

Les jeunes face à l'emploi dans le secteur du tourisme



**CAMPUS
DES MÉTIERS
ET DES
QUALIFICATIONS**

Soutien au tourisme,
à l'hôtellerie, à l'agri-culinaire
et à la Restauration
Auvergne-Rhône-Alpes

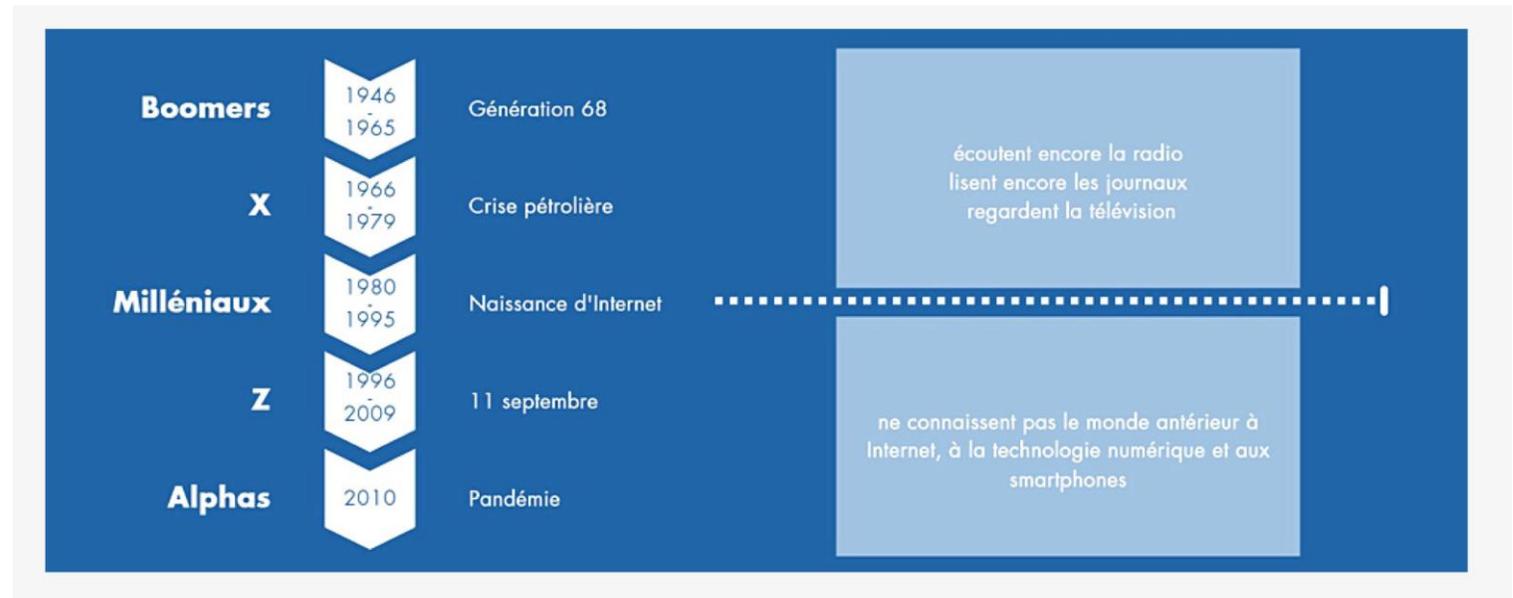


Avec la participation de **Nathan Meyer**, étudiant de Master à l'IAE – USMB

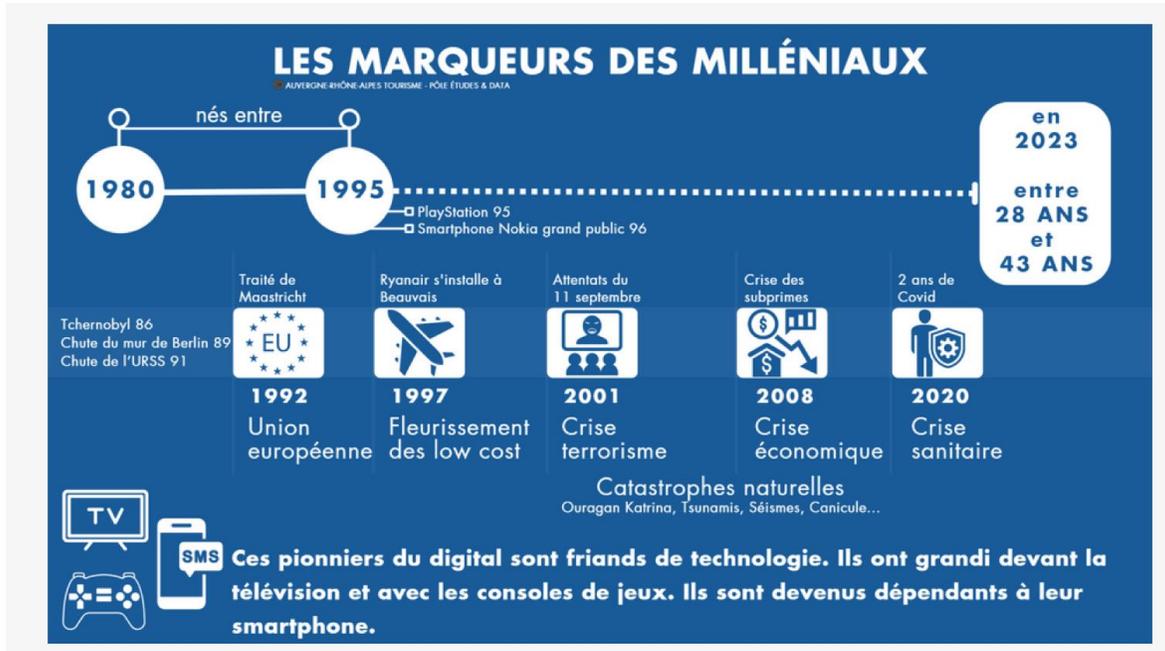


Les jeunes ???

- Catégorie hétérogène → il n'existe pas une catégorie dite « les jeunes »
- Néanmoins, on constate une fracture générationnelle



Des facteurs générationnels



Génération Y

Génération Z



Des facteurs sociétaux

Génération	Contexte sociétal	Caractéristiques
Génération Y (dite « digital natives »)	Internet → horizontalité de l'information et de la connaissance Enfant-roi → Individualisme/narcissisme Moins de débats intergénérationnels du fait d'une cellule familiale resserrée (d'où importance accrue des pairs qui partagent les mêmes idées)	Aime voyager, s'expatrier (Erasmus) Aime apprendre en groupe Besoin d'appartenance mais pas au sens politique (à une grande entreprise par exemple)
