

# Résultats de l'enquête sur les besoins en compétences dans les Agences de Voyages sur l'arrondissement de Mons

## 1) Préalable à l'enquête :

L'objectif de ce présent travail était de répondre au questionnement d'un opérateur de notre région, en l'occurrence le FOREM Formation, sur l'opportunité de former des stagiaires aux métiers du secteur des agences de voyages. Il était, plus précisément question de s'interroger sur l'intérêt d'une formation courte permettant l'accès de demandeurs d'emploi au secteur, ou complétant la formation des travailleurs en place.

Deux étapes ont précédé la petite enquête, menée en collaboration avec le Service Analyse du Marché de l'Emploi et de la Formation de FOREM Conseil, dont les résultats sont ici présentés. Une approche statistique, basée sur les données administratives disponibles, et une première phase de collecte d'informations quantitatives par téléphone auprès des employeurs. Il ressort de ces démarches préliminaires :

- qu'il existe une trentaine d'établissements d'agences de voyages sur l'arrondissement
- que ces établissements sont de petite taille, la majorité ne comptent pas plus de 10 travailleurs selon l'ONSS; le premier coup de sonde téléphonique n'a permis d'identifier aucun établissement de plus de 6 travailleurs.
- que le secteur compte un nombre peu élevé de postes de travail sur l'arrondissement, une centaine tout au plus. Les autres arrondissements hainuyers, à l'exception de Charleroi en comptent encore moins. Au total, on compte en Hainaut 600 salariés pour un peu plus de 130 établissements dans le secteur.
- que les travailleurs sont essentiellement des « *techniciens de vente du tourisme et du transport* », appelés le plus souvent agents de voyages ou agents de comptoir.

La deuxième phase consistait à repérer auprès des employeurs les profils nécessaires à l'emploi au sein d'agences de voyages. Les résultats de cette deuxième phase sont présentés ci-dessous.

## 2) L'enquête :

- 6 entretiens auprès d'employeurs représentant 7 agences comptant au minimum 2 salariés en plus du responsable rencontré.

- + 1 entretien avec un responsable de service de type « office de tourisme » dont la compétence porte sur l'ensemble de l'arrondissement de Mons.

Les entretiens s'articulaient en 3 modules :

- le premier concernait les qualifications requises
- le second abordait les compétences requises
- le troisième était une suite de questions visant à apporter des informations complémentaires notamment en matière de « turn over » et de degré de polyvalence/spécialisation.

## **2.1) Les qualifications :**

Le personnel en place est généralement **détenteur d'un graduat/baccalauréat en tourisme avec une orientation en gestion.**

D'autres types de diplômés ont eu accès à la profession, du certificat d'enseignement secondaire supérieur à orientation comptabilité à la licence en science économique. Toutefois, les personnes ayant ce profil sont minoritaires et sont dans le secteur depuis plusieurs années. Deux écoles sont régulièrement citées : ISFEC (La Louvière) et la Haute Ecole Provinciale de Saint Ghislain. Les statistiques de la Communauté Française permettent de se faire une idée de l'ordre de grandeur de la population sortant de cette filière d'enseignement supérieur, une cinquantaine d'élèves en auraient été diplômés en 2005.

Sans surprise, c'est également le diplôme de l'enseignement supérieur en tourisme (orientation gestion) qui est généralement recherché lors des recrutements récents ou à venir.

Deux raisons sont souvent évoquées pour justifier cette exigence : la **connaissance des logiciels spécifiques** à la profession ainsi que **l'expérience des stages.**

Notons que ces derniers sont souvent le premier contact entre l'employeur et son futur travailleur.

L'office du tourisme embauche également des diplômés en gestion des collectivités. Pour l'office du tourisme le niveau d'étude supérieur ne semble pas une nécessité absolue.

