



## Les ressources humaines en tourisme

Par Lauriane Lepage<sup>1</sup>

Étudiante à la maîtrise en sciences géographiques, Université Laval

À Angers, les 22 et 23 mars 2018, s'est tenu le colloque international en tourisme *Les Rendez-vous Champlain*. Plusieurs chercheurs et doctorants de la France et du Québec étaient présents afin de partager leurs projets de recherche. Cette année, le thème du colloque était *Tourisme, emplois, professions et ressources humaines : Singularités, permanences, transformations*. Cette capsule touristique résume trois thématiques qui ont particulièrement retenu mon attention lors du colloque. Dans un premier temps, les données statistiques des emplois en tourisme seront abordées. Il sera ensuite question de la spécialité et la saisonnalité dans les emplois touristiques. Enfin, la technologie et l'innovation seront présentées.

---

<sup>1</sup> Sincères remerciements aux Offices jeunesse internationaux du Québec (LOGIQ) et à la Chaire de recherche en partenariat sur l'attractivité et l'innovation en tourisme pour les bourses qui m'ont été offertes afin de pouvoir participer à ce colloque international. Cette expérience m'a permis d'accroître mes connaissances sur les ressources humaines en tourisme au Québec, mais également en France.



---

## Statistiques des emplois en tourisme

---

La comptabilisation des emplois en tourisme est difficile puisque les emplois comptabilisés ne sont pas toujours reliés à ce seul domaine. Par exemple, les emplois administratifs reliés au tourisme sont rarement comptabilisés dans les statistiques des emplois en tourisme. Il devient donc très difficile de comprendre et de savoir quels emplois sont pris en compte dans les statistiques d'emplois en tourisme. Une étude longitudinale menée par Violier (2018) montre les modifications

des catégories d'emplois dans les données statistiques à travers les années (Violier, 2018). Ainsi, en 2009, les statistiques sur les emplois en tourisme du Mémento ne prenaient pas en compte les emplois reliés aux activités récréatives, alors qu'en 2013, ces secteurs ont été considérés. À partir de 2015, les activités récréatives englobaient également le secteur des parcs et attractions. On peut donc voir qu'à travers les années, les définitions des catégories d'emploi prises en compte dans les données statistiques changent, ce qui vient modifier les statistiques comptabilisées. Il devient alors plus difficile de comparer les données entre les années de recensement puisque les modalités et définitions des catégories d'emplois ne sont pas les mêmes (Violier, 2018).

---

## Emplois en tourisme : spécialité et saisonnalité

---

L'essor de la clientèle touristique chinoise en région Provence-Alpes-Côte d'Azur demande un réaménagement de certains villages afin de répondre à la demande touristique. L'aménagement du territoire est primordial pour faire vivre une expérience positive aux visiteurs. Par exemple, des panneaux d'information doivent être intégrés aux sites touristiques, surtout dans la langue chinoise, mais il faut également engager des employés qui parlent, entre autres, cette langue. Pour illustrer ce phénomène, on peut prendre l'exemple des champs de lavande : dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, on y a observé un accroissement de touristes chinois depuis les années 2010 (Ruggieri, 2018). Il devient donc nécessaire de pouvoir compter sur davantage de guides et d'employés spécialisés maîtrisant la langue chinoise afin de répondre à la demande de la clientèle et d'offrir des expériences positives pour ces touristes (Ruggieri, 2018).

L'industrie touristique est caractérisée par une grande part d'emplois saisonniers. C'est le cas par exemple dans les stations balnéaires des zones littorales, en France, où les employés se voient offrir surtout des emplois à contrat de durée déterminée durant la période estivale (souvent de mai à septembre). On retrouve également de tels contrats dans des domaines tels que la restauration (plongeurs, serveurs),



l'hébergement (accueil, camping, hôtels), la surveillance de baignade, etc. Puisque ce sont souvent des emplois à durée déterminée avec des horaires parfois très variables, ces emplois pourraient sembler moins intéressants pour les travailleurs. Qu'est-ce qui peut motiver un employé à vouloir occuper de tels postes ? Afin d'en savoir plus à ce sujet, une étude qualitative a été réalisée par Guibert (2018) sur le littoral vendéen. Selon les résultats de son étude, on remarque que les personnes types qui occupent ces emplois sont des individus de 18 à 25 ans, sans enfants/famille et qui sont majoritairement étudiants (emploi d'été). Les participants de l'étude rapportent apprécier les emplois saisonniers puisqu'ils permettent les rencontres, les amitiés qui s'y créent, pour la gratification que les personnes rencontrées leur donnent. On remarque également que les employés reviennent souvent chaque été pour revoir les personnes avec qui ils ont créé des liens, pour la communauté temporaire qui se recrée chaque été. Toutefois, plus les travailleurs vieillissent, plus ils aspirent à un métier stable pour fonder une famille. À ce stade de vie, ils décideront souvent de quitter ces emplois saisonniers pour se consacrer à un travail plus stable (Guibert, 2018).