Génération Z	Réseaux sociaux Anxiété ++ Moins de respect des statuts	Défiante vis-à-vis des institutions et de la grande entreprise Retour des valeurs politiques (enjeux écologiques et géopolitiques, éthiques,...)

Des facteurs technologiques

- Transformation numérique
- Instantanéité
- Hybridation



LA GARE DE GRENOBLE VOUS PROPOSE DEUX ANIMATIONS DE PRINTEMPS !

TOUS CRÉATIFS !

DÉCOREZ DES GUPS À SUSPENDRE SUR L'ARBRE DE PRINTEMPS
Le 16 avril 2022 toute la journée

DÉCOUVREZ UNE ANIMATION DE BALLONS SCULPTÉS
Les 16 et 18 avril 2022 après-midi



GRENOBLE

100 ans
de **PIANO**
en **GARE**

1^{er} juillet

Vous attendez un train ? Profitez de votre temps en gare pour vous connecter gratuitement, travailler, vous détendre ou vous restaurer.

Impacts

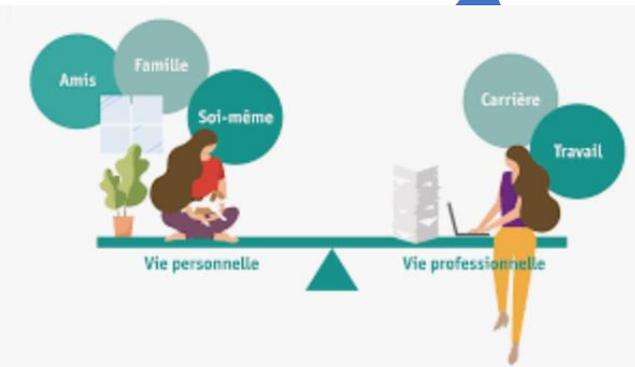
Place du travail dans l'existence

Management des activités et modes d'apprentissage

Facteurs de motivation

Place du travail dans l'existence

« *Le nouveau rapport au travail n'est pas une épidémie de flemme* » (Antoine Foucher)



Trois scenarii ...