## **2.2) Les compétences :**

### Rappel et remarques préalables :

Cinq familles de compétences avaient été repérées dans les différents référentiels d'usage (REM, CCPQ), à savoir : la vente, le service/conseil à la clientèle, l'administratif, la recherche et appropriation d'information, et la réalisation de produit.

→ Celles-ci ont été jugées en général pertinentes par les répondants.

Les répondants étaient amenés à attribuer une cote de 0 à 10 selon

a. l'importance que revêt la maîtrise de la compétence pour l'exercice en agence de voyages

b. le degré de maîtrise des travailleurs en place

→ De manière générale les travailleurs en place (b) ont reçu une cote attestant de la maîtrise nécessaire des compétences (> ou = à la cote relative à l'importance de la tâche)

c. le degré de maîtrise supposé des candidats rencontrés

→ Les cotes données aux candidats sont inférieures à la cote mesurant l'importance de la maîtrise de la compétence, lorsque cette dernière était élevée. Au plus la cote donnée en A (importance nécessaire de la maîtrise de la compétence) est élevée, au plus C (cote attribuée au niveau de maîtrise des candidats pour la compétence concernée) est basse.

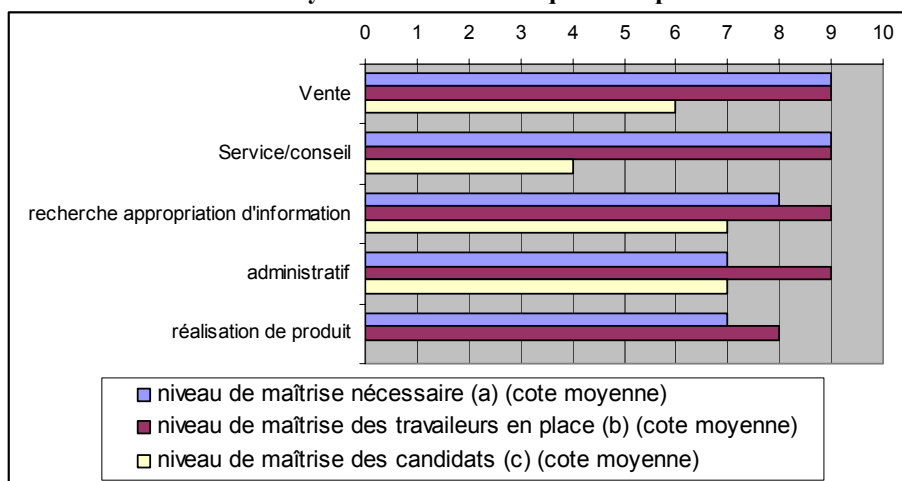
→ À noter que cette évaluation est basée sur le ressenti des répondants.

→ Certains répondants admettent que les compétences s'acquièrent par l'expérience.

→ Enfin la diversité des candidats rend difficile un jugement global.

## Résultats commentés :

Scores moyens aux différentes questions posées.



La maîtrise des « compétences »/« familles de compétences » relatives à **la vente** et au **conseil/service à la clientèle** est jugée essentielle. Par rapport à ces deux compétences, les cotes attribuées aux candidats rencontrés sont souvent sévères. Les employeurs estiment en effet que les candidats manquent souvent de « fibre commerciale ». Les employeurs admettent toutefois que cette compétence peut s'acquérir avec l'expérience.

La capacité à **rechercher et à s'approprier de l'information** a été également considérée comme relativement importante. Il faut toutefois remarquer que les travailleurs en agences de voyages bénéficient d'encadrement leur permettant de remettre leur connaissances à jour : formation auprès de tour operators, formation à la « maison-mère » (quand il s'agit de filiales) ou encore de voyages d'étude. Enfin la consultation des brochures et des sites internet spécialisés permet également aux agents de se tenir au courant de l'évolution des produits.

Le niveau de maîtrise des candidats a fait l'objet de cotes variant de moyen à bon, la cote ayant tendance à être moins élevée lorsque le niveau d'exigence (a) était élevé et inversement. Notons que sur cette compétence, les candidats sont essentiellement jugés sur leur bagage scolaire au niveau notamment des connaissances géographiques.

