



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue



La formation continue dans le tourisme

La vision des acteurs en Suisse et en Valais



Executive summary

ritzy* et l'Observatoire Valaisan du Tourisme ont lancé ce sondage pour analyser les besoins en formation continue dans le domaine du tourisme. Les résultats donnent de précieuses pistes pour l'avenir.

La formation continue est la principale clé de succès de l'avenir de la branche. Elle peut lui permettre de faire face aux défis futurs et de s'adapter à l'évolution des conditions professionnelles, marquées par l'innovation et l'automatisation. Ce sondage, intitulé «La formation continue dans le tourisme. La vision des acteurs en Suisse et en Valais», a pour but de dresser un état des lieux de la formation continue en Valais et d'évaluer les besoins de la branche du tourisme en Suisse.

- Une attente claire en termes de formation

La formation continue est «**primordiale**» pour quasiment l'ensemble des sondés. **Plus de 80%** d'entre eux ont suivi au minimum un jour de formation durant ces trois dernières années; 70% ont suivi plus de trois jours.

Facteur principal de motivation pour se lancer dans une formation continue: le **besoin d'approfondir les connaissances**. Il est important de «rester à la page», de mettre à jour les connaissances et compétences techniques dans son domaine. La formation continue est également un moyen de **se retrouver entre professionnels**, d'échanger et de réseauter.

Executive summary

- Les freins: le temps et le déplacement

L'**investissement en temps** constitue un frein important à la formation.

Les **formations courtes** devraient être privilégiées et se dérouler en **début de basse saison**. La majorité des répondants sont prêts à effectuer **au maximum 60 minutes de trajet** (aller simple) pour suivre une journée de formation. La plupart des sondés sont séduits par l'idée du e-learning. L'offre de webinaires de ritzy* a donc du potentiel, puisqu'elle diminue les freins liés au déplacement et à l'investissement en temps.

- L'offre: des intérêts différents selon les secteurs

L'intérêt pour les **thématiques de cours** varie selon les secteurs. Les personnes en fonction dans un organisme de promotion sont plus axées sur le développement personnel, les langues, l'e-marketing et les réseaux sociaux. Alors que celles qui travaillent dans le secteur de l'hôtellerie/restauration recherchent également des cours orientés vers l'accueil et la relation avec le client, la stratégie de l'entreprise, la gestion du personnel et la communication/vente.

En termes d' **offre de formation continue**, les professionnels recherchent des cours traitant de la relation et l'accueil du client, du marketing traditionnel et digital, du développement de produits touristique et finalement des cours de langues pour un niveau avancé.



Executive summary

- Reconnaissance attendue

L'obtention d'une certification ou d'un diplôme suite à une formation continue est primordiale pour la majorité des sondés. Ils souhaitent une reconnaissance de leurs nouvelles compétences.

- ritzy* donne satisfaction et doit continuer à se faire connaître

Plus de trois quarts des directeurs, directrices et propriétaires font bénéficier leurs collaborateurs de jours de formation continue. Néanmoins, la majorité de ces derniers ne connaissent pas l'article 19 de la CCNT, qui prévoit 3 jours payés pour la formation continue. Ils prennent connaissances de l'offre de formation continue à travers des **entretiens personnels**.

ritzy* rencontre un franc succès avec l'ensemble des sondés qui sont plutôt satisfaits, voire **tout à fait satisfaits** des cours qu'ils ont suivis jusqu'à ce jour!

Avec une offre de formation continue variée et de qualité, ritzy* soutient les acteurs du tourisme en Suisse et en Valais face aux défis qui les attendent!



Table des matières

- 1. Contexte**
- 2. Méthodologie**
- 3. Analyse générale**
 - Profil des répondant-e-s
 - Historique de formation continue
 - Besoins et attentes envers la formation continue
- 4. Analyses spécifiques**
 - Répondant-e-s avec un poste de direction ou propriétaires
 - Cours ritzy*
- 5. Résumé de l'enquête**
- 6. Recommandations managériales**
- 7. Contact**

1. Contexte

Les résultats présentés dans cette analyse descriptive sont le fruit d'une collaboration entre ritzy*, le programme de formation continue valaisan pour l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme en Valais et ailleurs, et l'Observatoire Valaisan du Tourisme; ritzy* ayant initié et financé le sondage.

Les objectifs de ce sondage sont d'analyser la situation actuelle de la formation continue en Valais et de connaître les besoins de la branche du tourisme en Suisse. Des questions concernant les formations passées, les cours ritzy* ainsi que les besoins et attentes pour le futur ont été posées.

Le sondage a été réalisé en ligne et envoyé à plus de 6'000 personnes, dont des participant-e-s au cours ritzy*. 453 questionnaires (taux de réponse de 7.5%) ont été recueillis après un envoi et deux relances.

1. Contexte

Situation de départ: Pourquoi a-t-on besoin d'une intensification dans la formation continue en tourisme?

- **La capital humain = facteur de succès ou d'insuccès** le plus important dans le tourisme
- **«High Touch» dans un monde «High Tech»:**
La qualification du personnel est décisive pour des relations clients profitables et efficaces. Surtout dans un contexte où l'automatisation des tâches est grandissante.
- **La formation comme investissement et gage de perspective:**
Dans le tourisme, afin de fidéliser la génération Y (née après 1985) et la génération Z (née après 2000), la formation continue devra être intégrée dans le management du personnel et être vu comme un investissement réel.

Source: <http://veilletourisme.ca/2015/07/02/enjeux-humains-du-tourisme-a-lere-numerique>



2. Méthodologie

- **Définition des objectifs de l'enquête**
 - Ritzy*, OVT
- **Rédaction d'une première version du questionnaire**
 - Ritzy*
- **Modification et validation du questionnaire**
 - Ritzy*, OVT
- **Mise en ligne du questionnaire en deux langues**
 - OVT (93 questions)
- **Communication à la base de données**
 - Ritzy*, OVT (6'071 adresses contactées)
- **Etablissement du rapport d'analyse descriptive**
 - OVT (453 répondant-e-s soit un taux de retour de 7.5 %)

2. Méthodologie

Précision sur la manière d'interpréter certains résultats

Les résultats de l'analyse sont présentés sous forme de **graphiques** et/ou de **tableaux de fréquences**.

Les tableaux de fréquences peuvent présenter les résultats **d'analyses simples** ou **d'analyses croisées**.

Un tri croisé permet de mettre en évidence des différences de comportement sur les sous-populations étudiées.

Dans la suite de ce rapport, les résultats des analyses croisées sont présentés dans des tableaux dont les valeurs sont, en fonction de leur signification statistique, affichées en **noir**, **rose** ou **bleu**.

Bien que les valeurs en noir ne doivent pas être négligées, ce sont essentiellement les résultats en rose et bleu qui méritent une attention particulière.

En effet, un résultat bleu signifie que l'observation est caractérisée par une **surreprésentation** statistique. A l'inverse, une valeur en rose indique une **sous-représentation** statistique.

A titre d'exemple, le tableau ci-contre laisse apparaître les résultats du tri croisé de l'étude entre le genre et la fonction .

Croisement de la formation avec le genre

	Une femme	Un homme
Ecole professionnelle (apprentissage (CFC/AFP))	57,7%	42,3%
Haute École Spécialisée (HES)	59,8%	40,2%
Université	46,2%	53,8%
Maturité gymnasiale/professionnelle/spécialisée	63,6%	36,4%
École de culture générale	83,3%	16,7%
Autre	52,9%	47,1%
Ecole supérieure	61,5%	38,5%
Brevet fédéral	50,0%	50,0%



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue

3. Analyse générale: le profil des répondant-e-s



Genres, tranches d'âge et régions

Êtes-vous:

Taux de réponse : **81,5%**

	Nb	
Une femme	217	58,8%
Un homme	152	41,2%
Total	369	

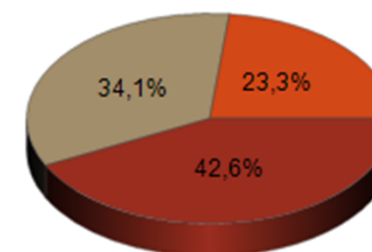
Taux de réponse : **90,1%**

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous?

Taux de réponse : **93,4%**

	Nb	
65 ans ou plus	15	3,5%
55 à 64 ans	76	18,0%
40 à 54 ans	162	38,3%
25 à 39 ans	147	34,8%
20 à 24 ans	21	5,0%
15 à 19 ans	2	0,5%
Total	423	

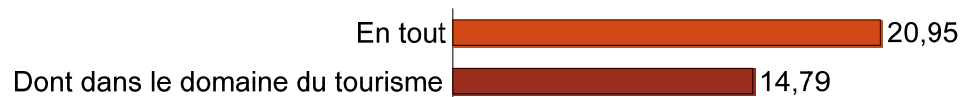
	Nb
Valais francophone	174
Valais germanophone	139
Hors-Valais	95
Total	408



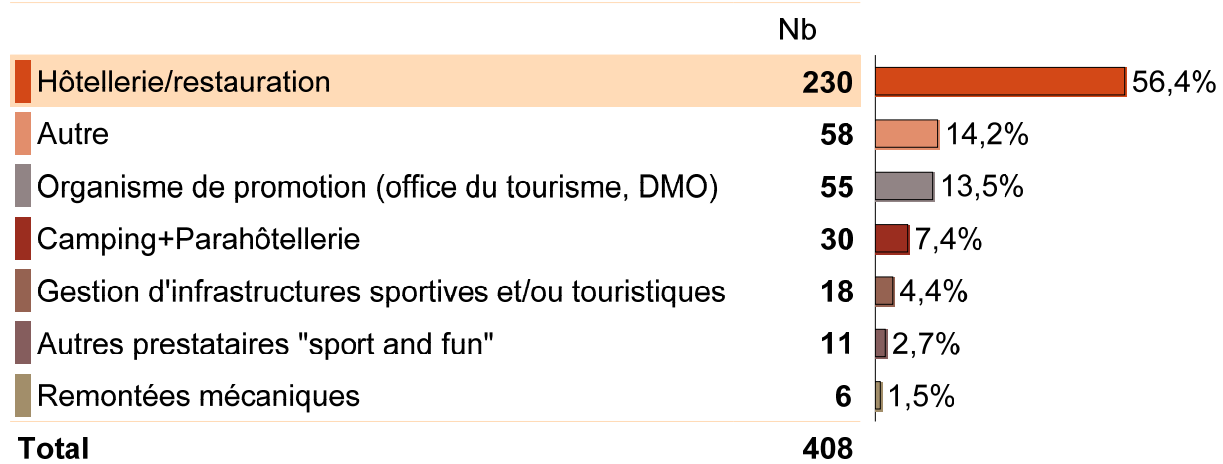
La majorité des répondant-e-s se situent dans la tranche d'âge 25 à 54 ans. Plus de 42% des répondant-e-s travaillent dans une entreprise du Valais francophone et 34% dans le Valais germanophone.

