

Le stage en milieu professionnel dans la formation en tourisme

Jean-Marc Descôteaux

Volume 11, Number 1, March 1992

La formation en tourisme : à la croisée des chemins

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1078944ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1078944ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Descôteaux, J.-M. (1992). Le stage en milieu professionnel dans la formation en tourisme. *Téoros*, 11(1), 17–23. <https://doi.org/10.7202/1078944ar>

Le stage en milieu professionnel dans la formation en tourisme

Jean-Marc Descôteaux



Madame Josée Claprood, étudiante au baccalauréat en G.I.T. de l'UQAM, a reçu le prix d'excellence de la R.I.O. qui lui permettra d'être rémunérée pour faire son stage d'études dans cette institution. Monsieur Robert Lépine, directeur des services touristiques de la R.I.O. lui a remis ce prix.

Qui n'a pas déjà entendu ou même constaté que les réalités et les enseignements reçus en milieu universitaire sont parfois, voire même souvent, éloignés de la vie réelle en milieu de travail? Voilà pourquoi nous tenterons ici d'analyser la problématique des stages en tourisme et d'en déceler l'importance stratégique dans le cheminement professionnel et la formation des étudiants. Cette réflexion s'inscrit dans une large démarche, perceptible dans l'ensemble des milieux universitaires. «Aux quatre coins du Québec, les différentes institutions réorientent leurs programmes pour faire face aux nouveaux défis du marché et de la société»⁽¹⁾.

Qu'est-ce qu'un stage?

L'exemple classique demeure à ce niveau les programmes Coop de l'Université de Sherbrooke. Cette formule, introduite en ingénierie et au MBA en 1966, représentait

alors la première initiative québécoise vers une révision de l'enseignement, purement et strictement magistral, dans les universités. Quelque 25 ans plus tard et étendue à la majorité des programmes de l'Université de Sherbrooke, force est de constater que «la formule permet (...) aux étudiants d'acquérir une solide formation théorique de même qu'une expérience pertinente de travail, en faisant alterner sessions de cours et stages de formation en entreprise»⁽²⁾.

Aujourd'hui, à l'aube de l'an 2000, alors que connaissances, techniques d'intervention et technologies de pointe sont vite périmées, on peut se demander à juste titre quel type de bagage il reste à l'étudiant après une formation universitaire (ou collégiale)? Selon Nicole Fortin qui a élaboré un document sur la problématique des stages pour le ministère de l'Éducation du Québec (MEQ) en 1984, «ce qui reste de la formation, c'est la capacité d'analyser et de comprendre des situations humaines complexes, cette capacité de s'adapter, de créer et d'inventer sa profession presque quotidiennement. Les stages sont l'espace de formation qui vise l'exercice et l'apprentissage de ces habiletés»⁽³⁾.

Les stages, peu importe le champ d'études de l'étudiant, représentent l'une des dimensions importantes de la formation pratique. «Les stages sont une forme, un élément de formation pratique qui s'inscrit dans un ensemble plus vaste que constituent les programmes de formation universitaire»⁽⁴⁾. Le volet *formation pratique* peut proposer un large éventail d'activités dirigées, dépendamment des programmes. Il peut s'agir de laboratoires pratiques (ex.: en informatique), de productions théâtrales dirigées ou libres (en art dramatique), de cours-ateliers (URB-1023 - Atelier sur les intervenants touristiques en GIT, atelier en journalisme au baccalauréat en communications), de cours-séminaires sur une thématique précise (URB-4139 - Séminaire: réseaux de distribution en tourisme et transports), d'activités «terrain» jumelées à un cours (ex.: un voyage en France, organisé dans le cadre du cours URB-4135 - Installations touristiques), etc. Toutes ces activités, qui diffèrent des stages, possèdent leurs caractéristiques propres et contribuent à préparer la future vie professionnelle des étudiants.

Bien sûr, l'implication de la gente étudiante dans des activités complémentaires au cheminement académique, aussi appelées activités «para-scolaires», permet également d'enrichir, de compléter les enseignements reçus et d'introduire à sa manière aux réalités de la vie professionnelle en milieux de travail. Nous aborderons d'ailleurs ce point au cours de notre réflexion. Nous ne pouvons nier l'aspect formateur de toutes les activités ci-haut mentionnées, et plus particulièrement, celui des stages en entreprise.

Définition d'un stage

Stage (cours-stage): activité siglée de formation pratique, inscrite dans un programme d'études qui se réalise dans un organisme d'accueil selon le syllabus prévu à cet effet et selon un cadre général défini par les modules⁽⁵⁾.

Le stage⁽⁶⁾ doit être considéré comme un moyen pédagogique, parmi d'autres, pour parfaire la formation pratique et professionnelle. Sa caractéristique principale est de

¹ Monsieur Jean-Marc Descôteaux est chargé de cours au Département d'études urbaines et touristiques à l'Université du Québec à Montréal.

mettre à contribution au plan pratique un praticien d'un milieu généralement externe à l'université.