Management des activités

Ce que propose l'entreprise	Ce que souhaite le jeune
<ul style="list-style-type: none">- Mise en œuvre dans la majorité des cas, d'une organisation encore très verticalisée (structures hiérarchico-fonctionnelles)- Privilégie « l'exemple » comme mode de transmission ou d'apprentissage avec comme référent « le sachant » dans l'entreprise- Souhaite contrôler l'apprentissage jusqu'à une maîtrise « parfaite » du geste professionnel- Attend des jeunes recrues de la modestie et de l'humilité liés à leur jeune âge- Privilégie le maintien de sphères étanches entre vie professionnelle et vie personnelle	<ul style="list-style-type: none">- L'horizontalité de de l'organisation (voir Isaac Getz)- A la recherche de solutions aux problèmes (la méthode passant au second plan) avec pour référence leurs pairs (forums...)- La tolérance par rapport à une démarche « essai-erreur ». Privilégie l'expérimentation au risque de se tromper- Une participation aux décisions et une liberté dans la prise d'initiative- Mélange des genres entre perso et pro → absence de filtres (la communication en atteste)

Modes d'apprentissage

4 modes d'apprentissage



**Théorie,
Transmission**



Expérimentation



Échanges



**Observation
Imitation**

Facteurs de motivation

- Le salaire « oui mais pas que » !!!!!!!
- Un lieu où le « débat » est possible !
- L'adéquation des valeurs du contexte professionnel avec ses valeurs personnelles
- La possibilité de concilier vie personnelle et vie professionnelle
- L'ambiance de travail (relations aux autres)
- La mobilité et la liberté
- ...



Et le rapport des
jeunes au
tourisme ?

Les jeunes en tant que clients des destinations touristiques



LES PRATIQUES TOURISTIQUES DES JEUNES Le parcours client

- **Inspiration :**
 - L'importance du **bouche-à-oreille** (pairs, entourage)
 - **BAO électronique** sur les réseaux sociaux
- Plus réceptifs aux partages d'**expériences des pairs**

« Je n'utilise pas les réseaux sociaux pour choisir une destination, mais je regarde quand même les stories de mes amis. Et c'est vrai que s'ils font une story comme ça sur la montagne je me dis « Ah j'aimerais bien y aller ! », mais pas volontairement quoi, ce n'est pas le but à la base. »
Solène, 25 ans

- **Premières vacances s'orientent vers des destinations connues**
- Classement des **critères de choix d'une destination :**



1. Prix



2. Accessibilité



3. Dépaysement



4. Large choix
d'activités



5. Hébergement



Jeunes clientèles touristiques

Labellisé par



UNIVERSITÉ
SAVOIE
MONT BLANC

Les jeunes en tant que clients des destinations touristiques



Les jeunes en tant que clients des destinations touristiques



LES PRATIQUES TOURISTIQUES DES JEUNES Le parcours client

- **Partage de l'expérience**

Le partage s'individualise avec le temps

- **18 - 22 ans :**



Stories

Snapchat

- **A partir de 22 ans :**



Stories
Amis proches

Groupes privés
WhatsApp-Messenger

Face-à-face

- **Difficulté à fidéliser**

Inviter au BAO
et à la recommandation



« Le réseau Facebook est devenu trop large au fur et à mesure des années, après avoir accumulé des amis. Maintenant pour moi ça n'a plus trop de sens d'étaler ma vie à tout le monde d'un coup. (...) Je privilégie plus les messages quand je veux le partager à ma famille je l'envoie dans les groupes Whatsapp de famille, ça a plus de sens pour moi. » (Appoline, 24 ans)