L'expérience professionnelle

Années d'expérience professionnelle



Taux de réponse : **90,1%**

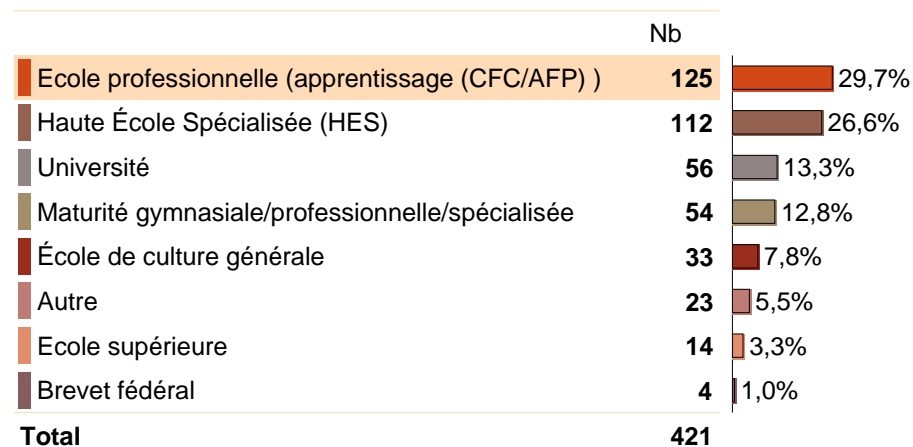


Avec en moyenne 21 années d'expérience professionnelle, dont près de 15 dans le domaine du tourisme, les répondant-e-s sont majoritairement issu-e-s du domaine de l'hôtellerie/restauration.

La formation

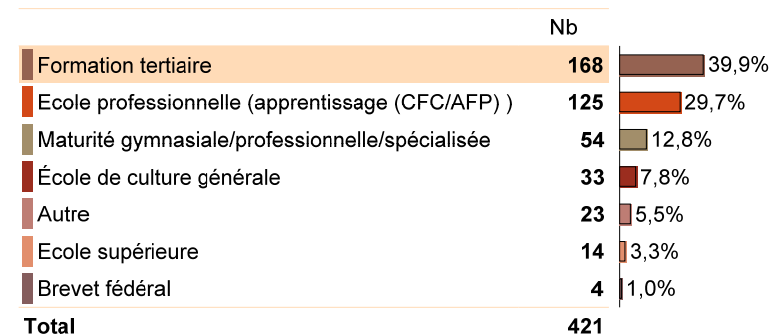
Dans quel type d'institution avez-vous obtenu votre diplôme le plus élevé ?

Taux de réponse : **92,9%**



Dans quel type d'institution avez-vous obtenu votre diplôme le plus élevé ?

Taux de réponse : **92,9%**



Près d'un tiers des répondant-e-s sont issu-e-s de la formation secondaire (ayant obtenu un CFC ou un AFP). Il est intéressant de constater que la formation tertiaire, dans le cas cumulé des HES et universités, représente quant à elle 40% des répondant-e-s.

La formation initiale en fonction du secteur d'activité

weiterbildung
formation continue

Croisement de la formation avec le secteur d'activité

	Unive rsité + HES	Ecole professi onnelle (appren tissage (CFC/ AFP))	Maturité gymnasi ale/prof essionne lle/spéc ialisée	École de culture générale	Autre	Ecole supér ieure	Brevet fédéral	Total
Hôtellerie/restauration	33,9%	33,9%	12,3%	10,1%	4,8%	4,4%	0,4%	100,0%
Autre	49,1%	33,3%	8,8%	3,5%	5,3%	0,0%	0,0%	100,0%
Organisme de promotion (office du tourisme, DMO)	61,1%	13,0%	13,0%	3,7%	3,7%	5,6%	0,0%	100,0%
Camping+Parahôtellerie	23,3%	33,3%	20,0%	6,7%	10,0%	3,3%	3,3%	100,0%
Gestion d'infrastructures sportives et/ou touristiques	61,1%	5,6%	16,7%	11,1%	0,0%	0,0%	5,6%	100,0%
Autres prestataires "sport and fun"	36,4%	27,3%	9,1%	18,2%	0,0%	0,0%	9,1%	100,0%
Remontées mécaniques	33,3%	16,7%	16,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%

Concernant la formation, nous remarquons une différence entre le domaine de l'hôtellerie/restauration et des organismes de promotion. Pour ces derniers, la proportion des sondé-e-s au bénéfice d'une formation tertiaire est surreprésentée. A contrario, le domaine de l'hôtellerie/restauration est surreprésenté pour les formations du type CFC/AFP.

La fonction

Quelle est votre fonction au sein de l'entreprise?

Taux de réponse : **89,6%**

	Nb	
Directeur ou propriétaire	198	48,8%
Cadre	124	30,5%
Collaborateur (et autres)	84	20,7%
Total	406	

Croisement du genre et de la fonction

	Un homme	Une femme	Total
Directeur ou propriétaire	49,7%	50,3%	100,0%
Cadre	39,5%	60,5%	100,0%
Collaborateur (et autres)	18,6%	81,4%	100,0%

Près de la moitié des répondant-e-s occupent une fonction de direction ou sont propriétaires de l'entreprise. Cependant, l'analyse croisée (voir annexe 8.1) démontre que:

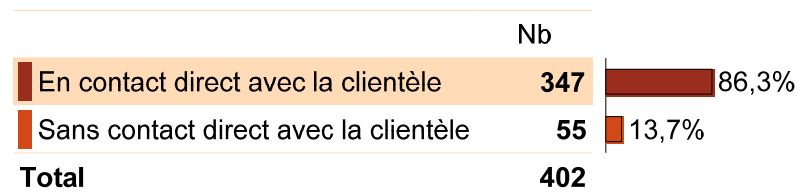
- Ces directeurs, directrices ou propriétaires travaillent dans le domaine de l'hôtellerie/restauration. A contrario, les répondant-e-s actifs/actives dans un organisme de promotion occupent plus fréquemment le poste de collaborateurs et collaboratrices.

Lorsque les variables «fonction» et «sexe» sont croisées, il apparaît que les hommes sont en surreprésentation statistique pour la fonction de directeur ou propriétaire, tandis que les femmes sont surreprésentées en tant que collaboratrices.

Le secteur et le type de contrat de travail

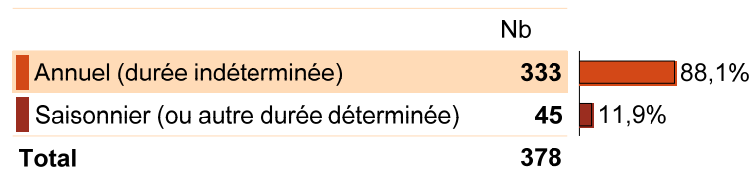
Dans votre poste actuel, vous travaillez:

Taux de réponse : **88,7%**



Quel est votre type de contrat de travail?

Taux de réponse : **83,4%**



Une grande majorité des sondé-e-s sont en contact avec la clientèle et bénéficient d'un contrat de travail à durée indéterminée.



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue

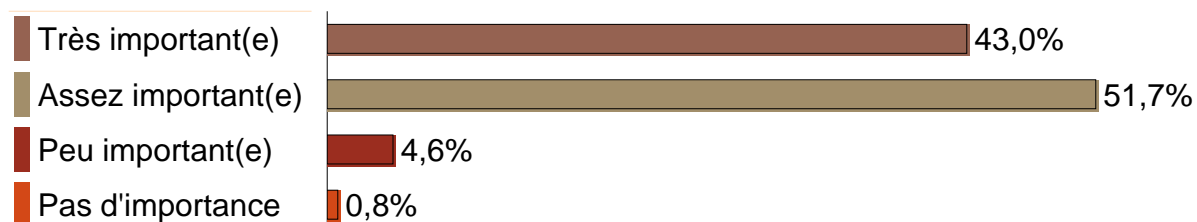
3. Analyse générale: leur historique de formation continue



L'importance de la formation continue

Globalement et personnellement, quelle importance accordez-vous à la formation continue?

Taux de réponse : **86,8%**



Total

Près de 95% des sondé-e-s considèrent la formation continue comme assez importante, voire très importante.