Ainsi, différencié des autres activités pratiques d'un programme spécifique, le stage exige de préciser un certain nombre de conditions à respecter, à cause de la collaboration et de l'association d'entreprises externes à la mission de formation de l'université. Tout stage - de niveau universitaire ou collégial - devrait respecter des conditions minimales parmi lesquelles nous retenons ici:

- la préparation des étudiants à leur stage;
- l'encadrement et le suivi des étudiants *avant, pendant et après* le stage;
- relevant des modules impliqués, l'évaluation des apprentissages réalisés par les étudiants durant leur période de stage en entreprise;
- la cueillette des réactions des milieux concernés sur les étudiants, la formule et le vécu des stages ainsi que sur les programmes de formation, dont les étudiants deviennent en quelque sorte les ambassadeurs dans leur milieu de stage respectif.

Le baccalauréat en gestion et intervention touristiques (GIT) de l'UQAM nous aidera à comprendre l'importance stratégique d'un stage en tourisme pour ensuite confronter les notions et conditions déjà mentionnées avec ce stage en particulier.

La formation en tourisme à l'UQAM

Le baccalauréat en GIT a pour objectif de former des professionnels du tourisme, capables de gérer le phénomène touristique et les diverses entreprises qui y sont reliées. Créé en 1978⁽⁷⁾ pour répondre aux besoins exprimés par les milieux concernés - tant publics que privés - de disposer d'un bassin de gestionnaires spécifiquement formés en tourisme, le baccalauréat intègre dès lors au cheminement de ses étudiants un stage en milieu professionnel. Dans le cursus qui présente l'actuel programme et les cours qui le composent, on peut y lire que: «Une familiarisation avec le milieu touristique par l'entremise de *travaux pratiques* et d'un *stage* permet aux étudiants une *meilleure intégration à ce milieu.*»⁽⁸⁾

Le baccalauréat en GIT a toujours privilégié une approche multidisciplinaire, propre au phénomène et à l'industrie qui en résulte,

pour aborder le tourisme sous ses multiples facettes: sociale, culturelle, environnementale, politique et économique. Dans l'actuel programme, seize cours, suivis par tous les étudiants, forment ce que l'on appelle le tronc commun. Le focus est ici axé sur la compréhension du phénomène touristique, sur les composantes - ou intervenants - de l'industrie et sur l'acquisition d'une solide formation de base en gestion et administration. Par la suite, l'étudiant est appelé à aiguïser sa formation par le choix d'une des trois concentrations offertes. Que l'étudiant décide d'orienter sa formation vers la planification et la création de produits touristiques, vers la gestion des entreprises touristiques ou vers la gestion et l'administration d'un établissement hôtelier ou de restauration, sa troisième année lui apporte «une consolidation des acquis et un approfondissement de la concentration choisie, tout en offrant la possibilité d'appliquer ses connaissances dans le cadre d'un stage ou d'un projet d'intervention»⁽⁹⁾.

D'emblée, on ressent la décision de faire du stage l'un des éléments-clé du programme, maintenant reconnu comme l'un des meilleurs programmes d'études touristiques au monde par l'Organisation mondiale du Tourisme (OMT). Ce choix de mettre l'emphase sur le *stage* témoigne d'une volonté modulaire et institutionnelle de *partenariat*, c'est-à-dire un désir réel de collaborer étroitement avec les intervenants des secteurs public et privé de l'industrie touristique québécoise. Collaboration et concertation avec les milieux concernés, afin de répondre adéquatement à leurs besoins, aux aspirations des étudiants ainsi qu'aux nombreux défis auxquels l'industrie est actuellement confrontée, sont donc au coeur de ce *rendez-vous partenarial* comme elles doivent être le catalyseur dynamique des préoccupations et des actions de tous les partenaires touristiques.

Cette originale prise de contact «université/étudiant/entreprise» devrait être bénéfique à tous les partenaires. En ce qui concerne l'étudiant, elle offre l'opportunité d'un moment d'intégration des acquis académiques dans un milieu concret et peut servir de tremplin, de porte d'entrée à la vie professionnelle. En quatorze années, la formule de stage au baccalauréat en GIT a connu trois scénarios bien différents.

Historique des stages en GIT

À la création en 1978, le stage n'était pas que terminal. L'étudiant devait effectuer un court

stage d'une quinzaine de jours, valant trois crédits, à la fin de chacune des trois années de baccalauréat. À l'occasion d'une révision importante du programme au début des années 1980, la formule du cours-stage est modifiée et on opte pour un stage unique et terminal, d'une valeur de six crédits, d'un minimum de trente jours «terrain», le tout réparti en deux blocs de trois crédits chacun, idéalement effectué lors des deux dernières sessions où l'étudiant était inscrit⁽¹⁰⁾.

