour les professeurs en Russie et pour les étudiants un double diplôme.

Il voudrait également des échanges professionnels pour aider la Russie à se développer et surtout, trouver des destinations efficaces pour son pays.

Aigars Andersons, Vice-Président de l'Université des sciences appliquées de Lettonie

- **Présentation de l'Université et son département tourisme**

L'Université détient un département de tourisme important. Elle a été créée en 1996, est devenue publique en 2001 et réunit 7 régions.

Le département accueille 1400 étudiants et 150 membres du personnel. Les programmes vont du «bachelor» au master.

L'enseignement apporté est à la fois académique et professionnel (stages en entreprise qui peuvent se réaliser à l'étranger).

- **Vocation internationale**

La coopération internationale est très active grâce aux différents programmes comme Erasmus, Leonardo, ATLAS, EPRERA, EAIE et la participation aux conférences internationales. L'Université travaille sur 50 projets issus de fonds européens, de l'ONU, des Etats-Unis et de la Norvège. Ce travail se traduit par une coopération avec les Universités de 18 pays et 6% des étudiants de l'Université des sciences appliquées de Lettonie sont étrangers.

Quelques projets :

- La création en 2003 de la 1ère librairie intégrée des pays baltes qui recense tous les livres professionnels et académiques
- Depuis 1999 sont dispensés des cours d'été dans différents pays étrangers
- La participation aux conférences internationales (20 et 21 août 2010 développement durable, protection de la nature ; 2011 conférence annuelle ATALS qui pour la première fois sera organisée dans les pays de l'Est)

Le challenge de cette université est d'enseigner à tous les étudiants des programmes multi disciplinaires avec une approche scientifique, commerciale et des relations publiques.

- **Questions générales**

La part du tourisme dans le budget national de la Lettonie est minime. Les fonds sont principalement européens et privés.

Aigars Andersons est convaincu que l'emploi en Lettonie, dans le secteur du tourisme, est garanti aux étudiants.

Deux types d'Universités existent dans le pays, l'un académique et l'autre avec la double compétence sur demande des étudiants.

- **Attente de l'Université sur sa coopération avec l'IFT**

Favoriser les échanges d'étudiants et le transfert des savoir-faire avec les professeurs.

3ème Table ronde : Quels métiers et quelles compétences pour demain ?

Introduction

Bernard Boisson, Directeur général Leclerc Voyages

Il dessine le portrait des agences de voyages françaises.

La crise accentue ce qui arrive et plutôt qu'une évolution, on assiste à une révolution des métiers du tourisme.

- En premier lieu, un changement en ce qui concerne le client. Il sera désormais au centre des débats
- Il existe des intervenants spécialisés internet où chacun peut créer son propre package dit « packaging dynamique ».
- Les distributeurs qui se regroupent et les Tours opérateurs vendent maintenant en direct comme les compagnies aériennes ou la SNCF.
- Les promotions qui n'existaient pas il y a 15 ans sont courantes aujourd'hui et les ventes de dernières minutes et « early bird » se multiplient.
- Les Tours opérateurs étrangers dont Thomas Cook interviennent sur le marché français, ce qui crée des bouleversements. Les stocks ne vont plus être aussi accessibles et Internet va changer la donne.

René Thibault, Directeur Commercial de Marmara

Il s'intéresse aussi bien à l'électronique qu'aux personnes qui jouent le rôle de clients mystères pour tester les agences de voyage.

Jean Korcia, Président de Manor

« Le modèle de demain n'est écrit nulle part »

Bénédicte Mainbourg, Directrice de la formation aux métiers du tourisme et du Centre de ressources à Atout France :

- **Contexte d'Atout France**

Depuis cette année, Atout France est l'agence nationale de développement économique pour la France depuis 2009.

Il regroupe les compétences de Maison de la France et ODIT France soit l'observation, la veille, l'ingénierie, le marketing et la promotion.

- **Formations en tourisme**

Bénédicte Mainbourg souligne le fait qu'en France, nous commençons à être bons en ingénierie touristique et formule une réponse à la question posée ce matin par Jean-Jacques Descamps à savoir si nous possédons les ressources humaines adéquates.