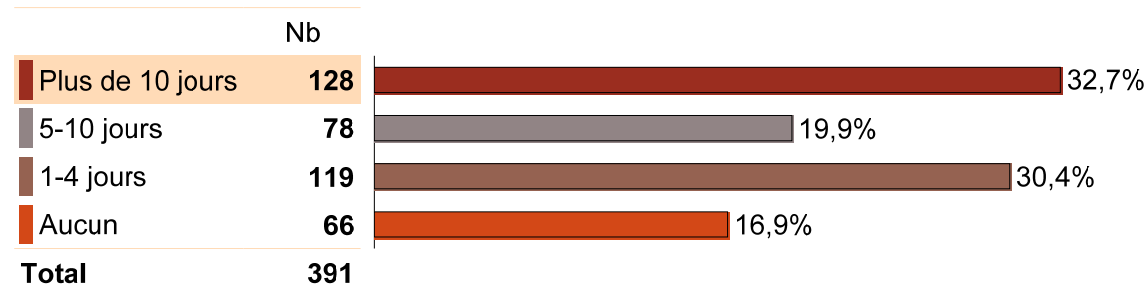
Il est important de souligner que cet avis est partagé entre toutes les moyennes d'âge et les différentes fonctions que peuvent occuper les répondant-e-s.

Le nombre de jours consacrés à la formation continue

weiterbildung
formation continue

Durant ces trois dernières années, combien de jours avez-vous consacré à votre propre formation continue dans votre branche professionnelle?

Taux de réponse : **86,3%**



Un tiers des participant-e-s ont suivi-e-s plus de 10 jours de cours durant ces trois dernières années. Si nous considérons les personnes ayant réalisé plus de 3 jours de formation, la proportion se monte même à plus de 70%.

Les répondant-e-s ayant moins de 9 années d'expérience professionnelle dans le tourisme sont surreprésenté-e-s dans la catégorie « plus de 10 jours ». Les sondé-e-s ayant donc moins d'années d'expérience professionnelle dans le tourisme ont tendance à participer à davantage de journées de formation continue.

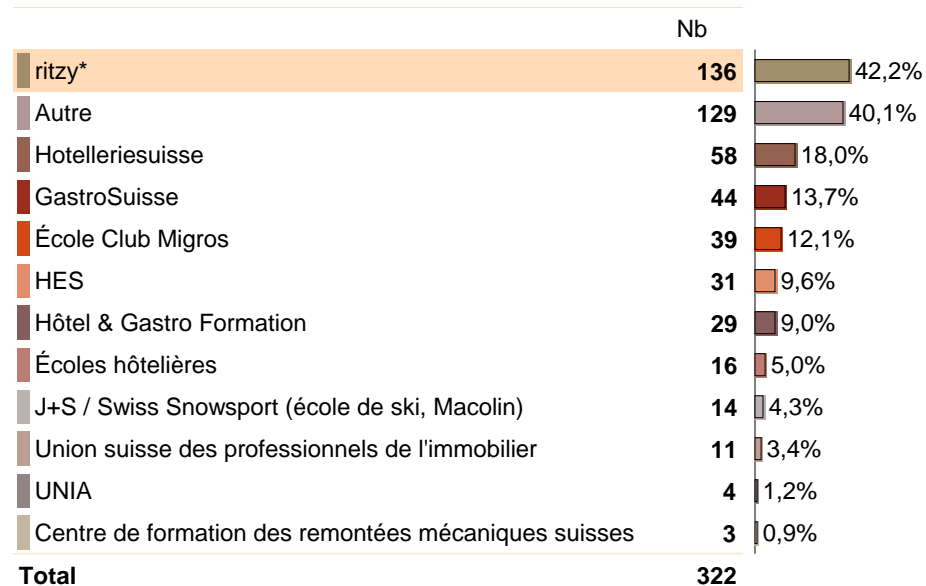
Dans le secteur des organismes de promotion, plus d'un quart des sondé-e-s (28,8%) n'ont suivi aucun cours durant ces trois dernières années. C'est le cas pour seulement 15,2% dans le secteur de l'hôtellerie/restauration.

Les répondant-e-s travaillant dans le Valais francophone ont tendance à consacrer moins de jours que leurs homologues du Valais germanophone.

Les organismes de formation

Quels organismes ont mis sur pied les formations auxquelles vous avez participé? (plusieurs réponses possibles)

Taux de réponse : **83,2%**

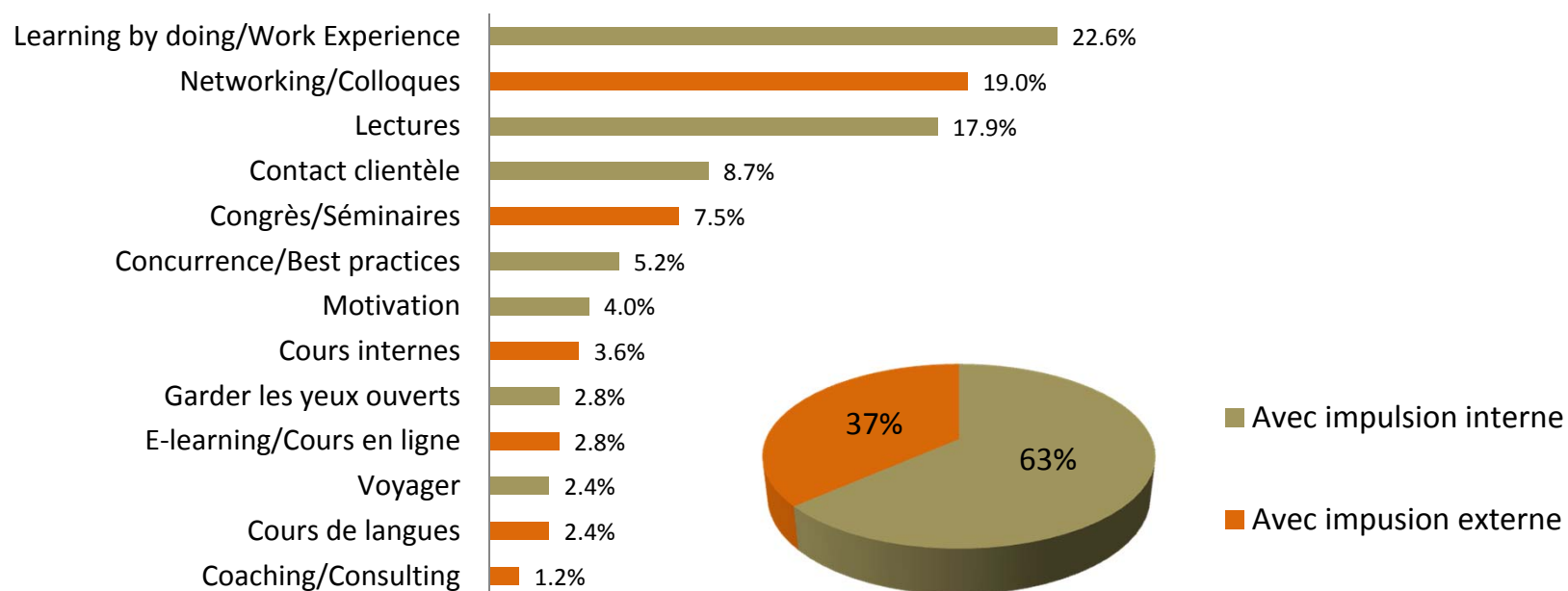


Plus de 42% des formations suivies par les répondant-e-s ont été délivrées par ritzy*, 18% par hotelleriesuisse et 14% par GastroSuisse pour l'entier des répondant-e-s.

La catégorie «autre» comprend des organismes divers tels que l'Université Populaire, la Croix Rouge Suisse ou l'Association suisse des sommeliers professionnels.