L'année scolaire 1988-1989, à la suite d'une autre révision du programme, voit émerger le troisième et actuel concept de stage au baccalauréat en GIT. La révision profonde d'alors veut mettre davantage l'accent sur l'aspect *gestion* dans le cheminement académique global et valoriser le *stage*, en tant qu'activité de synthèse de la formation reçue à l'université. Le module de GIT, son corps professoral et le Service de la formation externe et des stages (S.F.E.S.) de l'UQAM collaborent étroitement à la concrétisation des stages.

Le stage en tourisme: définition et caractéristiques

Voici la définition actuellement proposée par les documents d'information à l'intention des stagiaires.

Stage en tourisme: Le stage est l'occasion de manifester des aptitudes complémentaires à l'analyse et à l'intervention. Les connaissances acquises sont appliquées au sein d'un organisme, dans un cadre réel de travail professionnel où la recherche et l'action peuvent s'intégrer. Définition d'un mandat de concert avec l'organisme d'accueil. Réalisation de ce mandat au sein de l'organisme, sur le terrain. Rédaction d'un rapport final sous la direction du tuteur universitaire. Présentation de ce rapport dans le cadre de séminaires d'évaluation.

Depuis l'automne 1988, le stage en tourisme se réalise en une seule session, de façon intensive. Il vaut neuf crédits et représente une étape-charnière dans la formation de l'étudiant, prévue dans le dernier tiers de son cheminement académique, et précédant de peu la véritable entrée du diplômé sur le marché du travail. Le séjour «terrain» doit compter minimalement quarante-cinq jours ouvrables. Cette modification constitue un incitatif largement apprécié par les milieux d'accueil, qui peuvent dorénavant bénéficier de l'apport positif d'un étudiant durant une période plus longue et intensive, compara-

tivement aux précédentes formules de stages.

De plus en plus d'intervenants y voient l'occasion de mettre à l'épreuve d'éventuels candidats à des postes rémunérés au sein de leur entreprise. Cette facette n'est pas toujours présente, il faut bien le dire, pour ne pas faire miroiter de faux espoirs aux stagiaires mais ces derniers bénéficieront au moins, s'il y mettent un minimum d'ardeur et de cœur à l'ouvrage, d'une expérience pertinente qui viendra étoffer leur curriculum vitae.

Il nous faut aussi insister sur l'aspect formation que l'on attend des milieux d'accueil. Ceux-ci, sur base volontaire, participent d'une grande mission sociale et éducative que les maisons d'enseignement ne peuvent remplir à elles seules, c'est-à-dire préparer une nouvelle génération de praticiens en tourisme pour demain. Ils aident à paufiner, à réajuster et parfois même à valoriser les enseignements reçus dans les collèges et universités. Leur principal bénéfice: un bassin de jeunes professionnels dynamiques que les milieux peuvent former selon leurs propres politiques et standards. De plus, les stagiaires devraient être en mesure d'apporter une contribution éclairée et assez objective découlant d'un environnement externe, à la mission des entreprises qui les accueillent.

On peut déjà voir à ce stade se profiler certains problèmes puisque toutes les situations de stages ne sont pas idylliques comme la vie elle-même. La vie est un long apprentissage; de même, la formation et l'expérience ne sont pas des processus fermés et achevés. À un jumelage étudiant-entreprise en apparence moins réussi, il est important de faire ressortir des aspects positifs et des observations qui devraient permettre une meilleure adéquation des stages dans l'avenir et aux étudiants, de préciser davantage leur cheminement professionnel.

Il n'est pas obligatoire qu'un stage en tourisme soit rémunéré. D'ailleurs, une majorité des milieux d'accueil potentiels avoue que l'obligation de rémunérer un stagiaire serait un handicap et leur créerait difficulté. Il ne faut pas oublier le contexte économique, d'ici mais aussi à l'échelle mondiale, dans lequel évoluent beaucoup de ces milieux que l'on retrouve généralement dans le secteur des petites et moyennes entreprises (PME) ou des organismes privés à but non-lucratif. Les temps sont difficiles pour tous, particulièrement dans le domaine touristique où la concurrence est féroce. Cela fait aussi partie

de la réalité à découvrir pour les stagiaires. Il serait inopportun et contraire aux politiques des maisons d'enseignement, dont l'UQAM, de refuser des lieux et mandats de stages pertinents sur la seule base de la non-rémunération des stagiaires.

Un stage peut généralement être effectué durant l'un ou l'autre des trimestres scolaires - automne, hiver, printemps/été -, à Montréal, en région, ailleurs au Canada et même à l'étranger. Idéalement, le lieu et le mandat de stage devraient correspondre à la concentration - ou au champ de spécialisation - choisie par l'étudiant. Mais plus important encore est de réaliser que le stage est l'occasion rêvée de chercher à exploiter les intérêts et les aptitudes développés durant toute la formation, qu'elle soit universitaire ou collégiale. C'est l'opportunité d'aller vérifier sur le «terrain», de comprendre la vie et les rouages d'une entreprise touristique, de se confronter aux stimulantes et difficiles exigences et contraintes de l'industrie touristique des années 1990.

