

L'Institut Français du Tourisme

Un réseau de pôles d'excellence à vocation internationale pour la recherche, la formation et l'innovation dans le tourisme

Les changements économiques, technologiques et culturels qui touchent toutes les activités du tourisme exigent plus que jamais la professionnalisation et l'internationalisation de ses métiers et l'excellence de ses entreprises et de ses territoires. Pour ce faire de façon efficace, il est plus que jamais nécessaire de rassembler les responsables économiques et les élus concernés, les enseignants formateurs aux métiers du tourisme et les chercheurs intéressés par ce secteur, autour d'une même table et avec un même objectif, celui d'améliorer la performance collective de la France.

Un tel lieu de rencontre n'existe pas à l'heure actuelle.

L'Institut Français du Tourisme a vocation à être ce point de convergence des réflexions et des échanges d'expériences dans ce secteur d'activités.

1. La qualité de la recherche et de la formation aux métiers du tourisme, un enjeu stratégique pour la France

Le territoire français est intimement marqué par l'activité touristique. Pas une région, pas un département, pas un pays qui ne souhaite en bénéficier. Le tourisme a toujours été un facteur majeur de dynamisme économique et de rayonnement pour la France. Il doit l'être encore plus dans le nouveau contexte de mondialisation de l'économie, de la culture et des loisirs.

L'enjeu est considérable. Aujourd'hui le secteur du tourisme représente 6,5 % du PIB, 235 000 entreprises (ce nombre a augmenté de 1,6 % par an depuis 2000), plus d'un million d'emplois directs, autant d'emplois induits et 11 milliards d'euros d'excédent dans la balance des paiements. Les touristes, qu'il soient nationaux ou internationaux, maintiennent ou créent des emplois non délocalisables : 15.000 visiteurs sur un site touristique créent un emploi permanent.

Première destination touristique du monde, la France n'occupe cependant que la troisième place en termes de recettes. Aujourd'hui, il s'agit non seulement de conforter notre compétitivité face à une concurrence accrue, mais plus encore de conquérir de nouvelles parts de marchés, en augmentant nos recettes par visiteurs. L'effort des professionnels de ce secteur, entreprises ou collectivités territoriales, doit porter comme cela a été le cas ces dernières années, sur l'innovation et l'ingénierie des produits, leur promotion, leur commercialisation. Mais surtout maintenant sur la qualité des ressources humaines qui font les métiers du tourisme au sens le plus large possible.

Or jusqu'à présent, les initiatives en matière de recherche et de formation à ces métiers ont été très dispersées tant sur le plan géographique que qualitatif. Seuls quelques métiers (l'hôtellerie restauration, les agences de voyages, les offices de tourisme, ..) ont bénéficié, en matière de formation, d'une approche collective entre l'Education Nationale et les fédérations professionnelles. Mais l'effort a été insuffisant en matière d'informations sur les réalités de ces métiers. Aucune cohérence n'a été vraiment recherchée dans l'enseignement supérieur, en particulier dans la formation offerte aux étudiants étrangers.

Et, sauf exceptions rares, les échanges ont été relativement réduits entre les entreprises du secteur, les enseignants formateurs et les enseignants chercheurs.

Il en a résulté une mauvaise adaptation de l'offre à la demande et une qualité très inégale des diplômes délivrés, entraînant un taux relativement faible d'utilisation par les entreprises ou collectivités employeurs de jeunes formés à leurs métiers et une baisse de notre image d'accueil auprès des touristes.

C'est pour pallier ces insuffisances qu'à l'initiative de plusieurs personnalités de ce secteur, a été imaginé l'Institut Français du Tourisme.

2. L'Institut Français du Tourisme, le réseau national de l'excellence touristique

Il n'existe en France aucun institut de recherche sur les pratiques sociales du tourisme pour mettre en réseau employeurs et formateurs dans les métiers du tourisme et leur permettre d'échanger leurs réflexions, leurs expériences, leurs projets.

L'Institut Français du Tourisme s'est donc constitué pour contribuer à ce rapprochement, d'abord sous la forme d'une association de préfiguration loi 1901, co-présidée par Paul Dubrule et Jean-Jacques Descamps, avec un président délégué, Jean-Luc Michaud.

