

Evaluation des diplômes

Licences Professionnelles – Vague B

ACADÉMIE : ROUEN

Établissement : Université du Havre

Demande n° S3LP12002110

Dénomination nationale : Commerce

Spécialité : Conception et commercialisation de produits touristiques

Présentation de la spécialité

Ouverte en 2006 et portée par l'IUT avec la participation de la Faculté des Affaires internationales, de l'UFR « Lettres et sciences humaines » et du centre de formation continue de l'université du Havre cette licence, construite en étroite partenariat avec les milieux professionnels, a pour objectif de permettre à des jeunes et moins jeunes (en formation continue éventuellement) d'acquérir la connaissance de la commercialisation de produits touristiques, de la construction du produit et son adaptation aux besoins spécifiés à la vente elle-même. Les formations en tourisme à Bac+2 n'offrant pas véritablement ces compétences, cette licence a pour vocation de fournir des opérateurs ayant une bonne connaissance des acteurs du tourisme, des réseaux, en même temps qu'une connaissance du marché pour construire des produits correspondants aux demandes des clients. Les métiers visés (niveau II) sont ceux de commercial « produits touristiques » (offices de tourisme), commercial en agence de voyages, commercial dans de grands établissements touristiques, coordinateur de projets, promoteur de projet, animateur local (aide aux partenaires locaux).

Indicateurs

Principaux indicateurs (moyenne sur 4 ans ou depuis la création si inférieure à 4 ans) :

Nombre d'inscrits	16 (11/19)
Taux de réussite	92 %
Pourcentage d'inscrits venant de L2	25 %
Pourcentage d'inscrits en formation initiale (hors apprentissage et contrats de professionnalisation)	70 à 95 %
Pourcentage d'enseignements assurés par des professionnels	63 %
Pourcentage de diplômés en emploi (à 1 an et à 3 ans)	50 à 65 %

Bilan de l'évaluation

• Appréciation globale :

La formation vise de manière judicieuse un créneau professionnel où la demande est forte tant au niveau du domaine économique, le tourisme, que des compétences, collaborateurs d'agence ou d'institutions formés à la conception et à la vente de produits touristiques. Cette formation peut donc être choisie soit comme une année complémentaire à la suite d'un BTS (Brevet de technicien Supérieur) « Tourisme » soit comme une année de spécialisation après un DUT (Diplôme Universitaire de Technologie) « Technique de commercialisation » ou une formation plus générale de licences (langue en particulier). De ce fait, le recrutement des étudiants est diversifié avec une part non négligeable provenant de licences générales (parfois déjà validées). Elle accueille aussi des stagiaires de formation continue. Enfin, elle accueille un contingent, variable en nombre et origine, d'étudiants étrangers.

L'équipe pédagogique gère efficacement et de manière pragmatique cette diversité. Un des points forts de cette spécialité est la participation très forte des professionnels dans tous les aspects de la formation. Leur place est éminente dans l'enseignement tant en volume (63 %) que par le mode d'intervention (prise en charge de nombreux enseignements concernant le cœur de métier). Le nombre d'intervenants est assez limité, ce qui est un gage d'efficacité, mais la diversité est importante et leur choix parfaitement adapté aux enseignements délivrés. Les professionnels sont par ailleurs fortement impliqués dans le fonctionnement de la licence, du recrutement des étudiants au pilotage de l'ensemble. Le conseil de perfectionnement est en place et joue bien son rôle.

L'insertion professionnelle des diplômés est tout juste satisfaisante (taux variant entre 50 et 65 % suivant les promotions). Certes les emplois occupés montrent une bonne adéquation par rapport à la formation, mais il est parfois difficile de distinguer en quoi l'obtention de la licence a favorisé le recrutement. Un suivi de cohorte sur plusieurs années ou des enquêtes ciblées pourraient être utiles pour vérifier ce point. Les oscillations, importantes et surprenantes, du taux de poursuite d'études interroge et le dossier n'éclaire guère ce phénomène qui ne deviendrait inquiétant que si des taux élevés perduraient (ce qui ne semble pas le cas). Si l'équipe pédagogique prévoit, sagement, le maintien des effectifs au niveau actuel, on peut néanmoins s'interroger sur le devenir de cette formation car les orientations proposées semblent périlleuses. La nouvelle loi sur la répartition des compétences entre les collectivités territoriales va bouleverser la donne actuelle. Si seules les Régions ont demain la compétence tourisme, qu'advient-il des structures départementales de types CDT (Comité Départemental du Tourisme) ? De plus, les métiers occupés par les diplômés le montrent, les débouchés sont et seront vraiment ceux affichés dans le titre même du diplôme. Un affichage plus affirmé sur les techniques de marketing et de vente en ligne permettrait certainement une meilleure insertion professionnelle et plus durable.

On soulignera le caractère synthétique mais complet du dossier. La fiche d'auto-évaluation réalisée par l'établissement a été utilisée à bon escient par l'équipe pédagogique.

- Points forts :
 - Une très bonne articulation et une forte participation des milieux professionnels.
 - Un recrutement diversifié et bien géré.
 - L'ouverture internationale.
- Points faibles :
 - Une insertion professionnelle à peine moyenne.
 - La « valeur ajoutée » de la formation n'est pas clairement démontrée.
 - Des variations d'indicateurs (insertion versus poursuite d'études) inexplicables.

Notation

- Note de la spécialité (A+, A, B ou C) : B

Recommandations pour l'établissement

Il conviendrait de définir les métiers visés (en partant de la réalité de ceux occupés par les diplômés des promotions précédentes) afin de mieux définir le concept de « commercial » appliqué au domaine touristique. A ce titre, il serait nécessaire d'ouvrir la formation à des intervenants du milieu de l'e-tourisme : agence en ligne, hôtellerie de chaîne, agence de communication spécialisée sur le e-commerce. Cette licence devrait pouvoir ainsi justifier sa « plus value » car la demande des employeurs est forte sur ces compétences encore peu développées.