Il existe une alternative au stage, celle d'un projet d'intervention en tourisme. Celui-ci s'adresse à l'étudiant (ou groupe de deux étudiants) qui veut se lancer en affaires, démarrer une petite entreprise: auberge, firme de consultants, agence axée sur l'organisation d'événements ou de réunions d'affaires, etc. Avec le soutien d'organismes et de personnes-ressources spécialisés en ce domaine et sous l'étroite supervision d'un tuteur académique, l'étudiant s'initie aux démarches et procédures nécessaires au démarrage d'une entreprise: rédaction de projet pour recherche de fonds, plan d'affaires, étude de marché et/ou de faisabilité, etc. L'étudiant n'a pas à s'intégrer, à séjourner dans un milieu professionnel spécifique. Les exigences académiques demeurent néanmoins élevées car le candidat devra faire la preuve de ses capacités de recherche et d'action en vue de l'acceptation du projet d'abord, puis au niveau de sa concrétisation.

Pour le baccalauréat en tourisme cherchant à répondre adéquatement aux besoins de l'industrie, le stage est obligatoire en GIT. Il apparaît comme un instrument indispensable puisque le tourisme est une discipline à caractère professionnel bien plus que théorique. Cependant, «Toute pratique est une intelligence des choses. (...) Il est vrai que, pour le théoricien, l'action est au service de la réflexion et que, pour le praticien, la réflexion est au service de l'action. (...), mais tous deux visent une meilleure compréhension

des situations humaines et des pratiques sociales.»⁽¹⁾ Formations théorique et pratique se complètent. Davantage sensibilisés, les intervenants font maintenant une plus large place à des gens bien formés mais l'expérience est et demeure un atout majeur. Dans bien des entreprises, les jeunes gradués devront débiter au bas de l'échelle avant d'accéder à un poste décisionnel et professionnel. Cette observation renforce la nécessité d'un stage en tourisme qui favorise une première insertion et expérience de travail des étudiants en entreprise.

Cette expérience «terrain» vise globalement à répondre aux principaux objectifs suivants:

- L'étudiant aura l'opportunité de se colletter à la connaissance concrète et au vécu d'un milieu professionnel précis, donc d'un des nombreux secteurs d'activités reliés au tourisme. Il pourra ainsi évaluer si ce secteur lui offre des débouchés et des défis professionnels, captivants ou pas.
- Il pourra tenter de mettre en pratique les connaissances acquises durant la formation académique mais aussi, de mettre à l'épreuve ses aptitudes à l'observation, à l'analyse et à l'intervention, trois phases qui sont partie intégrante de toute insertion dans un nouveau milieu de travail, quel qu'il soit.
- Habitué à la vie d'étudiant, aux travaux scolaires en équipe, il fera l'apprentissage des règles de fonctionnement et des politiques propres à une entreprise touristique ou à un secteur donné. Initiative personnelle, rythme de travail, productivité, travail et relations avec des collègues, respect des directives, etc., autant d'aspects envisagés dans cette expérience unique à caractère hautement individualisé.
- L'étudiant sera en mesure d'évaluer concrètement sa facilité et son habileté à des communications orales et écrites efficaces, par le biais d'entrevues de sélection, mais aussi sur le «terrain». Il aura à cumuler, préparer, verbaliser, rédiger ses observations, ses analyses et régulièrement, des rapports à l'entreprise, en plus d'un rapport final de stage pour l'université ou le collègue. Sa capacité de synthèse, son sens critique et l'obligation de préparer un bilan de l'expérience seront également mis à l'épreuve.

- Si la formule «projet» est retenue, l'occasion sera donnée de se frotter au milieu des affaires, de mettre à l'épreuve ses capacités d'entrepreneuriat et d'innovation⁽¹²⁾. L'étudiant réalisera différentes étapes d'un projet de recherche et d'action, en concertation avec quelques organismes professionnels. Évidemment, l'entreprise n'a pas à être opérationnelle au terme du projet.

Globalement, stages et projets se veulent une ouverture aux réalités professionnelles du tourisme afin de faciliter l'intégration au marché du travail, de provoquer un réajustement au niveau de la formation académique, du type d'emploi recherché, et parfois même d'amener l'étudiant à la décision de poursuivre ses études dans une discipline complémentaire. De fait, c'est la confrontation des idéaux avec la réalité concrète d'un milieu de travail.

Lieux de stages et champs d'intervention

Les organismes et entreprises, intéressés à recevoir des stagiaires formés en tourisme, sont nombreux et variés; ils peuvent répondre à différentes attentes des candidats. Dans quels secteurs d'activités les retrouve-t-on et quels sont-ils?

