

Vous avez dit groupes ?

Formation Comment vendre le tourisme de groupe ? Une bonne question qui trouve peu de réponses dans le cadre des formations classiques destinées aux agents de voyages. L'Ecole pratique du tourisme propose une ébauche de réponse, sous la forme d'un éducteur en autocar.

Karine Filhoulaut

C'ETAIT lors des 4^e Rencontres du Snav en début d'année. Un jeune agent de voyages travaillant dans une agence de la grande distribution s'inquiétait : "Si demain un client m'interroge sur l'organisation d'un voyage de groupe, sincèrement, je ne serai pas à l'aise." Qui appeler comme fournisseur spécialisé groupe, comment gérer cette relation client particulière, quels délais et procédures envisager ? Bref, passer de la vente de produits individuels à celle de produits groupes ne lui paraissait pas si facile. Etait-ce dû à un manque de formation qu'il fallait imputer cette lacune professionnelle ? Selon ce même agent, oui... Il est vrai que dans les programmes officiels des BTS formant au tourisme, comme dans ceux mis en place par des écoles privées, la terminologie "tourisme de groupes" n'apparaît pas spécifiquement pour caractériser une partie du programme.

"Ce tourisme est évoqué, non de façon spécifique, mais par le biais d'exemples de montages de produit", explique pourtant Victor Gervasoni, directeur du programme La Rochelle business school of tourism. La production de voyage abordée en cours, notamment durant le BTS VPT (ventes et productions touristiques), concerne les produits

groupes tout autant qu'individuels. Si les formateurs semblent mettre individuels et groupes dans le même bain côté formation, côté pratique, ils reconnaissent pourtant des différences de traitement. "Pour le groupe, les agents travaillent en B to B, ils doivent adapter leur vocabulaire, ils ne s'adressent pas à des novices, travailler la présentation de leur offre, sélectionner le type d'informations à délivrer", défend Victor Gervasoni. Pour Emmanuelle Ruault, responsable relation entreprises tourisme, et Julien Pulicari, responsable formation tourisme et hôtellerie au CFA Stephenson, à Paris, ces différences sont plus prégnantes dans le domaine de la commercialisation : "Les négociations, par exemple, sont vraiment autres." Pour les individuels, c'est en effet le client qui vient vers le vendeur, et le commercial qui va au client, pour les groupes.

Non passionnés, s'abstenir

Cette dernière démarche, proactive, n'est, aux yeux des formateurs, qu'effleurée durant les deux années de BTS VPT, car ce cursus s'arrête à l'étape de la vente en agence. "Pour aller plus avant dans la vente aux CE, aux institutionnels, aux TO, il faut attendre d'être en licence", observe Emmanuelle Ruault. C'est d'ailleurs peut-être ce délai qui fait dire à Ghislaine Sitruk, directrice de l'EPH, à Paris,



que le tourisme de groupe s'apprend finalement sur le tas. "Ou alors, relativise-t-elle, il faut que l'étudiant, s'il fait un BTS VPT, ait vraiment la fibre commerciale, que dès son stage il se soit dirigé vers ce type de métier, qu'il aime se battre, convaincre. Bref, qu'il soit passionné par la vente en elle-même." "Ce profil du commercial pur, issu d'écoles de commerce, a été, selon Emmanuelle Ruault, très demandé à une certaine époque par les grandes entreprises du tourisme. Aujourd'hui, on sent un revirement." Les entreprises semblent trouver justement que le côté commercial de ces formations fait oublier aux vendeurs ce qu'est un voyage : un produit certes, mais avant tout un service. Aujourd'hui, de grands TO reviennent donc à la licence en tourisme, espérant dénicher là des étudiants avec une double compétence, tourisme et commerciale. Et, selon Ghislaine Sitruk, "les débouchés pour les commerciaux qui travaillent dans le groupe existent bel et bien. Et de plus en plus, à voir les offres

d'emploi que je reçois !" Certains professionnels semblent effectivement se préoccuper de la formation au secteur groupe : "Nos élèves ont travaillé, confirme Victor Gervasoni, avec Disney sur une solution pour la commercialisation groupe sur le web. Dans les agences réceptives aussi, nous sentons les choses évoluer sur cette formation aux groupes."

Une préoccupation partagée

Dans le secteur de la formation, cette écoute des professionnels, qui sont les futurs employeurs des étudiants, semble partagée. A l'EPT, par exemple, on s'est interrogé en s'appuyant sur des enquêtes sérieuses. "Lors de notre dernière mise à jour du contenu des formations, en 2008, nous avons choisi d'augmenter un peu la partie sur les groupes, explique Muriel Deneau de l'Ecole pratique du tourisme (EPT), à côté de Lyon, car les formations à l'activité réceptive et à la production de programmes figuraient dans les at-