

Le tourisme piégé par la pénurie de RH qualifiées

■ **L'hôtellerie doit changer de «logiciel» si elle veut rester arrimée**

■ **La formation continue sur les lieux, une solution?**

■ **Un nouvel entrant propose des solutions clés en main au sein de l'entreprise**

S'il y a un secteur où la formation continue devrait jouer un rôle capital, c'est bien le secteur hôtelier. Il met en jeu des investissements considérables de capitaux, mais est aussi pourvoyeur en emplois avec 515.000 postes directs. Ses acteurs font face depuis quelques années à des crises cycliques mais aussi à l'installation de nouvelles enseignes internationales qui impose aux professionnels d'anticiper

| Contrat RH | |
|-------------------------|------------------|
| Territoire | Besoin 2011-2020 |
| Atlas et vallées | 4.915 |
| Cap Nord | 12.577 |
| Centre Atlantique | 17.049 |
| Grand Sud Atlantique | 2.001 |
| Maroc Centre | 10.518 |
| Maroc Méditerranée | 13.932 |
| Marrakech Atlantique | 15.389 |
| Souss Sahara Atlantique | 53.619 |
| Total | 130.000 |

Source FNIH

Un contrat programme RH a été mis en place en 2014 entre les professionnels du tourisme avec des objectifs définis par an et par région. Mais si en termes de quantité l'offre est bien réelle, elle manque de profondeur et de pratique, estiment les professionnels

pour gagner des marchés et se différencier dans un univers très concurrentiel. Des petits détails qui font toute la différence et que les patrons d'hôtels cherchent à éviter en dénichant les perles rares. Car,

Le client est roi

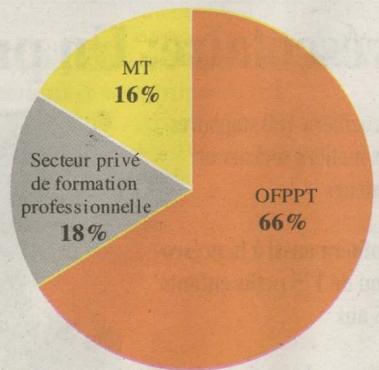
DANS un hôtel, le client est exigeant même pour les petits détails et la réputation d'un palace peut être gâchée par l'attitude d'un serveur ou d'une réceptionniste mal formés ou un cuisinier qui ne respecte pas une démarche qualité. Pour aller vers une meilleure satisfaction client et, par ricochet, la fidélisation du touriste et l'attractivité du secteur il faut des ressources qualifiées. «En formation continue, c'est principalement la catégorie du personnel qui en a le moins besoin qui en bénéficie, c'est-à-dire les cadres, alors que des formations du personnel non-cadre seraient plus pertinentes et plus efficaces», déplore Amine Benabid, fondateur de Stratégie Pro, réseau de consultants pour la formation et l'accompagnement de projets dans le secteur du tourisme. □

malgré le nombre d'opportunités qu'offrent le tourisme et le nombre de postes à créer d'ici 2020, il existe aujourd'hui une véritable pénurie de bons profils. Que ce soit pour des métiers classiques, comme la restauration, l'hébergement, la réception,... ou sur les nouvelles niches récemment développées, telles que le spa et bien-être... L'hôtellerie et le tourisme doivent changer leur «logiciel» s'ils veulent rester arrimés à la croissance du tourisme. Et pourtant, on ne manque pas de main d'œuvre et les ressources humaines ont même été au cœur des visions 2010 et puis 2020 avec une augmentation conséquente des instituts de formation sous tutelle du ministère du Tourisme ou encore de l'OFPPPT. Mais, les attentes des professionnels sont axées au niveau qualitatif principalement sur les besoins en techniciens dans les métiers de base: cuisine, service en salle, réception, service des étages, pâtisserie, etc. Une importante demande s'exprime aussi sur les compétences dans les métiers de gestion, d'animation, de promotion et marketing, d'hygiène, de balnéothérapie, de développement touristique et de guide accompagnateur. Les visions 2010 et 2020 ont bien consacré plusieurs chantiers à la formation des ressources

humaines, mais sans aller jusqu'au bout. Résultat, des ressources humaines faibles qui demandent une sérieuse mise à niveau. «On manque surtout de main d'œuvre qualifiée» ne cessent de marteler les professionnels du tourisme. En effet, un client préférera l'hôtel X à l'hôtel Y pour le confort, l'emplacement mais surtout pour le service. Sur le terrain, le constat est mitigé. Peu d'hôtels accordent de l'importance à la formation du personnel non cadre, explique Amine Benabid, fondateur du réseau Stratégie Pro. Certains chefs d'entreprise ne perçoivent toujours pas le

bien-fondé d'assurer la formation à leurs employés. «D'autres vont même jusqu'à penser que les travailleurs une fois formés quitteraient l'entreprise et considèrent donc qu'un investissement en formation serait une pure perte», déplore Lahcen Zelmat, président de la Fédération nationale de l'industrie hôtelière et du Giac tourisme. A la réticence des propriétaires des unités d'hébergement, s'ajoute celle du personnel qui -même s'il en est le grand gagnant- a du mal à accepter ces formations. L'investissement en temps, le déplacement de l'employé vers un centre de formation, et l'absence d'une offre adéquate peuvent aussi paraître comme freins. Pour Amine Benabid, on peut former un serveur en 6 mois. «Il suffit d'un peu d'audace et d'innovation, explique le fondateur de Stratégie Pro. Ses experts et formateurs sont des professionnels du «milieu» avec une double compétence «métier» et «formation» et qui participent à la formation de 200 à 300 professionnels de la restauration, de l'accueil touristique, de l'esthétique par an. L'avantage de ce genre de formation est que tout se passe au sein de l'entreprise. «Nous nous déplaçons à la demande du professionnel et proposons une offre d'ingénierie et de formation modulable

66% des lauréats formés par l'OFPPPT



Source: FNIH

La capacité globale de formation dans les métiers de l'hôtellerie repose essentiellement sur le dispositif public

qui peut aller de l'audit jusqu'à la mise en place de solutions de gestion ou de montée en compétence». Les experts du réseau sont capables de diagnostiquer les besoins, de proposer des solutions pragmatiques et de les mettre en place dans le cadre, par exemple, d'une montée en qualité d'une brigade de restaurant gastronomique. Au Maroc, et dans ce domaine Stratégie Pro est un précurseur et il y a de fortes attentes auprès des professionnels pour ce genre de formation. □

Badra BERRISSOULE