- Différents ministères, aux niveaux tant fédéral que provincial.
- Des sociétés et organismes para-publics et para-gouvernementaux (ex.: la Régie des Installations Olympiques).
- Des entreprises privées commerciales de services et de distribution de produits touristiques, culturels ou de loisir dans les domaines du transport, de l'hébergement, de la restauration, des attractions; des firmes de consultants.
- Le secteur associatif qui comprend des associations d'intérêt, les Associations touristiques régionales (ATR), les organismes reliés au loisir touristique et au tourisme social, des attractions à but non-lucratif de type muséal de même que les festivals et événements majeurs, etc.

Certains individus voudront choisir leur lieu de stage en fonction d'un secteur d'activités précises (compagnies aériennes, organismes gouvernementaux). D'autres entameront leur recherche au niveau des tâches, des fonc-

tions, des mandats à réaliser dans une entreprise, peu importe le secteur (ex.: ainsi, on peut travailler au niveau du marketing pour un grossiste en voyages, un Ministère, un événement majeur, un hôtel, etc.). Les tâches à exécuter à l'intérieur de certains stages apparaîtront parfois assez techniques et opérationnelles; dans d'autres cas, il y aura davantage d'observation que d'intervention et d'autres stages seront sous le signe de l'analyse et de la recherche. Ne nous le cachons pas: dans le domaine touristique, nous nageons en plein dilemme entre l'exécution - le propre d'un technicien - et la conception - ce qui se rapproche davantage d'une formation universitaire. L'équilibre se retrouve peut-être dans un savant dosage de ces deux pôles. Ce qui est sûr cependant, c'est que pour bien choisir un stage, il faut s'y préparer et y songer longtemps d'avance; l'adage populaire «premiers arrivés, premiers servis» se révélerait assez pertinent quant au sujet qui nous préoccupe.

Les champs d'intervention susceptibles d'intéresser les stagiaires en tourisme sont très diversifiés:

- accueil et information; service à la clientèle;
- administration et gestion d'activités, de personnels, d'équipements;
- collaboration à l'aménagement de sites ou d'équipements récréo-touristiques;
- coordination d'équipes d'animateurs ou conception d'un plan d'animation touristique; conception de forfaits et accompagnement de groupes pour des agences réceptives;
- évaluation de programmes de formation, de stratégies de marketing ou d'animation;
- aide à l'organisation et à la réalisation de colloques, festivals, congrès, événements majeurs;
- planification de nouveaux produits touristiques, de programmes ou de campagnes de sensibilisation; consultation;
- commercialisation, promotion et communication pour des organismes ou produits touristiques par le biais des départements de ventes, de marketing; conception de plans de communi-

tion; travail en publicité, relations de presse, relations publiques et journalisme;

- recherche et développement par le biais de consultations, sondages, enquêtes, études de marché ou de faisabilité, etc.

Pour profiter pleinement de son expérience de stage et en retirer le maximum de retombées bénéfiques, le futur stagiaire doit considérer l'éventail de possibilités en termes de lieux et de champs d'intervention. Cette dimension de «choix éclairé» nous amène à envisager les trois grandes phases d'un cours-stage: l'*avant*, le *pendant* et l'*après*.

Avant le stage (durée: 6 mois à un an)

Tout étudiant en tourisme gagne à se préparer et à songer à son stage longtemps à l'avance. Penser au stage est possible dès le début d'une formation en tourisme en s'impliquant dans des comités organisateurs d'événements (rallye, petits déjeuners-causerie), en s'initiant aux relations publiques (Comité de promotion), en travaillant à temps partiel dans le domaine touristique (en hôtellerie, dans des kiosques d'information touristique, dans des agences de voyages au détail ou grossistes, etc.), en tâchant d'être toujours à la fine pointe de l'actualité touristique et de ses dossiers chauds, en cultivant les contacts effectués avec des intervenants touristiques au fil des travaux scolaires, en perfectionnant le français oral et écrit, en approfondissant sa connaissance d'une langue seconde.

Il est important de cerner le secteur d'activités dans lequel on aimerait effectuer un stage. À l'UQAM, pour les étudiants en GIT, un inventaire des lieux de stages est disponible pour consultation au S.F.E.S. qui organise régulièrement, en collaboration avec le module de tourisme, des séances d'information à l'intention des futurs stagiaires. Des ressources humaines, incluant le corps professoral, sont disponibles pour conseiller et guider les étudiants; des ateliers de rédaction de curriculum vitae et de simulation d'entrevues sont également offerts aux gens la session précédant leur stage.