Les autres outils de perfectionnement

Autres outils de perfectionnement

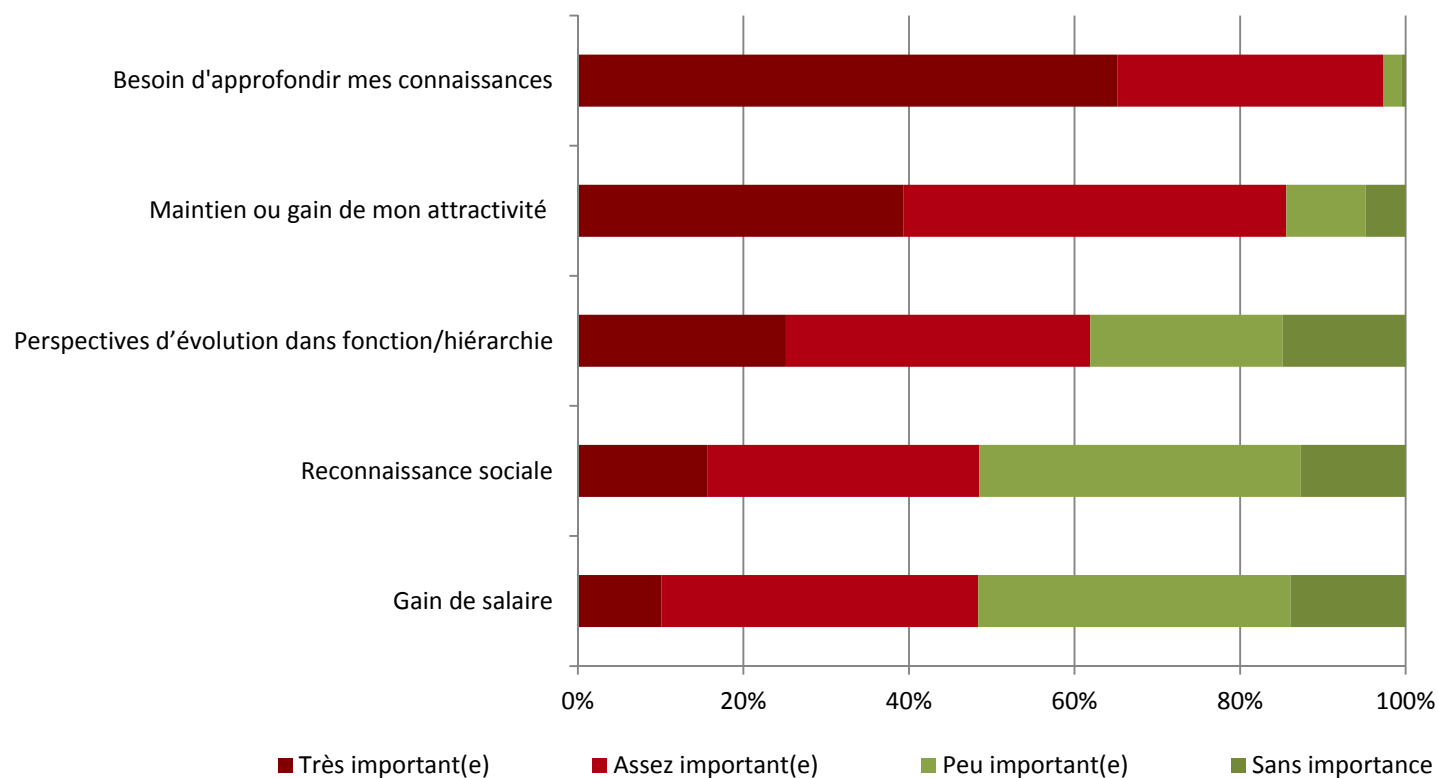


Les outils de perfectionnement additionnels, outre la formation continue, sont principalement l'expérience, les échanges avec d'autres professionnel-le-s, les lectures personnelles et le contact avec la clientèle.

En groupant les outils selon si ils requièrent une impulsion interne ou externe, nous nous apercevons que les pratiques de perfectionnement sont majoritairement liés à une impulsion interne.

Les motivations à la formation continue

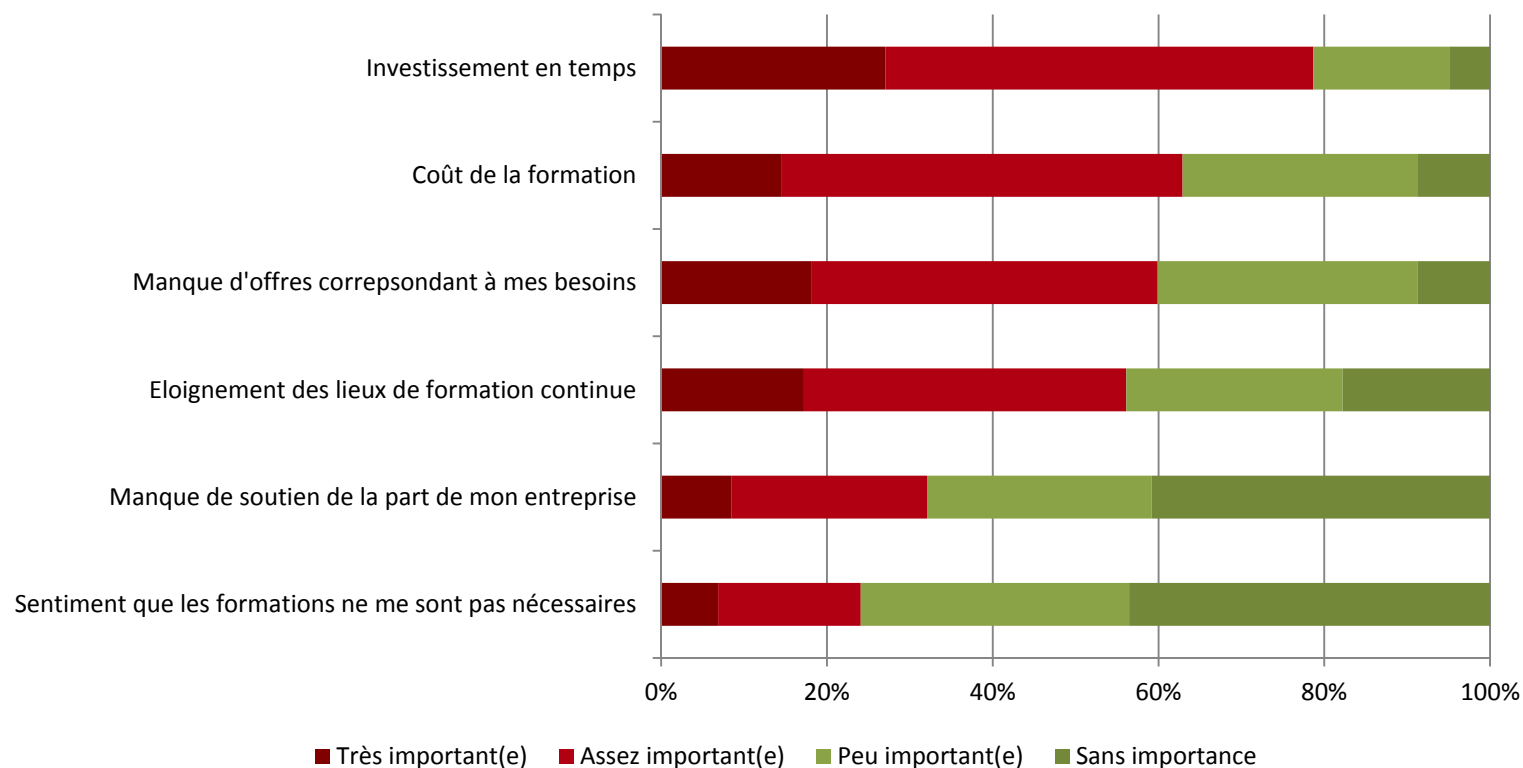
weiterbildung
 formation continue



Le graphique révèle l'importance de différents éléments dans la prise de décision d'effectuer une formation continue. Le besoin d'approfondir les connaissances est le facteur majeur, suivi par le maintien ou gain de l'attractivité sur le marché du travail et finalement la perspective d'évolution dans la fonction ou la hiérarchie.

Les freins à la formation continue

weiterbildung
formation continue

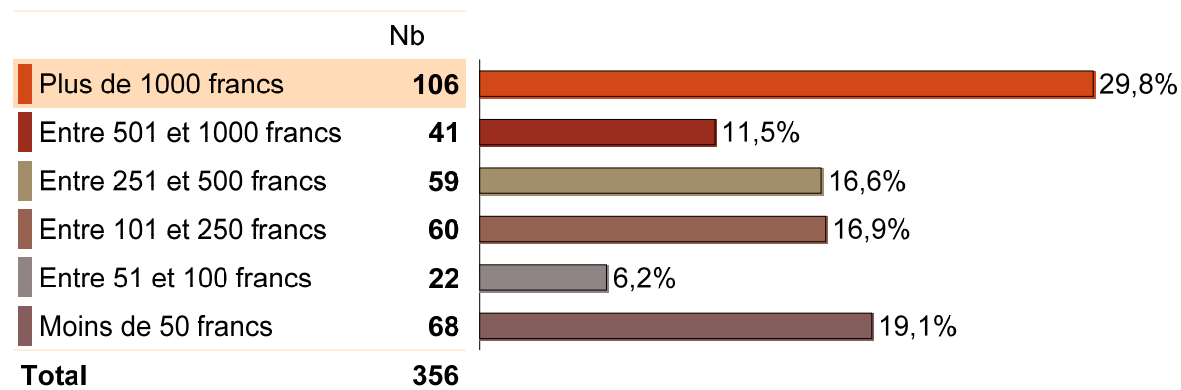


Un des freins majeurs à la formation continue est l'investissement en temps. Selon les répondant-e-s, la conciliation entre la vie de famille et le travail est compliquée. Le coût de la formation peut être un obstacle, toutefois moindre lorsque la personne occupe un poste de directeur. En outre, le manque d'adéquation de l'offre se révèle être également un frein important.

Le coût de leur dernière formation continue

Combien a coûté votre dernière formation continue?

Taux de réponse : **78,6%**



Près de 30% des sondé-e-s ont dépensé plus de 1'000 francs pour leur dernière formation continue. Comme nous pouvons le voir en annexe 8.4, les répondant-e-s occupant une fonction de cadre sont surreprésenté-e-s pour un coût de plus de 1'000 francs. Les personnes travaillant hors-Valais sont également surreprésentées dans cette catégorie.



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue

3. Analyse générale: leurs besoins et attentes envers la formation continue

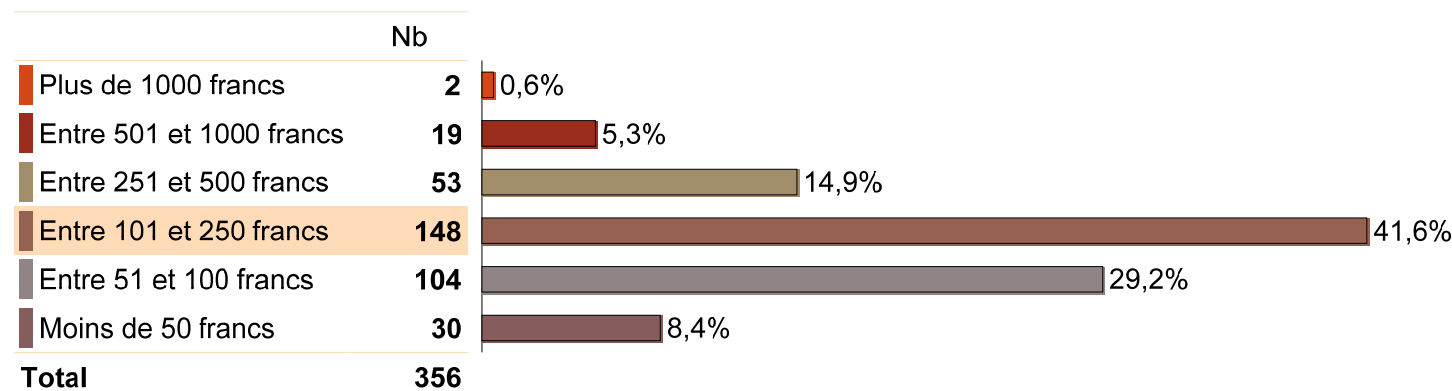


Le coût souhaité d'une journée de formation

weiterbildung
formation continue

Selon vous, combien une journée entière de formation continue doit-elle coûter au maximum?