De son point de vue, un porteur de projet en tourisme n'a pas forcément la formation adéquate, il a besoin d'outils en matière de formation professionnelle et d'ingénierie touristique.

Au chevet de la demande internationale, une veille se concentre sur la demande étrangère et la formation est au cœur d'Atout France depuis la demande d'Hervé Novelli.

- **Attente d'Atout France sur sa coopération avec l'IFT**

Une convention est en cours pour pouvoir profiter de ce réseau et avancer sur des actions concrètes en matière de formation.

D'autres accords sont envisagés avec l'International (Chine, Maroc, Algérie...) sur des missions d'ingénierie touristique.

Laurence Caron, Directrice de l'Académie Accor :

Elle nous informe que son témoignage est centré sur l'hôtellerie et la restauration.

Dans ce milieu professionnel, les collaborateurs sont essentiellement issus de CAP et BEP (en 2009 : 24 000 diplômés en CAP/BEP contre 2500 BTS) et immédiatement opérationnels.

La nature des formations va évoluer, le profil des personnes travaillant dans ce secteur aussi puisque au-delà de la formation, il faut avoir le goût pour les autres, savoir faire plaisir, et être généreux.

S'agissant du client, il est parfois trop éloigné.

De plus en plus volatile avec une concurrence très forte, des exigences en hausse, une demande de relation individualisée avec des collaborateurs qui ne sont parfois que de passage («jobs» étudiants, seniors) ; le client devrait être au centre de la profession.

S'agissant des cours de management, ils tiennent un impact conséquent car les managers de demain seront de plus en plus des formateurs.

S'agissant du turnover, Laurence Caron pense qu'il faut le considérer comme un phénomène normal et de ce fait renforcer l'encadrement pour répondre aux exigences des clients comme certaines entreprises le maîtrisent déjà.

S'agissant des formations, il faut considérer l'arrivée forte d'Internet, l'aménagement du territoire dans un cadre de développement durable, les spécialisations (client, marché, construction). Avant le patron faisant tout mais désormais la profession est en mouvement et se spécialise.

Par exemple, dans l'hôtellerie des experts en économie d'énergie optimisent la construction, d'autres se préoccupent du marketing, il y a de la place pour tous. Il faut ainsi continuer à dispenser des formations dédiées pour le client en direct, et pour des fonctions supports. Ce maillage est nouveau et jouable.

Laurence Caron termine son témoignage avec une illustration de l'évolution du management :
« Le directeur d'hôtel était pilote de formule 1 mais aujourd'hui il a des oreillettes, on lui donne des consignes. Il pilote toujours son unité mais sera de plus en plus assisté. Il y a de la place pour tous, pas de pouvoir pour l'un au détriment de l'autre. »

Michel Tschann, Président du Syndicat des hôteliers de Nice Côte d'Azur :

Il repose son discours sur deux points clés, l'internationalisation et la formation.

- **Internationalisation**

De part son histoire et ses origines (russes, anglaises, italiennes, ...) la Côte d'Azur est devenue tardivement française et est influencée par cela.

Michel Tschann nous avoue qu'« Entre un idiot qui parle anglais et un intelligent qui ne le parle pas, je recrute l'idiot » car la maîtrise d'une langue est de première nécessité dans la région ; viennent ensuite la disponibilité, la gentillesse qui sont toutefois difficile à apprendre.

- **Formation de haut niveau (autres niveaux ok)**

Michel Tschann pense qu'il y a un réel travail à faire au niveau de la direction d'hôtel car la plupart viennent d'Universités étrangères (Cornell, Lausanne...). En France, beaucoup de choses sont proposées mais il manque de coordination et de reconnaissance internationale. L'Université a un vrai rôle à jouer. Il faut des généralistes pour mieux s'occuper des clients, acquérir des techniques, maîtriser Internet et la notion de développement durable.

Ainsi il faut regrouper les formations de haut niveau pour une meilleure cohérence.

Michel Tschann conclut son témoignage sur les hôtels indépendants français qui sont majoritaires sur le territoire.

10 ans auparavant, il y avait peu de moyens pour ces hôtels d'avoir un accès direct au marché. La venue d'Internet a modifié la donne car on peut maintenant avoir son propre tableau de réservation et être sur des systèmes de soldeurs (coût élevé, mais peut être moins que la redevance à une grande marque). Les hôtels ne sont plus obligés de faire partie d'un grand groupe mais le challenge dans les années à suivre sera de trouver une cohérence tarifaire.