À l'UQAM, toute la coordination administrative de l'opération-stage est assurée par le S.F.E.S.; les démarches personnelles des étudiants sont naturellement bienvenues mais l'agent de stage au S.F.E.S. doit en être avisé. Lorsque le processus en vue de l'obtention

d'un stage est en cours, il n'est pas recommandé de multiplier inutilement les démarches. Le temps est venu de bien définir les objectifs - personnels et professionnels -, de poser des hypothèses que l'on voudra vérifier en cours de stage et de réfléchir à la pratique professionnelle qui sera exercée. Le S.F.E.S. et les tuteurs académiques peuvent être mis à contribution à cet effet. Vient ensuite l'étape de la négociation du mandat de stage puis de son approbation académique par un professeur ou chargé de cours. Le tout devrait idéalement être finalisé au moins un mois avant le début du stage dans le milieu d'accueil. Il ne reste alors que le temps pour bien se préparer à son lieu et à ses fonctions, pour démystifier l'endroit et ne pas arriver là «comme un chien dans un jeu de quilles». Se documenter, aller sur place avant le début du stage pour fins d'observation, s'assurer que les gens concernés sont avisés de l'arrivée d'un stagiaire, préciser que l'on aimerait bénéficier d'une tournée de familiarisation de l'entreprise à l'arrivée, appeler dans les jours précédant le stage pour vérifier qu'un plan de travail sera préparé: voilà quelques moyens pour bien démarrer un stage et signifier aux milieux d'accueil son intérêt et son enthousiasme.

Globalement, l'étudiant doit donc être préparé à observer, à écouter, à agir et à produire quelque chose qui deviendra la marque de son passage dans le milieu d'accueil; l'attitude positive est aussi de rigueur pour faciliter l'intégration au «climat» de travail de l'entreprise. Il est à noter que si l'on veut effectuer son stage en région ou à l'extérieur du Québec, la démarche globale sera plus longue, pouvant s'échelonner de huit mois à un an.

Pendant le stage

Ce qui fait la force d'un stage, c'est son caractère intensif; ce qui crée son dynamisme réside dans le degré d'implication, de motivation et d'intérêt, dans le goût, la curiosité et la soif d'apprendre. L'étudiant qui travaille à temps plein ou partiel, inscrit à d'autres cours en plus de vaquer à ses obligations sociales, risque de négliger un peu son stage. Dans le milieu d'accueil, le stagiaire sera appelé à respecter des politiques et une confidentialité vis-à-vis de l'entreprise; cela fait partie de l'éthique professionnelle. L'étudiant se doit d'en être soucieux puisque des futurs stagiaires aimeraient peut-être choisir le même lieu; une expérience négative pourrait même s'avérer positive pour un autre individu. Les étudiants deviennent les



Le rapport travail-école peut être amélioré de nombreuses façons; à l'I.T.H.Q., certains apprentissages au niveau de stage se font sur place.

ambassadeurs de leur formation et de leur maison d'enseignement dans les milieux de stages.

Du côté académique, l'encadrement exige souplesse et disponibilité de la part des enseignants. Le tuteur doit s'assurer de suivre le cheminement de l'étudiant par des rencontres individuelles, soutenir au besoin les milieux d'accueil, y rencontrer les superviseurs, voir les étudiants à l'oeuvre et, s'il y a lieu, faciliter la résolution des conflits et des problèmes. De son côté, le stagiaire présente, à son tuteur et au groupe-témoin de stagiaires, un rapport d'étape sur le déroulement du stage ainsi qu'un rapport final. Le contenu de ce dernier aura été discuté à l'avance et le sujet, convenu avec le milieu d'accueil. Figurant au menu de la dynamique des stages, quelques rencontres de groupes représentent le lieu d'échange et de partage des expériences «terrain». Il s'agit d'un groupe-support ou témoin, auquel on fait partager les aspects tant positifs que négatifs des réalités vécues. C'est le lieu pour discuter entre futurs professionnels des dissonances entre l'apprentissage académique et la réalité du marché du travail.

Après le stage

L'étudiant rédige un rapport final, incluant le bilan global de son expérience. Parallèlement à cet exercice de synthèse, il discute de son évaluation avec le superviseur du milieu d'accueil. L'évaluation du stagiaire par le responsable académique repose donc sur la qualité des apprentissages réalisés, le rapport

final et l'évaluation du milieu. Globalement, les stagiaires, le corps professoral et le S.F.E.S., dans le cas de l'UQAM, gagnent à recueillir les réactions des organismes qui ont reçu des étudiants, pour maintenir de fructueuses relations de collaboration avec ces milieux.

Le stage en tourisme: points de vue

Les milieux d'accueil

En général satisfaits des stagiaires qu'ils accueillent, les milieux déplorent ne pas être eux-mêmes assez encadrés et soutenus.

Puisqu'ils s'engagent à former des stagiaires, bon nombre de superviseurs apprécieraient être mieux informés et outillés pour remplir adéquatement leur «mission». Un consensus se dégage, à savoir une volonté de mieux connaître les types de stages privilégiés par les maisons d'enseignement.

Différentes raisons motivent les entreprises à accueillir des stagiaires; il peut s'agir:

- d'une ressource manquante dans l'organisme;
- de faire une expérimentation avec un nouveau type de professionnel;
- de combler pour une période limitée un poste de professionnel;
- de faire la sélection pour une banque de futurs professionnels;
- de répondre à un besoin réel de service à la communauté;

- de maintenir un contact plus immédiat avec l'université ou le collègue;
- de contribuer à la formation professionnelle d'étudiants⁽¹³⁾.