Taux de réponse : **78,6%**



Une formation devrait coûter entre 101 et 250 francs par jour, voire moins.

Comme nous pouvons le voir en annexe 8.5, la perception est différente selon les secteurs d'activité. L'hôtellerie/restauration est surreprésentée pour le coût d'une formation entre 51 et 100 francs, tandis que les personnes travaillant pour des infrastructures sportives et/ou touristiques sont surreprésentées pour un coût entre 101 et 250 francs.

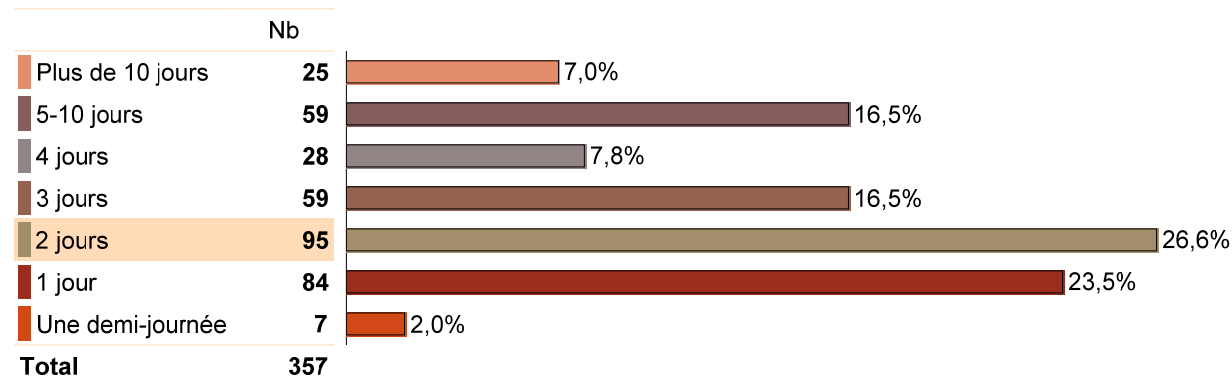
La différence de sensibilité au prix se situe également au niveau du genre. Les femmes, qui sont dans ce sondage surreprésentées dans la fonction collaboratrice, estiment qu'une journée devrait coûter moins de 100 francs.

La durée idéale d'une formation continue

weiterbildung
formation continue

En tenant compte de vos contraintes professionnelles et privées, sur combien de jours une formation continue complète devrait-elle idéalement s'étaler?

Taux de réponse : **78,8%**



La moitié des répondant-e-s affichent une préférence pour une formation s'étalant sur 1 ou 2 jours.

En analysant les résultats au niveau des tranches d'âge (annexe 8.6), les personnes les plus disposées à suivre une formation continue de 5 jours et plus sont âgées de 25 à 39 ans, tandis que les personnes de 40 ans et plus tendent à vouloir suivre une formation de 1, 2 ou 3 jours.

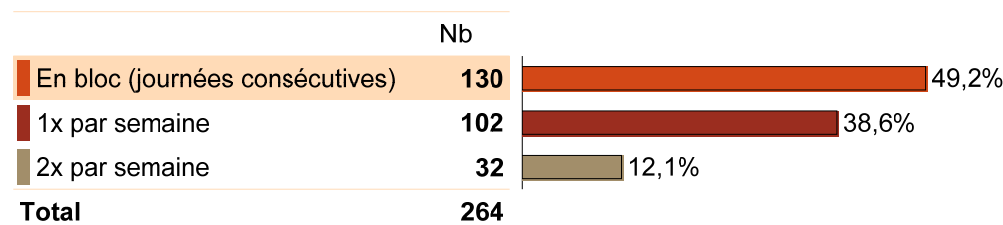
Cette tendance est aussi visible selon l'expérience professionnelle dans le tourisme. Les sondé-e-s avec moins de 9 ans d'expérience désirent se former sur une plus longue durée.

Quant aux divergences entre les secteurs d'activités, l'hôtellerie/restauration privilégie une formation s'étalant sur 1, voire 2 jours, tandis que les personnes actives dans un organisme de promotion sont également disposées à des formations de plus longues durées (5-10 jours et plus de 10 jours).

La fréquence souhaitée d'une formation continue

A quelle fréquence aimeriez-vous idéalement suivre les jours de formation indiqués à la question précédente ?

Taux de réponse : **99,2%**



Croisement de la durée de formation avec la fréquence des cours

	2 jours	3 jours	4 jours	5-10 jours	Plus de 10 jours
1x par semaine	<u>27</u>	22	12	28	13
2x par semaine	<u>4</u>	<u>2</u>	2	<u>19</u>	5
En bloc (journées consécutives)	<u>62</u>	35	14	<u>12</u>	<u>7</u>

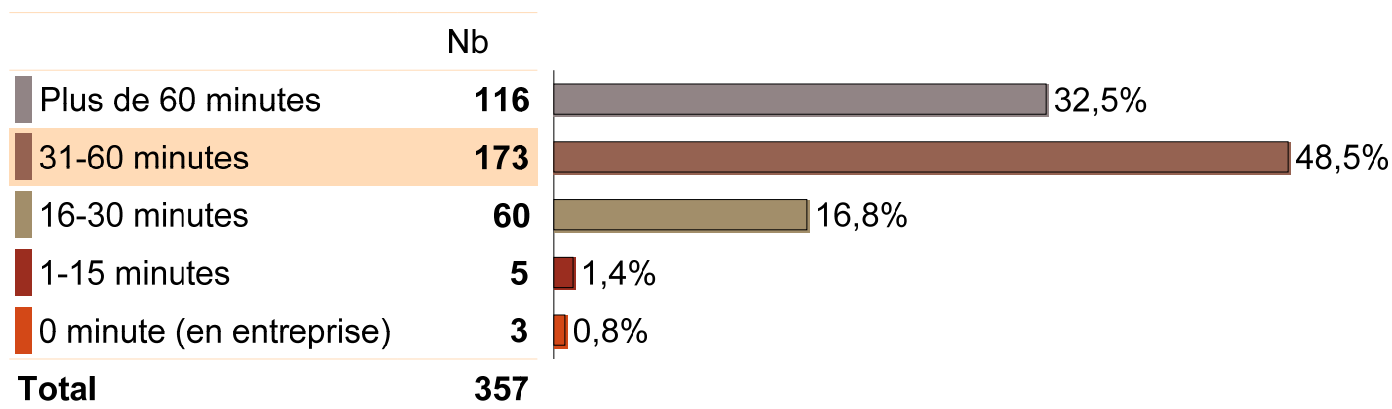
Lorsque la durée d'une formation dépasse une journée, l'alternative du cours bloc, c'est-à-dire des journées consécutives, est privilégiée et cela indépendamment du secteur d'activité ou fonction des sondé-e-s. Cependant, pour les formations de plus longue durée (5 jours et plus), les participant-e-s préféreraient une fréquence de deux cours par semaine, voire un cours par semaine.

La fréquence d'un cours par semaine semble envisageable par les répondant-e-s pour la plupart des durées de formation.

La durée de déplacement

Quelle durée de déplacement (aller simple) êtes-vous prêt à effectuer pour suivre une journée de formation continue?

Taux de réponse : **78,8%**



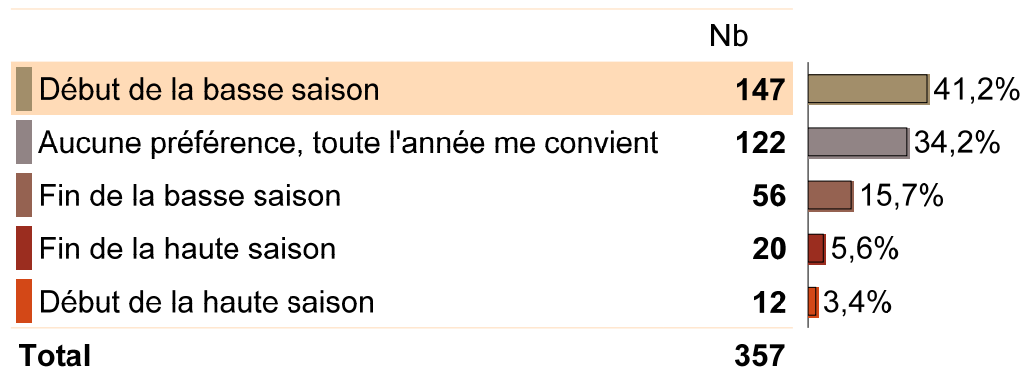
La durée de déplacement pour se rendre à une journée de formation devrait se situer entre 31 et 60 minutes pour un aller simple. Les personnes hors-Valais et Valais germanophone sont davantage disposées à accepter une plus longue durée.

Pour une formation qui coûte plus de 500 francs, une durée de déplacement de plus d'une heure peut être tout à fait envisageable.

