

Nouveau BTS en 2012

Les 5 recommandations des professionnels

► TROP SCOLAIRES, THÉORIQUES... LES DEUX BTS DÉDIÉS AU TOURISME SONT L'OBJET DE CRITIQUES SÉVÈRES DEPUIS DES ANNÉES. MAIS LEUR CONTENU EST EN TRAIN D'ÊTRE RÉNOVÉ, ET UN NOUVEAU DIPLOME SERA LANCÉ À LA RENTRÉE 2012. POUR L'INSTANT, SON CONTENU EST EN RÉFLEXION : SI ON SAIT QU'À TERME LES DEUX FILIÈRES N'EN FORMERONT PLUS QU'UNE, TOUT LE RESTE EST À DÉFINIR. LES PROS COMPTENT SUR CETTE RÉFORME POUR RENDRE LE BTS PLUS PROFESSIONNALISANT ET PLUS TECHNIQUE. ET NE MANQUENT PAS D'IDÉES POUR L'AMÉLIORER...



Is sont apparus au début des années soixante (1962) avec deux options : « voyage » et « accueil ». Depuis, ils ont été rénovés, ont changé de nom à quatre reprises – en 1971, en 1982, en 1989 et en 2001 –, et sont aujourd'hui censés fournir aux étudiants les armes nécessaires pour accéder à une multitude de métiers du secteur. Ce sont les BTS tourisme, actuellement intitulés vente et production touristiques (VPT) et animation et gestion touristiques locales (AGTL). Deux diplômes de référence visant à intégrer un large panel de structures : agences de voyages, tour-opérateurs, transporteurs, hébergeurs, collectivités territoriales,

offices de tourisme, associations touristiques, musées, etc. Globalement, les professionnels estiment que ces formations restent « intéressantes », pouvant donner de « bonnes bases » aux étudiants... À condition qu'elles évoluent pour épouser les besoins réels des entreprises du tourisme. De fait, un certain nombre de points des arrêtés ministériels de 2001 définissant et fixant les conditions de délivrance des BTS AGTL et VPT sont devenus, dix ans après, obsolètes. Directeurs d'écoles, enseignants et DRH d'entreprises ont longtemps plaidé pour cette révision en profondeur des programmes. Avec cinq objectifs en ligne de mire, comme autant de préalables indispensa-

bles à une meilleure insertion des jeunes diplômés. Une de rendre service aux étudiants et de permettre aux entreprises d'intégrer plus facilement les jeunes, qui deviendraient rapidement opérationnels à cette nouvelle formation

1 Accentuer les techniques de vente et de production

Difficile d'échapper à la vente et à la commercialisation de produits lorsqu'on travaille dans le tourisme. Or, si le programme actuel du BTS VPT comprend 6 heures de cours théoriques et 6 heures de travaux pratiques de « commercialisation de produits touristiques »

matière est totalement absente du BTS AGTL. « Pour les titulaires de ce diplôme, les débouchés naturels sont les métiers de l'accueil en offices de tourisme, musées, châteaux et espaces culturels. Mais il leur manque la dimension commerciale pour être pleinement opérationnels. De même, le fait que la formation ne développe pas les compétences liées au montage de produits leur ferme les portes des agences réceptives », regrette Ghislaine Sitruk, directrice pédagogique de l'école de tourisme EPH qui dispense les deux BTS.

Côté BTS VPT, les étudiants sont, certes, sensibilisés aux techniques de vente, mais les écoles n'adaptent pas toujours leurs cours aux produits et besoins actuels. Un point négatif selon Emmanuelle Roisin-Rogie, directrice du département tourisme de l'Infa, pour qui ce BTS doit prendre en compte les nouvelles données en matière de vente de voyages : « Dans les agences de voyages traditionnelles, les professionnels doivent savoir vendre davantage les produits à la carte, et les voyages sur mesure. Le contenu du BTS VPT doit s'adapter à ces évolutions ».