Peu importe la raison qui influence d'ailleurs le déroulement du stage, les milieux souhaitent une relation qui se rapproche de l'échange de services. Fidèles au crédo des années 1980-1990, ils recherchent l'excellence. Cela se traduit de plus en plus fréquemment par un processus de sélection et d'entrevues auprès des candidats potentiels, placés en situation de concurrence et provenant parfois de différents établissements scolaires. On veut choisir les meilleurs étudiants, même lorsqu'on ne les rémunère pas; on les veut à la fois autonomes, débrouillards, faisant preuve d'un sens aigu du professionnalisme et respectueux de l'éthique propre au monde du travail. Les entreprises, si elles investissent temps et énergies dans la formation, ne veulent pas perdre au change.

Les principaux points sur lesquels achoppent les milieux de stages vis-à-vis des étudiants sont:

- un manque de préparation face à un travail rigoureux et discipliné;
- la maîtrise et la qualité souvent insuffisantes de la langue française, orale et écrite; l'apprentissage déficient d'une langue seconde (lire l'anglais);
- les objectifs des stagiaires semblent définis trop tardivement; leurs attentes peuvent être démesurées considérant la durée brève d'un stage; les étudiants sont trop idéalistes, ou non-préparés à la réalité des milieux;
- les stages d'intervention, même limités, sont préférés à ceux strictement centrés sur l'observation.

D'autre part, du côté académique, il faut s'assurer que les organismes sont conscients du temps à consacrer à la supervision et à l'encadrement des étudiants puisqu'il s'agit de *stages de formation*. Si cela n'est pas possible et réaliste, par exemple durant la haute saison touristique fertile en activités mais parfois peu propice à un encadrement rigoureux et attentif dans certains secteurs, l'organisme devrait refuser d'accueillir un stagiaire. De fait, le secret d'un stage réussi réside dans la disponibilité des parties im-

pliquées et dans une communication franche et régulière entre superviseur et stagiaire.

Les étudiants

Pour la grande majorité des étudiants, le moment du stage en est un de première importance, mais on sous-estime encore trop la définition précise des objectifs à atteindre durant cette expérience. Certains l'appréhendent avec stress, vivent de l'anxiété par peur de l'inconnu ou d'une nouvelle réalité. «Les objectifs sont définis, quelques activités sont planifiées et les conditions dans lesquelles il se déroule sont précisées mais il reste toujours une très grande part d'imprévu et d'imprévisible»⁽¹⁴⁾. D'autres trouvent difficile le passage de la théorie à la pratique. Le «terrain» est une réalité plus complexe qu'il n'y paraît à première vue et le simple fait de se retrouver dans un milieu professionnel ne permet pas nécessairement de vérifier ou de faire un lien avec les enseignements reçus. D'autres vivent la difficulté de choisir, de prendre une décision qui va orienter leur futur professionnel.

Quant au stage lui-même, tous conviennent de l'importance de l'encadrement et du suivi par la personne-ressource⁽¹⁵⁾ dans le milieu. La première journée est terriblement importante. Si rien de concret n'a été prévu et que la situation perdure, l'étudiant perdra sa motivation. Le même résultat se produit dans les cas où le milieu d'accueil exige beaucoup, très ou trop vite. L'incertitude et les situations extrêmes - trop ou trop peu d'encadrement - se vivent douloureusement en stage. Par ailleurs, la perfection n'est pas de ce monde; alors, tenter de cerner ce qui ne va pas et de le communiquer diplomatiquement aux gens concernés peut souvent aider à rectifier une situation fâcheuse. Une façon d'atteindre l'équilibre ou ce qui peut faire la différence entre un bon et un mauvais stage, c'est de savoir exactement, dès le début du stage, les attentes de part et d'autre. Les expériences vécues en stage façonnent le degré et la qualité de l'intégration et de l'évolution de l'étudiant dans son milieu d'accueil.

Le stage complété, la formation académique achevée, les diplômés constatent généralement que le stage représente un «plus» dans leur apprentissage, en ayant permis un contact direct avec des intervenants. On aura su souvent développer le sens de l'objectivité, se confronter à la réalité du marché du travail, mettre en application certaines connaissances acquises. La perception est changée: on

voit le monde du tourisme moins idéalement et plus objectivement. On réalise que le tourisme est véritablement un secteur d'activités multidisciplinaires et souvent stimulant. On aura saisi les étapes de l'élaboration ou de la réalisation d'un projet. Deux points sombres demeurent au tableau: l'encadrement du milieu parfois «flottant» ainsi que la qualité et le niveau peu élevé de certains stages jugés inadéquats, au terme d'une formation collégiale ou universitaire en tourisme.