La période la plus propice

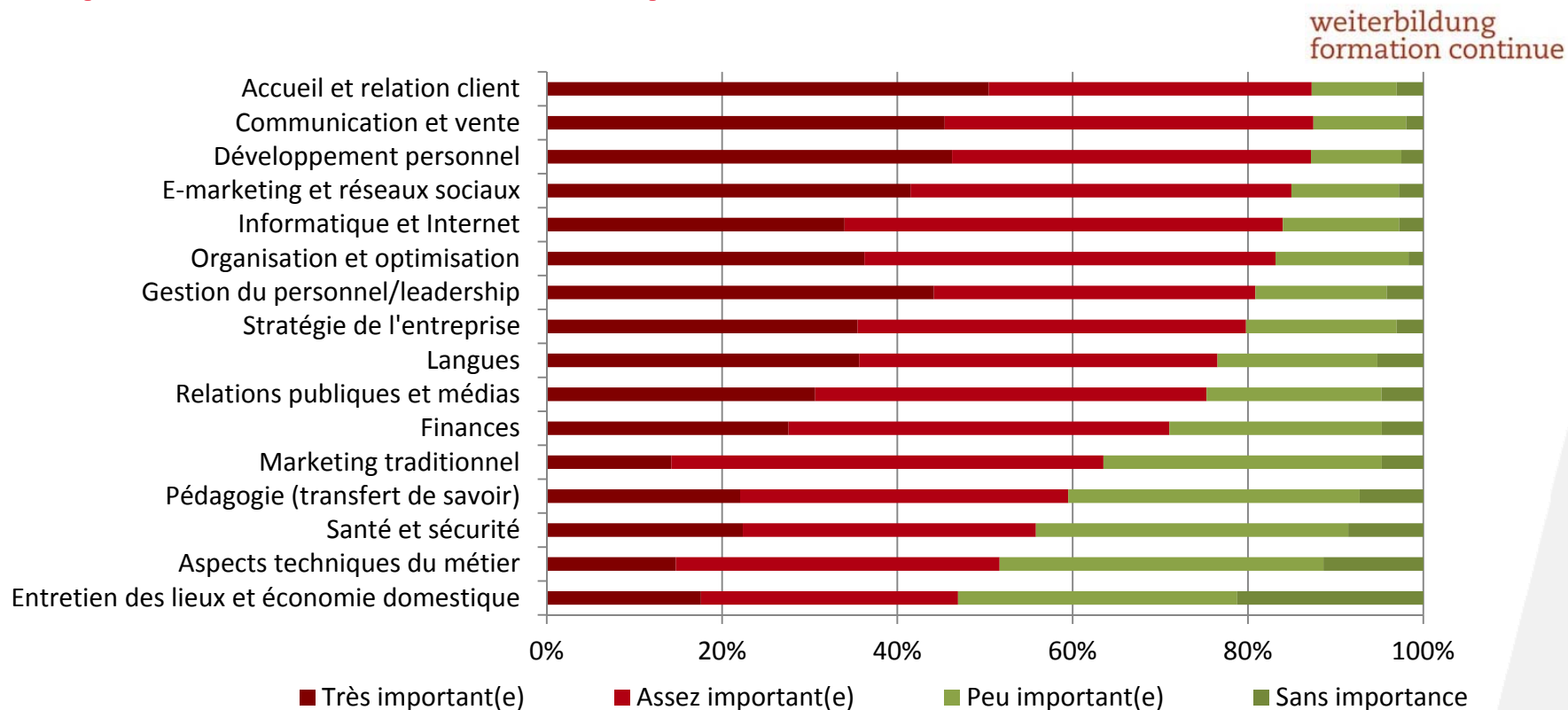
Quelle période serait la plus appropriée pour participer à des cours de formation continue?

Taux de réponse : **78,8%**



Pour tous les secteurs d'activité confondus (voir annexe 8.8), la période la plus appropriée pour participer à des cours est le début de la basse saison. Les sondé-e-s n'ayant aucune préférence sont les personnes qui ne sont pas directement liées à l'effet de la saisonnalité touristique.

L'importance des thématiques de cours



Au yeux des sondé-e-s, l'accueil et la relation client est une thématique essentielle de cours de formation continue. Au même niveau, nous trouvons la communication et vente, le développement personnel et le e-marketing. La liste peut être encore rallongée. Cependant, ce qui ressort de ce graphique est manifestement l'intérêt que portent plus de 50% des participant-e-s à chacune de ces thématiques.

En annexe 8.9, vous trouverez les offres manquantes mentionnées par les sondé-e-s.

L'importance des thématiques de cours

Le secteur **hôtellerie/restauration** est particulièrement intéressé par les thématiques de cours suivantes:

- Accueil et relation client
- Développement personnel
- E-marketing et réseaux sociaux
- Stratégie de l'entreprise
- Gestion du personnel/leadership
- Communication et vente

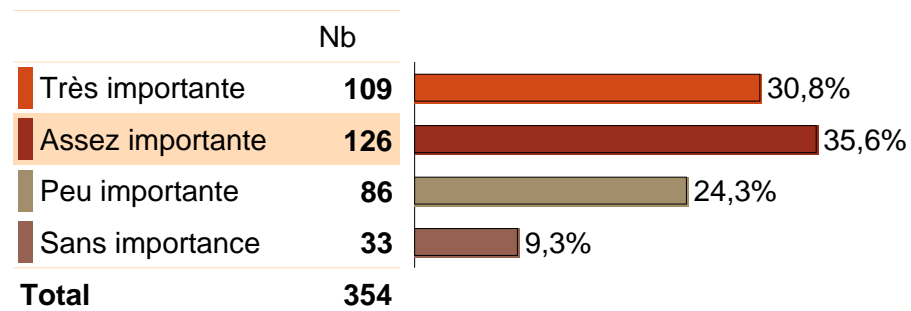
Les **organismes de promotion** sont principalement intéressés par les thématiques de cours suivantes:

- Développement personnel
- Langues
- E-marketing et réseaux sociaux

L'importance d'une certification ou d'un diplôme

L'obtention d'une certification ou d'un diplôme suite à une formation continue est:

Taux de réponse : **78,1%**



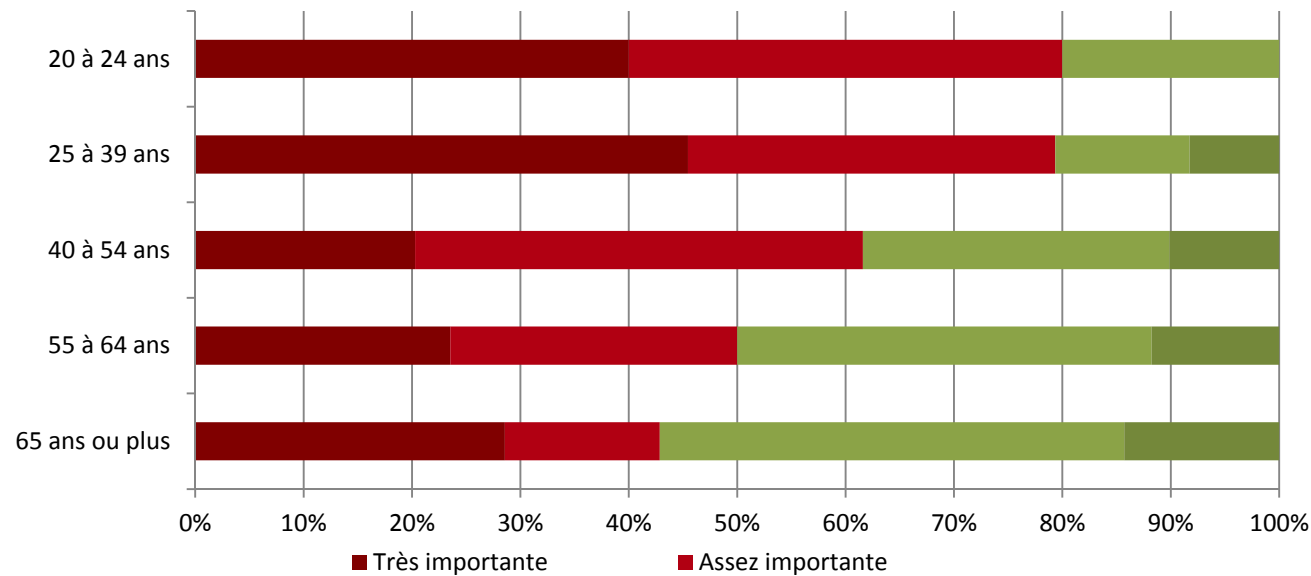
En règle générale, la reconnaissance par un certificat ou un diplôme d'une formation continue est assez importante, voire très importante et cela particulièrement pour les collaborateurs, collaboratrices et les cadres.

A contrario, plus de 40% des personnes occupant un poste de directeur ou étant propriétaire considèrent l'obtention d'une certification peut importante, voire sans importance.

Les sondé-e-s travaillant pour un organisme de promotion sont davantage intéressé-e-s par une certification que les personnes issues du secteur de l'hôtellerie/restauration.



L'importance d'une certification ou d'un diplôme

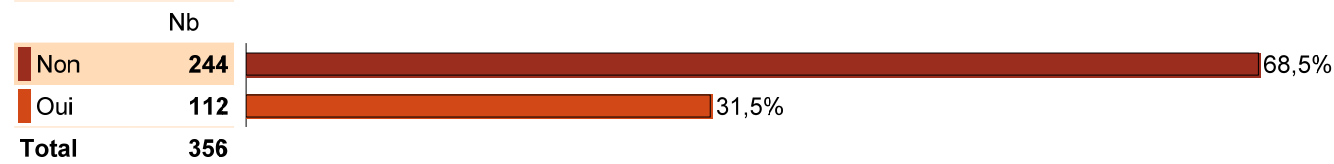


Une différence se situe également au niveau des âges. Les personnes entre 20 et 39 ans accordent davantage d'importance à cet aspect que les personnes plus âgées.