- **Attente vis-à-vis de l'IFT**

Son rôle serait de promouvoir les formations universitaires pour qu'elles soient reconnues à l'étranger.

Jean-Jacques Lottermoser, Directeur commercial et marketing du Palais des Festivals et des Congrès de Cannes :

Jean-Jacques Lottermoser qui est aussi un ancien hôtelier, nous fait partager son expérience tant sur le plan de l'hôtellerie que des salons.

- **Secteur de l'hôtellerie**

Depuis 10 ans, Jean-Jacques Lottermoser a remarqué une évolution dans le comportement des consommateurs due à l'arrivée d'Internet, de la mobilité et du rapport de force qui change (les agences le perdent) ; le client recherche une expérience, il a besoin d'un lien relationnel.

En face le professionnel n'a pas le droit à l'erreur et de moins en moins car il sera sanctionné immédiatement sur les réseaux sociaux (Forum Internet).

En réponse aux diverses interventions, Jean-Jacques Lottermoser précise que nous n'avons pas besoin que de managers et de très bons techniciens à tous niveaux mais il faut s'assurer aussi que tous les contacts clients soient maîtrisés. Nous devons aller vers la qualité et émerger de nouvelles destinations pour être meilleurs que les autres dans l'accueil, le service, la gentillesse.

L'enjeu serait de donner une autre image de la profession car il y a un problème de valorisation des métiers de l'hôtellerie. Il faut faire rêver le client et valoriser ses métiers (cf. la communication faite autour de l'armée de terre qui donne envie de s'engager).

Il observe un problème de considération professionnelle mais aussi de reconnaissance des formations puisque par exemple un diplômé BTS sera réceptionniste alors qu'il a des notions de management, de gestion...

L'entreprise choisit de se donner les moyens ou pas ; mais souvent elle n'investit pas même si les marges sur l'hébergement sont confortables à l'heure actuelle car on sait que le personnel ne reste que deux ou trois ans. On ne cherche pas à fidéliser en formant et l'hôtellerie en souffre.

En effet, selon une enquête de satisfaction de la SOFRES, 52% des clients ne reviennent pas à cause d'un sentiment d'indifférence à son égard contre 14% des clients qui ne reviennent pas pour une prestation concurrente de meilleure qualité ou moins chère.

▪ **Secteur du tourisme d'affaire (congrès, salons, foires)**

Les formations sont sensiblement trop centrées sur l'organisation interne d'une entreprise et pas assez autour du client alors que lui ne vit que sur un événement.

Quelques formations généralistes existent mais peu de formations spécifiques en marketing, mises à part le marketing territorial.

On ne va pas au-delà, on ne va pas chercher le client chez lui, on ne connaît pas les motivations du client. Par exemple dans le secteur du golf, la France est en retard par rapport à l'Espagne alors que notre offre est supérieure. Selon Jean-Jacques Lottermoser, il faut voir le client comme un résultat, une action commune, un ambassadeur et inclure dans les formations :

- La vente
- La mercatique
- La communication externe (vers l'ensemble des partenaires, créer une synergie comme Cannes et sa charte avec les hôteliers de la ville)

Geoffroy Fourgeaud, Directeur des ressources humaines voyages-sncf.com

Voyages-sncf.com est une filiale de la Sncf. C'est un distributeur qui réalise 25 à 30% des ventes des billets de train et produits de la Sncf.

2 métiers clés dans la filiale:

- Le marketing client: trafic manager, community manager (anime des communautés d'acheteurs, il n'existe pas de formation)
- L'informatique : web master, web designer, référencement...

et des équipes supports avec des métiers plus classiques comme en ressources humaines.

Les compétences spécifiques liées à l'activité du net sont la rapidité d'action et d'adaptation, la résistance au stress, la disponibilité (nombreuses astreintes), la capacité d'innovation et de gestion de la croissance (jeunes avec des responsabilités d'équipes), l'autonomie (gestion de budget très important), la connaissance du monde internet et l'appétence pour l'informatique.