Cette Association a pour but de mettre au point les statuts du futur Institut et de jeter les bases d'une organisation efficace de son fonctionnement en testant quelques opérations significatives de l'action de l'Institut.

D'ores et déjà, quatre grandes régions touristiques se sont associées dès cette phase initiale en 2008 pour créer des pôles d'excellence : Paris, Fontainebleau – Seine-et-Marne, Grenoble – Rhône-Alpes et Sophia-Antipolis – Nice Côte d'Azur rassemblent chacun les principaux acteurs du tourisme. Plusieurs entreprises (Accor, Pierre et Vacances, Carlson Wagonlit, Disneyland Paris, etc) ; la plupart des grandes organisations professionnelles et d'importantes personnalités du monde politique national et local et des milieux d'enseignement et de recherche s'y sont associées.

Les principes de fonctionnement de cette Association répondent aux fondements mêmes de l'IFT :

- l'organisation en réseau,
- la mise en valeur des potentialités de chacun,
- le développement des synergies et des complémentarités,
- la forte coopération entre les partenaires de l'enseignement et de la recherche et les acteurs économiques et pouvoirs publics de tous niveaux,
- l'ouverture sur les autres ressources d'excellence en France et en Europe.

L'Association s'est également dotée d'un Comité scientifique et professionnel qui a notamment pour missions d'effectuer une veille permanente sur les évolutions sociologiques et technologiques du secteur, d'évaluer l'adéquation de l'offre de formation à la demande dans les métiers du tourisme et de stimuler les programmes de recherches applicables au tourisme. Cette instance est présidée par Jacques Marseille, professeur à l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne et composée de personnalités issues de l'enseignement et de la recherche, des entreprises et des collectivités. Son siège social et les bureaux de la structure administrative et de communication légère nécessaire à ce démarrage, sont situés au Conservatoire des Arts et Métiers, partenaire important de l'Institut puisque présent sur l'ensemble du territoire, avec lequel une convention de coopération a été signée.

3. Les premières opérations pilotes

- **Recherche et innovation**

L'Association de préfiguration de l'Institut Français du Tourisme a d'ores et déjà engagé des opérations pilotes répondant aux attentes du réseau en termes de recherche et d'innovation.

Un **débat national « Quelle stratégie pour la recherche en tourisme ? »** organisé en partenariat avec le CNAM le **mercredi 27 mai 2009 après-midi** s'inscrit totalement dans cet objectif. Ce premier débat est organisé sous l'égide du Comité scientifique et professionnel de l'IFT.

Préparé par quatre ateliers, il s'articulera autour de deux tables rondes :

- « **Les axes prioritaires et les grands enjeux de la recherche dans le tourisme** » avec les conclusions d'ateliers regroupant chercheurs, collectivités et entreprises :

- Décloisonner les disciplines et les acteurs
- Hiérarchiser les priorités de recherches
- Financer la recherche et l'innovation
- En valoriser, diffuser, et évaluer les résultats

- « **Une recherche innovante pour préparer le tourisme de demain** » avec de grands acteurs professionnels du tourisme qui poseront les conditions d'une recherche performante capable d'anticiper les mutations et de contribuer à améliorer la compétitivité du secteur.

Les conclusions de cette manifestation permettront d'ouvrir des pistes nouvelles pour rendre plus lisible et plus efficace la recherche en tourisme tant au plan national, avec les partenaires intéressés, que dans chacun des pôles d'excellence de l'IFT.

- **Veille métiers**

Une forte proportion des jeunes diplômés à niveau bac + 2 abandonnent le secteur du tourisme dans les deux premières années de leur vie professionnelle pour aller vers le secteur des services ou à l'international.

Il semble donc opportun de connaître réellement les raisons de cette désaffection qu'employeurs et salariés considèrent comme un élément de non compétitivité du tourisme en France. Aucune étude comparative n'existe permettant de vérifier, quantifier et expliquer le fort turn-over actuel. Cette enquête doit permettre également de réfléchir aux outils de promotion des formations et des métiers.

L'Association de préfiguration de l'IFT a donc lancé une **enquête pilote** (formations, évolutions de carrière, rémunérations...). pour la mise en place d'un observatoire des emplois et des métiers du tourisme Elle permettra de présenter une vision globale des métiers, complétée par les enquêtes menées par les pouvoirs publics et les organisations professionnelles et de fournir au Comité scientifique et professionnel des éléments pour anticiper les métiers du tourisme à l'horizon 2020, quantitativement et qualitativement.