Jeunes clientèles touristiques

Labellisé par



Les jeunes en tant que clients des destinations touristiques

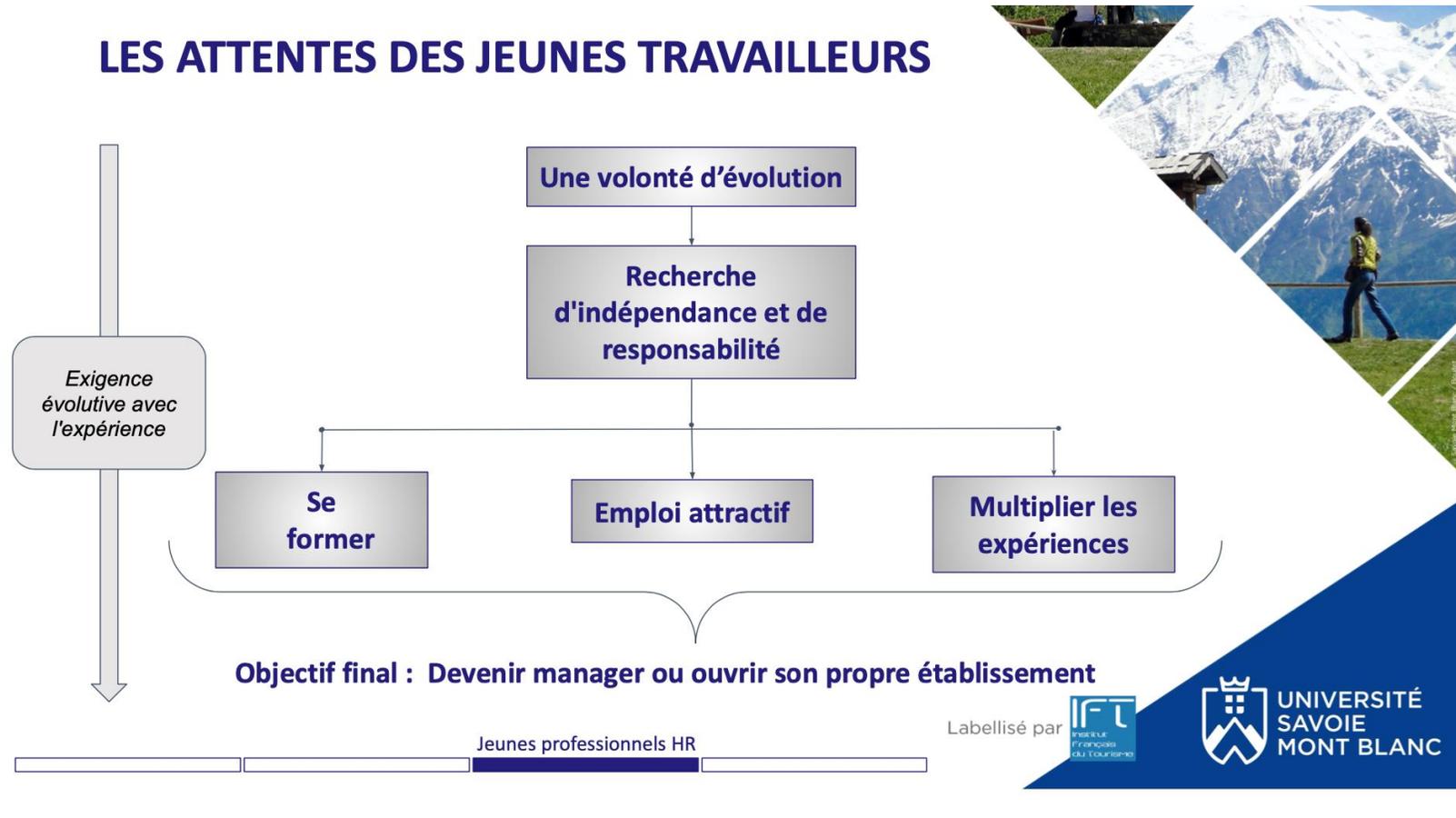
LES ATTENTES TOURISTIQUES DES JEUNES Les vacances réussies



Les attentes des jeunes en matière de vacances réussies	Les attentes sont-elles satisfaites dans la pratique?
Activités diverses et recherche de nouveautés	✓
Le choix de la destination	✓ ✗
Importance de la sociabilité à travers des moments de convivialité, de partage	✓
Respecter son budget : le cas des hébergements et des activités	✓
Les critères attendus au niveau de l'hébergement	✓ ✗
Ne se préoccupent pas nécessairement de la notion de développement durable	✓

Les jeunes comme professionnels du secteur

LES ATTENTES DES JEUNES TRAVAILLEURS



Pistes à explorer pour les entreprises...

- **Favoriser des modes d'apprentissage cohérents avec les attentes de jeunes** (échanges créatifs, partages, expérimentations, ...) → Penser au « mentorat » par exemple,
- **Instaurer un climat de confiance** qui laisse place à la prise d'initiative,
- **Instaurer un management qui « mette du cadre » (règles) tout en gardant de la souplesse, incluant un climat égalitaire,**
- Proposer des « postes riches et variés » > **hybridation des postes** → « polyvalence changeante »
- Expliquer, faire preuve de pédagogie et non donner des instructions descendantes (**contextualiser** → « théorie du sense making »)

Bibliographie

- Douglas Coupland – Generation X – 1991
- Publications de l'Agence Régionale du Tourisme Auvergne Rhône Alpes relatives aux générations Y et Z
- Christine Huchette – Générations X, Y, Z – Présentation effectuée dans le cadre du COEF – 2022
- Gabrielle Halpern – Tous Centaures – Eloge de l'Hybridation - Le Pommier 2020
- Etude des jeunes clientèles touristiques et des jeunes professionnels du secteur Hôtellerie-Restauration – PTMI USMB – Juin 2021
- Mais quel est donc ce nouveau rapport au travail ? – Antoine Foucher, Président de Quintet – Avril 2023
- https://www.lifesciencesite.com/ljsj/life140517/03_32120ljsj140517_12_16.pdf
- https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=nz1RT-xskeoC&oi=fnd&pg=PR7&dq=sensemaking&ots=zI4nBacubh&sig=giY67ObGKd7-sQCrtg_g09RhqTI&redir_esc=y#v=onepage&q=sensemaking&f=false
- <https://youtu.be/9oZUMzQDaw8>