Conclusions

Jean-Luc Michaud, Président délégué de l'IFT

Il remercie toutes les personnes qui ont participé à cette journée et dresse les conclusions de celle-ci.

Jean-Luc Michaud rappelle que cette journée avait pour but d'être intéressante grâce aux différents échanges qu'ont menés les intervenants et les auditeurs et c'est également une des missions de l'Institut Français du Tourisme, d'aider à mettre à la disposition de chacun des réflexions, des échanges, des expériences pour améliorer la performance collective et avancer utilement.

A la suite de ce débat, il a été remarqué que la crise économique et ses mutations technologiques, culturelles, sociales ou environnementales placent les professionnels du secteur en situation de devoir réagir, d'accompagner et d'anticiper les conséquences de ces transformations par :

- La professionnalisation des métiers qui doit être portée par les pouvoirs publics, la recherche et les entreprises.
- L'anticipation des métiers et l'adaptation de la recherche afin de développer l'innovation et, ce qui est l'objet majeur de l'IFT, de rassembler le monde académique, professionnel et les pouvoirs publics.
- Des observations et des coopérations de niveau international

Les outils pour travailler à tous ces niveaux soit à l'échelle régionale, nationale et internationale sont :

- La création d'un centre de ressources pour mutualiser nos moyens (les études de veille info tourisme, de l'observatoire d'Atout France, les recherches universitaires...)
- Le conseil scientifique avec des travaux en cours sur la veille au niveau de l'emploi, de la rémunération, de la visibilité des métiers émergents et de la carrière dans le secteur du Tourisme.
- La création d'un guide qui recense les formations et les évalue pour accompagner les jeunes diplômés dans la réussite professionnelle et les possibilités de se réorienter dans le secteur. Ce projet répond également aux préoccupations du Ministère de l'Education nationale.
- Les pôles fondateurs de l'IFT et six autres en création en France et Outre-mer pour promouvoir l'excellence et mettre en réseaux les partenaires afin de répondre aux exigences de valorisation des territoires.
- La création d'un Mastère pour accueillir des professionnels et étudiants français et étrangers désireux d'apprendre notre savoir-faire et réciproquement.

Hervé Novelli, Parrain de l'événement et Secrétaire d'Etat chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme, des Services et de la Consommation a souhaité donner à l'IFT et tous ses adhérents, le rôle de conseiller pour éclairer les pouvoirs publics dans ses futures démarches et notamment au niveau des formations.

Présentation du Guide « Réussir dans le tourisme »

L'Institut Français du Tourisme a réalisé en partenariat avec les éditions Hachette Tourisme / Le Routard et les grands acteurs publics et privés du tourisme, l'élaboration d'un guide qui se veut l'outil de poche indispensable pour réussir dans le tourisme !

La 1^{ère} édition présente un état des lieux du tourisme, des chiffres, les tendances à venir, des fiches métiers, des témoignages d'acteurs importants du secteur, des conseils, des centaines d'adresses utiles pour s'orienter.

L'APST, Atout France, la Caisse des Dépôts, le Cnam, le GNC et l'UMIH, le Ministère de l'éducation nationale, l'INFA et le SNAV se sont associés à l'Institut Français du Tourisme pour la création de ce guide parrainé par les ministères de l'Education nationale, de la jeunesse et de la vie associative ainsi que de l'Enseignement supérieur et de la recherche dans le but de mettre en relation les formations et les métiers du tourisme : rendre le secteur plus lisible, plus accessible et plus concret pour chacun de ceux qui souhaitent se destiner à ses métiers, telle est la vocation de cet ouvrage.

ANNEXES

Contacts

Si vous souhaitez en savoir plus sur l'IFT ou connaître les conditions d'adhésion :

Institut Français du Tourisme

2 rue Conté
Case postale 1111
75003 Paris

Jean-Luc MICHAUD

Président délégué
Tel : 06 08 56 55 62
Mèl : jlmichaud@i-f-t.fr

Agnès CHUREAU

Chef de projet
Tel : 01 58 80 83 92
Fax : 01 53 01 80 34
Mèl : achureau@i-f-t.fr

Pauline BOMPARD

Chargée de communication
Tel : 01 58 80 83 94
Mél : pbompard@i-f-t.fr

Site internet : **www.i-f-t.fr**