Les compétences liées aux tâches **administratives** sont considérées comme moyennement importantes, toutefois elles ne semblent pas constituer un problème lors de recrutements. Peu de répondant ont pu se prononcer sur le niveau de maîtrise des candidats, car ce type de compétences est difficile à repérer lors d'entretiens d'embauche par exemple. Ceux qui se sont toutefois prononcé, ont attribué une cote correspondant aux exigences de la fonction.

Enfin, l'importance de la maîtrise des compétences relatives à **l'élaboration de produit** diverge fortement selon la nature de l'activité de l'agence : certaines vendent plus de produits « à la carte » que d'autres. La plupart des agences n'ont pu attribuer une cote aux candidats rencontrés pour cette compétence.

Au-delà de 5 « familles de compétences », deux types de compétences plus spécifiques avaient été distinguées : la maîtrise de l'outil informatique et la maîtrise des langues étrangères.

En ce qui concerne les **langues étrangères** l'usage de l'**anglais** est régulièrement mentionné, avec des degrés d'exigence variables. L'anglais est essentiellement utilisé dans les

contacts avec la clientèle issue du Shape ou de la base militaire de Chièvres. La nécessité de pouvoir lire des documents en anglais a été mentionnée par un répondant. En général, la maîtrise de l'anglais ne pose pas de problème par rapport aux candidats rencontrés et ce même lorsque l'employeur juge que celle-ci est nécessaire à l'activité.

L'usage d'une **autre langue** ne semble absolument pas nécessaire à l'activité en agence de voyages même si cela peut parfois constituer un plus. Mais il ne fait pas partie de critères lors de l'embauche de nouveaux collaborateurs, par exemple.

En ce qui concerne **la maîtrise de l'outil informatique**, une distinction a été faite entre logiciels **bureautiques courants** et logiciels spécifiques au secteur. En ce qui concerne la maîtrise des premiers, celle-ci est jugée nécessaire dans la mesure où le travailleur est amené à utiliser les applications internet et un traitement de texte, pour rédiger des correspondances par exemple. Toutefois cette maîtrise ne pose problème ni au niveau des travailleurs en place ni au niveau des candidats rencontrés.

La maîtrise **des logiciels spécifiques** (BTL, swing travel,...) est par contre considérée comme excessivement importante. Comme pour les compétences en vente et en service/conseil à la clientèle, ce haut degré d'exigence va de pair avec une évaluation du niveau de maîtrise des candidats assez sévère.

L'office du tourisme se positionne de manière presque identique aux agences de voyages concernant les 5 familles de compétences, avec toutefois une évaluation relativement basse des candidats en ce qui concerne les compétences relatives aux tâches administratives en raison du manque de connaissance en gestion. L'office du tourisme se différencie par contre fortement des agences de voyages au niveau des exigences relatives aux compétences en langues. L'office de tourisme est en effet demandeur de candidats qui maîtrisent plusieurs langues. Si la maîtrise de l'anglais ne pose en général pas de problème au niveau des candidats, le niveau de néerlandais commence à être problématique. Le problème principal réside dans la recherche de candidats parlant une troisième langue « utile » pour le tourisme (p.ex. l'allemand).

### **2.3) Informations complémentaires :**

**La troisième partie du questionnaire** était composée d'une série de questions plus « ponctuelle » et abordait les thèmes suivants :

#### *- Polyvalence vs spécialisation*

Travailler dans une agence nécessite de la **polyvalence**. La spécialisation dans un domaine est un atout en termes de complémentarité au sein d'une équipe mais ne dispense pas de polyvalence.