La formation continue de niveau tertiaire

Êtes-vous intéressé par une formation continue au niveau tertiaire (université, HES)?

Taux de réponse : 78,6%



La majorité des répondant-e-s ne sont pas intéressé-e-s par une formation continue de niveau tertiaire.

Le secteur hôtellerie/restauration est surreprésenté pour une réponse négative, tandis que les personnes travaillant pour un organisme de promotion et de gestion d'infrastructures sportives/touristiques sont surreprésentées pour une réponse positive.

Les personnes détenant un CFC sont peu enclines à une formation de niveau tertiaire. Celles ayant déjà effectuées une formation de niveau tertiaire sont les plus intéressées.

Les directeurs, directrices ou propriétaires sont les moins enclins à une formation tertiaire, tandis que les collaborateurs, collaboratrices et cadres sont davantage motivé-e-s.

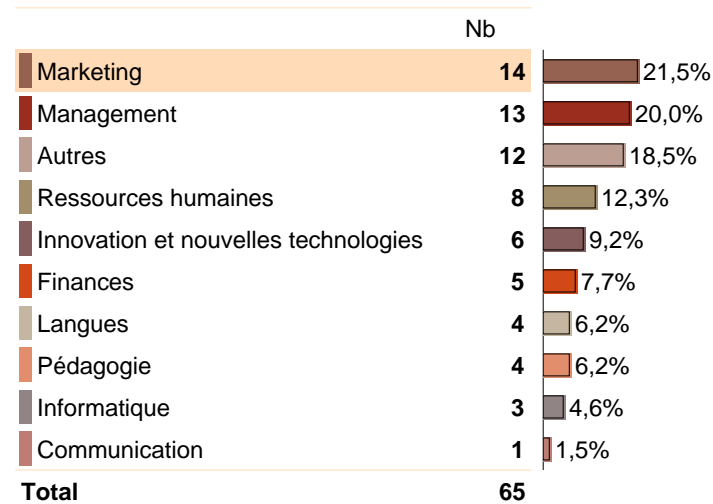
En tenant compte de l'âge des répondant-e-s, les 25-39 ans sont surreprésenté-e-s pour une réponse positive alors que les plus de 55 ans le sont pour une réponse négative.

Le profil type des personnes intéressées par une formation continue de niveau tertiaire est donc:

25-39 ans / actives dans un organisme de promotion / collaborateurs, collaboratrices ou cadres

Les compétences de niveau tertiaire à développer

Autres compétences à développer lors d'une formation de niveau tertiaire

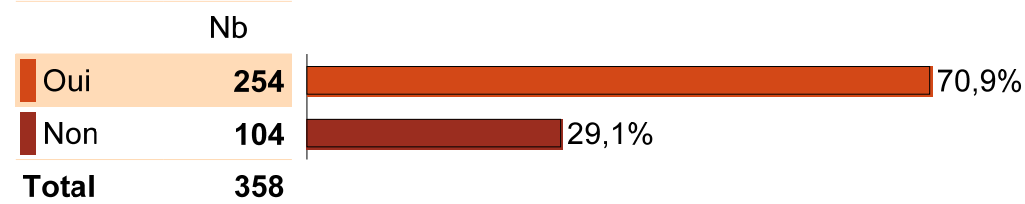


Les personnes concernées par une formation continue de niveau tertiaire ont pu exprimer librement quelles compétences à développer les intéresseraient. La première compétence citée est le marketing, puis le management (gestion d'entreprise, management de l'innovation, management international) et les ressources humaines. La catégorie «autres» englobe des thématiques très diverses qui n'ont été citées qu'une seule fois.

Le e-learning

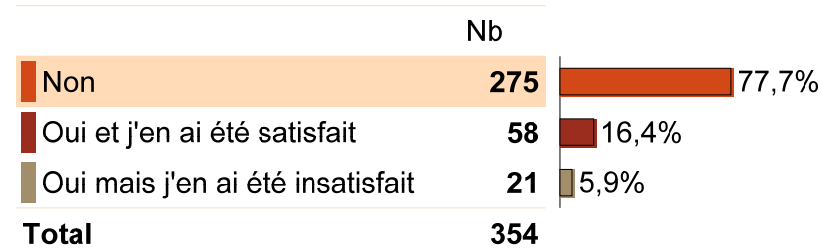
Aimez-vous l'idée du e-learning (cours à distance)?

Taux de réponse : **79,0%**



Avez-vous déjà suivi un webinaire?

Taux de réponse : **78,1%**



L'idée du e-learning séduit. Cependant, peu des participant-e-s ont déjà suivi un webinaire (des réunions interactives via Internet).

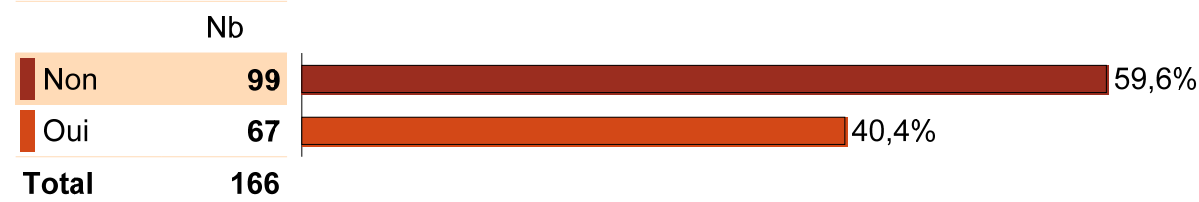
Les personnes ayant suivi un webinaire sont dans l'ensemble satisfaites.

Le e-learning

Concernant les directeurs, directrices et propriétaires:

Seriez-vous intéressé par une offre online ou un webinaire sur mesure afin de former votre personnel?

Taux de réponse : **83,8%**



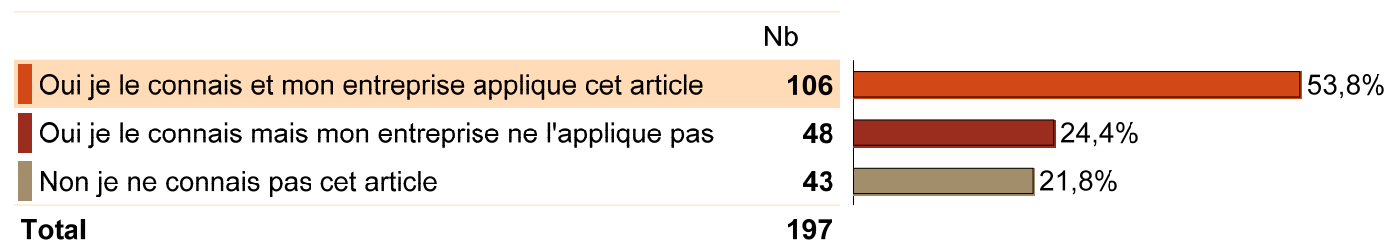
L'intérêt des directeurs, directrices et propriétaires pour une offre online ou un webinaire semble en partie limité. Tous secteurs confondus, seulement 40% sont favorables à une offre en ligne. 44% des directeurs, directrices et propriétaires dans le domaine de l'hôtellerie/restauration sont intéressé-e-s par ces outils. En revanche, les organismes de promotion sont à plus de 66% favorables.

L'article 19 de la CCNT

Concerne les participant-e-s travaillant dans l'hôtellerie/restauration

Connaissez-vous l'article 19 de la Convention Collective National de Travail (CCNT) qui prévoit 3 jours payés pour la formation continue?

Taux de réponse : **85,7%**



Près de 22% des répondant-e-s issu-e-s de l'hôtellerie/restauration ne connaissent pas cet article.

Un peu moins d'un quart des entreprises de l'hôtellerie/restaurations connaissent l'article mais ne l'appliquent pas.



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue

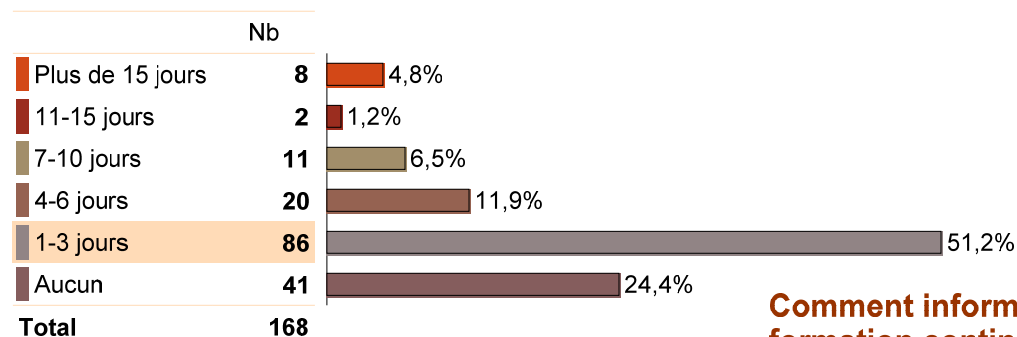
4. Analyse spécifique: les répondant-e-s avec un poste de direction ou propriétaires



La formation continue

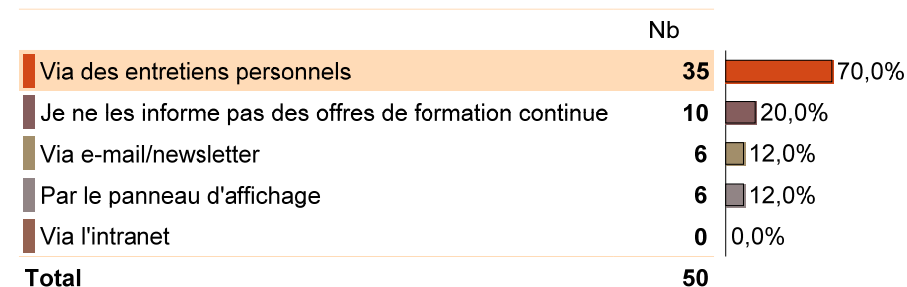
Par année, combien de jours de formation continue faites-vous bénéficier à vos collaborateurs et/ou à vous-même?