Cette enquête conjointe (Cnam, Deloitte, INFA) consiste en l'étude et l'évaluation des métiers exercés par la majorité des jeunes diplômés des multiples formations en tourisme à niveau bac + 2 sur :

- trois secteurs (hôtellerie, agences de voyages, loueurs de voitures),

- trois métiers (réceptionniste, agent de réservation, agent de location de voiture),
- trois critères d'évaluation (formation, évolution de carrière, rémunération).

Le rendu de l'enquête pilote est prévu en septembre 2009.

- **Formation**

La France compte un nombre élevé de formations diverses de tous niveaux et de toutes spécialités dans le domaine du tourisme. Mais aucun document ne les recense et ne les évalue. Et rien n'est véritablement fait pour informer les futurs étudiants des réalités et des contraintes des métiers auxquels ils se préparent.

Pour remédier à cette lacune, l'Association de préfiguration de l'Institut Français du Tourisme va coproduire avec le groupe Hachette et le Routard un **guide** recensant, présentant et valorisant les métiers du tourisme, ses formations et ses filières (présentation du secteur et de ses métiers, les différents types de formation, conseils sur les parcours professionnels, témoignages de professionnels...) afin de répondre aux attentes des étudiants et des professionnels. A terme, ces formations seront évaluées par le Comité scientifique et professionnel.

Par ailleurs, face à la demande de formation professionnelle de haut niveau en matière de tourisme et d'hôtellerie internationale, il n'existe guère en France d'offre accessible en priorité aux étrangers et capable de faire valoir et partager l'expérience et les savoir-faire français. Ce constat a conduit les fondateurs de l'Association, dont certains préparent cette initiative depuis plusieurs années, à mettre en place un diplôme de courte durée (5 mois stage compris) et à forte dimension professionnelle. Ce diplôme national, **le mastère spécialisé de « Manager du tourisme international »** sera délivré par des établissements publics et privés identifiés dans chacun des pôles fondateurs de l'IFT sous le régime « Conférence des Grandes Ecoles ». Ce diplôme de niveau bac+5 sera ouvert dès 2010 à des candidats français et étrangers.

L'Institut Français du Tourisme a en effet vocation à être à l'initiative de formations spécialisées mais également de diplômes partagés dans le cadre du réseau.

Enfin un deuxième débat national de l'Institut Français du Tourisme portera sur les formations en tourisme. Il aura lieu à l'automne 2009 sur le thème « **Quelles formations pour les acteurs du tourisme de demain ?** ».

- **Promotion des formations touristiques à l'international**

D'une façon générale, l'Institut Français du Tourisme aura vocation à s'ouvrir à l'international, en coopération avec les organismes publics et privés spécialisés, et notamment Campus France (sous le patronage des ministères de l'Education nationale et de l'Enseignement supérieur et de la Recherche).

Là encore, une première expérience sera réalisée dans le cadre de l'Exposition Universelle de 2010 et du Pavillon de la France à Shanghai, où l'Institut, accompagné des représentants de nombreux établissements, sera présent du samedi 26 juin au 3 juillet 2010 pour présenter nos savoir-faire français en matière de formation en tourisme.

4. Le calendrier

Cette phase de préfiguration s'avère très positive. Elle va donc se terminer au retour des vacances d'été 2009 par la création effective de l'Institut et l'ouverture des adhésions de telle sorte qu'il prenne très rapidement sa vitesse de croisière.

Ainsi, parallèlement à la mise en route de la nouvelle Agence de développement touristique, Atout France, créée par Hervé Novelli et qui concourra dans l'avenir à la mise en œuvre des politiques publiques du tourisme, l'Institut Français du Tourisme pourra apporter à cette dernière, dans un esprit de collégialité et d'efficacité, le fruit de ses échanges et de ses réflexions en matière de formation et de recherche-développement, pour une plus grande compétitivité du tourisme français, pour une meilleure croissance de notre économie, et pour une meilleure promotion mondiale de notre patrimoine naturel et culturel et donc de l'image de notre pays.