#### *- Turn over ?*

Il y a peu de mouvements de travailleurs. **L'emploi dans les agences est relativement stable.**

*- Le manque éventuel de travailleurs*

**Aucun manque de travailleurs** au sein des agences de voyages n'a été exprimé, excepté peut-être de manière saisonnière. Il n'y a, a fortiori, étant donné l'exigence de polyvalence, aucun manque quantitatif de personnel pour accomplir un segment du travail en agence de voyages.

(NB : durant l'enquête deux agences ont procédé à des recrutements)

*- La répartition des différentes tâches sur l'ensemble de l'activité*

La vente et le conseil correspondent à la majeure partie du travail en agence de voyages, soit entre 60 à 85% de l'ensemble des tâches.

*- Les perspectives d'avenir*

Selon les répondants, les agences de voyages devront, dans les trois ans à venir, diversifier leur produit, se spécialiser (investir des marchés « de niche », développer des produits « à la carte »,...), être davantage au service du client. Cette double évolution, vers la vente de produits spécifiques et l'amplification de « l'orientation client », s'avère nécessaire en raison de la « concurrence d'internet ». En effet, comme il est de plus en plus facile de réserver ses voyages/séjours/vacances grâce à internet, de moins en moins de personnes se tournent vers les agences de voyages. Celles-ci doivent donc se démarquer de ce qui est offert sur le net par **le conseil et la diversification des produits**.

### **3) Conclusions:**

Les agences de voyages emploient essentiellement des diplômés en tourisme, orientation gestion, en raison de la nécessité de connaître le secteur du tourisme et la maîtrise des logiciels spécifiques. Ces compétences s'acquièrent notamment durant les stages prévus pendant le cursus.

Le conseil et la vente sont les principales compétences mises en œuvre dans le cadre du travail d'agent de voyages. Ces compétences ainsi que la maîtrise des logiciels spécifiques (excepté pour l'office du tourisme) sont les éléments essentiellement pris en compte pour l'embauche de candidats.

Les langues ne sont pas des compétences recherchées, excepté pour l'office du tourisme.

Les différentes tâches d'un agent de voyages sont un ensemble indissociable, l'agent doit donc être polyvalent.

Ces éléments conjugués avec les observations quantitatives (nombre peu élevé de postes sur la zone) incitent à penser qu'il n'est pas nécessaire de créer de nouvelles filières de formation dans le secteur/métier.

#### 4) Perspectives :

Le questionnaire s'adressait principalement aux agences de voyages. Toutefois, suite à une réflexion sur les éventuels secteurs qui pourraient être concernés par l'emploi de travailleurs aux profils semblables, il a été décidé de soumettre également le questionnaire au responsable d'un service tourisme de type « office du tourisme ». Il en ressort que les deux secteurs, connaissent des réalités de travail différentes. En effet, l'office de tourisme, est actif dans le domaine du « tourisme réceptif », il reçoit des touristes étrangers ou du moins extérieur à la zone de compétence. A l'inverse, une agence de tourisme organise, principalement le séjour de personnes résidente dans la zone de « chalandise » dans des lieux extérieurs. Il en résulte que, si les exigences en termes de vente, de conseil à la clientèle et connaissance des produits peuvent être proches, il s'agit de deux réalités professionnelles différentes en raison de la différence de clientèle (clientèle autochtone vs clientèle « étrangère »). La différence majeure en termes de compétences des travailleurs à mobiliser réside certainement dans l'usage des langues : celui-ci est accessoire au sein des agences de voyages alors qu'il est essentiel au sein d'un office du tourisme.

Ce besoin en langues, ainsi qu'un souhait exprimé pour une professionnalisation (notamment en matière de gestion) du tourisme réceptif dans notre sous-région, laisse peut-être entrevoir une nécessité de développer une offre de prestation/formation qui permettrait au secteur de rencontrer ce double objectif. Le périmètre du secteur du tourisme réceptif dépasse les services de type office de tourisme et reste encore à définir. Pourraient y être inclus : certes les activités touristiques, mais aussi certaines activités culturelles, récréatives, sportives, folkloriques,...