Taux de réponse : **84,8%**



Comment informez-vous vos collaborateurs sur l'offre de formation continue?

Taux de réponse : **83,3%**



Plus des trois quarts des directeurs, directrices ou propriétaires font bénéficier leurs collaborateurs, collaboratrices ou eux-mêmes de jours de formation continue et les informent via des entretiens personnels.

Cependant, plus de 30% des directeurs, directrices et propriétaires dans le secteur de l'hôtellerie/restauration déclarent connaître l'article 19 de la CCNT mais ne font bénéficier leurs collaborateurs ou eux-mêmes d'aucun jour de formation continue.



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue

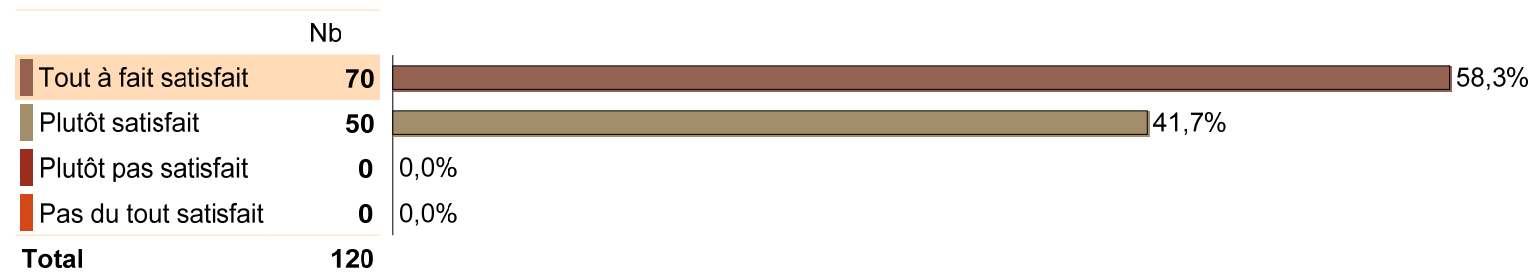
4. Analyse spécifique: les cours ritzy*



La satisfaction générale

Merci de noter votre satisfaction générale concernant le(s) cours que vous avez suivi(s):

Taux de réponse : **88,2%**



Les participant-e-s au sondage qui ont suivi des cours ritzy* en sont tous satisfaits, voire tout à fait satisfaits.

5. Résumé de l'enquête

- La formation continue est **primordiale** pour quasiment l'ensemble des sondé-e-s.
- **Plus de 80%** des sondé-e-s ont au minimum suivi un jour de formation durant ces trois dernières années; 70% ont suivi plus de trois jours.
- Ritzy* est sollicité par **l'ensemble des secteurs touristiques** interrogés. Le programme de formation continue est particulièrement privilégiée par le domaine de l'hôtellerie/restauration. Concernant les organismes de promotion, ils restent un marché à développer.
- Outre la formation continue, les répondant-e-s se forment avec l'expérience pratique, des lectures personnelles et **les échanges entre professionnels**. En effet, ce dernier point a été considérablement souligné à travers les réponses à une question ouverte du sondage.
- Un facteur principal de motivation à effectuer une formation continue est le **besoin d'approfondir les connaissances**. Il est important de «rester à la page» en mettant à jour les connaissances et compétences techniques dans le domaine. La formation continue est également un moyen de **se retrouver entre professionnels**, d'échanger et de réseauter.
- **L'investissement en temps** est par contre un des freins majeurs. Le temps manque et concilier le travail avec la vie de famille n'est pas facile.

5. Résumé de l'enquête

- Selon le secteur, l'intérêt aux **thématiques de cours** n'est pas le même.
 - Les personnes en fonction dans un organisme de promotion sont plus axées sur le développement personnel, les langues, l'e-marketing et les réseaux sociaux.
 - Les sondé-e-s travaillant dans le secteur de l'hôtellerie/restauration recherchent également des cours orientés sur l'accueil et la relation avec le client, la stratégie de l'entreprise, la gestion du personnel et la communication/vente.
- Les dépenses pour leur dernière formation continue varie fortement: **moins de 50 francs jusqu'à plus de 1'000 francs**, indépendamment du secteur d'activité. La dépense pour une formation dépend davantage de la fonction qu'occupe la personne, même si plus de 20% des répondant-e-s ayant dépensé plus de 1'000 francs occupent le poste de collaborateur ou collaboratrice.
- Selon les souhaits des sondé-e-s, une journée de formation ne devrait **pas coûter plus de 250 francs**. Les répondant-e-s issu-e-s de l'hôtellerie/restauration estiment notamment qu'une journée de formation devrait coûter entre 50 et 100 francs.
- Les **formations courtes** devraient être privilégiées et se dérouler en **début de basse saison**. La majorité des répondant-e-s sont prêt-e-s à effectuer **au maximum 60 minutes de trajet** (aller simple) pour suivre une journée de formation.

5. Résumé de l'enquête

- En termes de **l'offre de formation continue**, les professionnel-le-s recherchent des cours traitant de la relation et l'accueil du client, du marketing traditionnel et digital, du développement de produits touristique et finalement des cours de langues pour un niveau avancé.
- **L'obtention d'une certification** ou d'un diplôme suite à une formation continue est primordiale pour la majorité des sondé-e-s. Ils souhaitent une reconnaissance de leurs nouvelles compétences.
- Ces personnes ne sont cependant pas forcément intéressées par une **formation continue de niveau tertiaire**. Les collaborateurs, collaboratrices et cadres sont les plus intéressé-e-s par cette voie, particulièrement les personnes en fonction dans un organisme de promotion.
- La plupart des sondé-e-s sont séduits par l'idée du e-learning. Une majorité n'ont toutefois jamais suivi de webinaires. Il y a sûrement dans cet outil un grand potentiel à développer étant donné que la majorité des sondé-e-s qui l'ont déjà essayé en sont satisfaits. Le webinaire est en outre un moyen de diminuer les freins liés au déplacement et à l'investissement en temps cités précédemment dans le rapport.



5. Résumé de l'enquête

- **Plus de trois quarts des directeurs**, directrices et propriétaire font bénéficier leurs collaborateurs de jours de formation continue. Néanmoins, la majorité de ces derniers ne connaissent pas l'article 19 de la CCNT qui prévoit 3 jours payés pour la formation continue. Ils prennent connaissances de l'offre de formation continue à travers des **entretiens personnels**.
- Le domaine de l'hôtellerie/restauration est peu intéressé par une offre online ou un webinaire, à contrario des organismes de promotion très favorables. Il serait tout de même important de creuser le sujet et d'analyser si certains cours sous ce format peuvent toutefois les intéresser.

6. Recommandations managériales

La formation continue est jugée très importante par l'ensemble des sondé-e-s et ritzy* est sollicité et bien noté par tous les secteurs touristiques.

Néanmoins, les attentes ne sont pas toujours les mêmes entre les sondé-e-s de la branche hôtelière/restauration (HR) et les autres acteurs du tourisme (DMO). Ainsi, il est intéressant de relever les points de divergences majeures :

- Les deux branches préfèrent une durée de formation entre 1 ou 2 jours, mais les sondé-e-s actifs dans un DMO sont aussi disposé-e-s à suivre des cours de 10 jours et plus, ce qui n'est pas le cas dans la branche HR. Les facteurs de motivations pour se former sont aussi bien marqués par l'envie d'échanger entre professionnel-le-s (networking) et le besoin de « rester à la page ».
- L'obtention d'une certification ou d'un diplôme est souhaitée par les deux branches. Une formation au niveau tertiaire intéresse, cependant, que la branche DMO.



6. Recommandations managériales

- Les thématiques de cours souhaitées ainsi que le coût par séminaire accepté divergent : les DMO sont plus axés sur le développement personnel, les langues, l'e-marketing et réseaux sociaux, alors que les HR s'axent sur l'accueil et la relation au client, la stratégie d'entreprise, la gestion du personnel et les séminaires en lien avec la communication et vente.
- Le manque de temps est considéré comme un frein principal à la formation, avec une durée maximale de 60 minutes par trajet pour s'y rendre. En ce qui concerne le coût par séminaire, la journée ne devrait pas dépasser les CHF 250.00 pour la branche DMO alors que la branche HR annonce un max. de CHF 100.00.

Pour répondre aux défis du futur, qui dessinent de nouvelles professions liées au changement socio-culturels, à l'innovation et l'automatisation, une des clés du succès réside dans la formation continue afin de s'adapter à ces évolutions.

7. Contact

Auteurs et collaborateurs:

Roland Schegg, Coordinateur scientifique de l'ITO, HES-SO Valais
Christelle Deillon Stagiaire de l'ITO, HES-SO Valais
Isabelle Frei, Responsable ritzy* formation continue
Amanda Kuonen, Assistante ritzy* formation continue

Observatoire valaisan du tourisme

c/o Institut de Tourisme

TechnoPôle 3
CH - 3960 Sierre

T +41 27 606 90 88
F +41 27 606 90 00

info@tourobs.ch
www.tourobs.ch



weiterbildung
formation continue



Isabelle Frei, Responsable ritzy* formation continue

ritzy* formation continue

c/o Institut de Tourisme

TechnoPôle 3
CH - 3960 Sierre

T +41 27 606 90 31
M +41 79 830 04 31

info@ritzy.ch
www.ritzy.ch