---

## Technologie et innovation

---

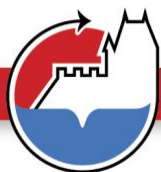
La technologie est de plus en plus présente dans différentes sphères du tourisme : que ce soit pour réserver sa chambre d'hôtel, son billet d'avion ou encore pour trouver les activités à faire lors de nos voyages. Toutes les prestations touristiques peuvent être documentées sur Internet. On retrouve même, dans certains Offices de tourisme, l'intégration du numérique. Par exemple, certains offices proposent l'usage de tablettes afin de permettre aux visiteurs de trouver de l'information sur différents aspects de leur voyage. Cette intégration technologique vise à faciliter la gestion des flux de visiteurs, ainsi qu'à réduire la quantité de papier utilisée dans les brochures (Bernetière, 2018). Dans ce contexte, on peut se demander comment les Offices de tourisme se démarquent pour continuer d'exister dans un monde où la technologie prend de plus en plus de place. Plusieurs d'entre eux, en France et à l'étranger, ont mis en place dans leur bureau des dispositifs numériques qui valorisent leur territoire. Puisque les nouveaux appareils numériques donnent de l'information aux visiteurs sans que les conseillers aient à communiquer directement avec les clients, les conseillers doivent s'adapter et modifier leurs tâches professionnelles en fonction de la demande des clients (Bernetière, 2018). Une typologie en trois temps a été élaborée par Bernetière (2018) afin de comprendre l'évolution des pratiques des conseillers en lien avec l'intégration des outils numériques des offices de tourisme. Cette typologie reflète les trois types d'approches que les offices de tourisme peuvent mettre en place afin d'améliorer l'expérience des visiteurs dans leur bureau. Dans un premier temps, on retrouve « le conseiller expert » qui se veut complémentaire aux outils



technologiques sur place. Si le visiteur a besoin d'explication ou d'information supplémentaire, ce conseiller sera présent pour lui fournir. Le deuxième type de conseiller est « le conseiller médiateur ». Celui-ci soutient les visiteurs dans la recherche l'information sur les dispositifs d'information et joue donc un rôle d'accompagnateur. Il ne donne pas nécessairement l'information directement à l'utilisateur, mais lui indique comment la trouver. Enfin, on retrouve « le conseiller ambassadeur » qui informe directement le visiteur. Il est disposé à donner des recommandations, à proposer des idées, à inviter le visiteur à découvrir le territoire et peut même aller jusqu'à prendre un café avec le visiteur afin d'approfondir la discussion. Les trois types de conseillers représentent des avantages, mais selon Bernetière (2018) les trois devraient être utilisés de manière complémentaire afin d'obtenir un modèle idéal. Un office de tourisme n'utilisant qu'un seul de ces trois types répondra moins bien aux besoins diversifiés des visiteurs, mais pourrait également manquer de ressources humaines en période plus achalandée.

L'innovation, de son côté, ne doit pas être associée ou confondue avec la technologie puisqu'il s'agit de deux concepts différents. En effet, toutes les innovations ne sont pas liées automatiquement à la technologie. Au début des années 2000, par exemple, les agences de voyages se sont faites de plus en plus nombreuses sur le marché, croissance alors perçue comme une forme d'innovation dans le domaine touristique. L'innovation dans le domaine touristique n'est pas toujours facile à mettre en place car l'industrie est formée d'un grand nombre de PME, organisations n'ont pas toujours les moyens financiers nécessaires pour réaliser des investissements importants. Toutefois, certaines entreprises consacrent des sommes importantes et utilisent l'innovation afin de se démarquer. Par exemple, l'une des innovations qui devient de plus en plus présente dans le domaine du tourisme est l'intelligence artificielle. En effet, on la voit apparaître autant au niveau du service à la clientèle qu'en arrière-plan (Khomsi et Bédard, 2018). En hôtellerie, on remarque ainsi l'introduction de robot pour réaliser certaines tâches comme le service aux chambres. Cette intégration des robots se produit surtout dans les hôtels nouvellement construits, évitant ainsi la suppression de postes.

L'emploi en tourisme est un secteur dynamique et essentiel à prendre en compte puisque les ressources humaines sont au cœur de l'expérience vécue par les touristes. Ce sujet se doit d'être étudié non seulement afin de mieux comprendre les différents enjeux liés aux emplois en tourisme, mais également afin que les ressources humaines puissent s'y épanouir. En apprendre davantage sur le sujet permet à toute personne travaillant dans le domaine touristique de mieux comprendre les différents enjeux reliés aux emplois touristiques.



## Pour citer cet article

Lepage, L. (2018). *Les ressources humaines en tourisme*, Chaire de recherche en partenariat sur l'attractivité et l'innovation en tourisme (Québec et Charlevoix), Capsules touristiques, Université Laval, mis en ligne le 22 mai 2018, 5 pages, [http://www.chairedetourisme.ulaval.ca/assets/documents/Ressources\\_humaines\\_Lepage\\_2018.pdf](http://www.chairedetourisme.ulaval.ca/assets/documents/Ressources_humaines_Lepage_2018.pdf)

## Références

Bernetière, C. (2018). « Intégration numérique et pratiques des conseillers en séjour : comment s'approprier son espace de travail ? ». Communication présentée au colloque Les Rendez-vous Champlain sur le tourisme, Angers, France.

Guibert, C. (2018). « Tenir la saison touristique : travailler l'été en station balnéaire ». Communication présentée au colloque Les Rendez-vous Champlain sur le tourisme, Angers, France.

Khomsi, M. et Bédard, F. (2018). « L'intégration des innovations au sein des entreprises touristiques et le rôle des ressources humaines. Cas de l'hôtellerie montréalaise ». Communication présentée au colloque Les Rendez-vous Champlain sur le tourisme, Angers, France.

Ruggieri, M. (2018). « Mutations économiques et culturelles d'un territoire touristique. Le cas de la présence touristique chinoise en région Provence-Alpes-Côte- d'Azur ». Communication présentée au colloque Les Rendez-vous Champlain sur le tourisme, Angers, France.

Violier, P. (2018). « À la recherche du secteur socioéconomique du tourisme ». Communication présentée au colloque Les Rendez-vous Champlain sur le tourisme, Angers, France.