De façon plus générale, ce diplôme gagnerait à être enrichi de cours de négociation et de compréhension des attentes du client. « Nous sommes des commerçants et on nous propose des techniciens mal préparés à argumenter pour inciter leurs visiteurs à l'achat »,

déplore Jean Korcia, directeur du réseau d'agences Manor.

Car la compétence commerciale est plus que jamais précieuse aux yeux des recruteurs. « Nous recherchons des jeunes diplômés de BTS VPT ayant une vraie motivation de vente au comptoir. Souvent, ils connaissent les techniques de base, mais ne maîtrisent pas celles liées aux ventes additionnelles (coffrets-cadeaux, plan de financement, assurances...). Des lacunes que nous comblons via nos formations internes », assure Sandrine Billière, responsable du service animation des ventes de E.Leclerc Voyages.

Mélanie Aguado, en charge des ressources humaines de Transat France, observe elle aussi « des faiblesses sur l'aspect technique des ventes et, surtout, dans la capacité à identifier les besoins du client chez les titulaires de BTS VPT. Des compétences qui restent pourtant indispensables pour les postes de carnetistes, conseillers voyages, agents de réservation et agents techniques transport ». Enfin, chez Travelfactory – spécialiste de la location de vacances en France et de séjours en groupe sur Internet –, la politique de recrutement a changé. « Nous privilégions désormais les profils écoles de commerce aux BTS tourisme. Il nous est plus facile de former en interne à l'environnement du secteur qu'aux techniques de vente », souligne la DRH du groupe, Swannie Aouat.

2 Intégrer les problématiques du multicanal

Pour les entreprises du tourisme, la présence sur la Toile constitue un enjeu de taille : capter les internautes, communiquer avec eux via le Web, le téléphone fixe et mobile... Exit la stratégie unique de la vente en face à face. Or, aujourd'hui, la majorité des organismes formant aux BTS tourisme ne proposent le multimédia qu'en option. Seules quelques écoles ont renforcé leur cursus dans ce sens. Résultat : les jeunes diplômés se retrouvent souvent désarmés lorsqu'ils sont embauchés dans une société multicanal. C'est ce que constate, par exemple, Julie Gabbai, responsable recrutement et mobilité chez CWT. « Les professeurs de BTS tourisme devraient renforcer leurs cours de multimédia et enseigner la complémentarité entre la vente en face à face, par Internet et via le téléphone. Le multicanal est présent chez nous, aussi bien au sein de nos plateaux d'affaires que de nos agences de voyages physiques. »

Les jeunes diplômés doivent ainsi avoir conscience que l'on ne vend pas de la même manière online et offline. Une évidence pour Marie Poulain-Allantaz. La directrice de l'Escaet – école de commerce spécialisée tourisme-Bachelor/MBA qui accueille un grand nombre de jeunes diplômés



Swannie Aouat, DRH de Travelfactory



Ghislaine Sitruk, directrice pédagogique de l'école de tourisme EPH



CAP VERS

www.capvers.fr
NANTES
Tél 02 40 89 95 10

L'école référence du tourisme

Parcours diplômants (post bac+2)

Licence créateur de voyages ■ Licence hôtellerie et restauration ■ Bac + 3 web marketing

Parcours professionnels métiers (post bac+2 à +5)

Forfaitiste ■ Chargé de projet affaires ■ Chargé de production Réceptif ■ Conseiller vendeur-expert ■ Forfaitiste-accompagnateur ■ Chargé de Relation clientèle tourisme ■ Agent d'escala aéroport..

CAP VERS créateur d'horizons depuis 20 ans

Des métiers qui vous font partager le monde...

grandSUD TOURISM SCHOOL

- Etudiants et adultes : Formations Bac à Bac+3
- BTS / T. d'Affaires Événementiel / Licence DEESTH.
- Formation continue des salariés en entreprise

Grand Sud Formation Tourisme, Toulouse
www.grand-sud.fr