Un énorme chemin a été parcouru mais il reste encore beaucoup à faire pour valoriser pleinement la formation dans ce secteur d'activités. Les défis sont encore nombreux mais stimulants face à cette problématique des stages. Pour le S.F.E.S. de l'UQAM, porte-parole institutionnel et administratif en ce qui concerne le lien avec les entreprises, le défi constamment renouvelé est de placer à chaque trimestre tous les candidats stagiaires dans un délai raisonnable et d'effectuer le meilleur jumelage possible lieux-étudiants. Toujours à l'UQAM, le module de GIT continue de raffermir la valorisation du stage mais aussi de la formation globale dispensée et ce, en accentuant ses collaborations avec les partenaires touristiques et son implication dans la vie de l'industrie. Ensemble, tous les partenaires visent l'objectif ultime: *une formation complète, solide et bien ancrée dans la réalité touristique actuelle!*

Le mot de la fin

Au terme de cet exercice, il nous apparaît souhaitable de mettre en lumière quelques éléments importants pour dresser un bilan sommaire de la question. Peu de gens interrogent le rôle fondamental et stratégique du stage en tourisme. Puisqu'on le considère comme partie intégrante de la formation, il faut mettre l'accent auprès des milieux d'accueil sur les notions d'apprentissage et de supervision, incluses dans un processus de formation, c'est-à-dire qu'ils doivent favoriser l'apprentissage des stagiaires et comprendre la nécessité d'une supervision rigoureuse. Ainsi, le stage pourra se définir vraiment comme une expérience supervisée d'apprentissage de la profession dans un milieu identifié comme milieu d'intervention actuel ou potentiel pour des étudiants en tourisme. Il y a donc lieu de réaffirmer la nécessité de former des professionnels capables de réfléchir à leurs interventions, de les concevoir, de les planifier, de les analyser, des professionnels souples, flexibles et capables de se réajuster dans un monde en

perpétuel changement, des gens capables d'aborder la profession de manière créative et évolutive⁽¹⁶⁾.

Dans leur formation académique, les étudiants auront été sensibilisés à trois contenus qui entretiennent des rapports étroits entre eux et que l'on retrouve liés au stage: - un environnement socio-économique et culturel, - des institutions, organismes, intervenants, - des activités professionnelles. S'interroger sur les stages permet donc d'aborder la grande question: Mais qu'est-ce qu'apprendre? Un simple accroissement des connaissances? La capacité de reconstruire à un niveau plus complexe un savoir déjà élaboré? Nous penchons pour la seconde alternative. Le stage peut alors devenir une expérience d'apprentissage unique, dans laquelle l'étudiant sera idéalement appelé à: *se préparer/observer/comprendre/reproduire/réfléchir/agir/innover*. Tous les stages doivent-ils obligatoirement correspondre à toutes ces dimensions? Peut-être pas, mais on peut tendre vers une situation idéale sans toutefois perdre de vue la réalité concrète des entreprises.

Cette opportunité d'aller se confronter au marché du travail - malgré son caractère imparfait - devrait fournir «une première expérience professionnelle qui se situe au niveau des exigences de la formation initiale ou de la spécialisation (dépendamment des programmes et des maisons d'enseignement, de niveau collégial ou universitaire 1er cycle), sans pour autant devenir ce que l'on appelle de l'expérience professionnelle de travail⁽¹⁷⁾. Il faut encourager les étudiants à viser l'excellence dans leur formation et ce, tant au niveau purement académique que dans leurs implications de vie étudiante; il faut stimuler la soif d'apprendre, le goût d'innover, créer l'environnement propice à la préparation de longue haleine de ce temps fort de la formation que constitue le stage.

Quant aux milieux d'accueil, leur besoin se fait surtout sentir au niveau de la documentation pour mieux comprendre stages et programmes scolaires et en terme de soutien à l'encadrement. Les milieux sont favorables à un genre de «Guide du superviseur de stage» pour réaliser l'ampleur et l'importance accordée aux stages, pour préciser le rôle que l'on attend d'eux. Globalement, c'est à une plus grande communication que les milieux convient les maisons d'enseignement. Cette démarche devrait leur permettre de mieux accueillir les étudiants, de prévoir sur base régulière des moments

d'échange avec eux et surtout de planifier le mandat et le travail confié aux stagiaires. Bien encadrés, motivés et enthousiastes, ces derniers seront aptes à exploiter leur bagage universitaire à l'avantage des entreprises. Ils n'auront plus à se demander ce qu'ils viennent faire dans l'entreprise ou pourquoi on a décidé d'utiliser les services d'un stagiaire. Voilà le défi des prochaines années: que tous les partenaires de l'industrie se sensibilisent à une meilleure formation des personnels.

Un personnel qualifié et compétent est l'une des grandes clés du succès pour les entreprises confrontées aux aléas du marché et à la mondialisation des échanges. C'est grâce à la formation que les étudiants reçoivent maintenant que les jeunes professionnels du Québec seront à la hauteur des exigences de demain. Plus les personnels seront compétents à tous les niveaux d'intervention, que ce soit dans les transports, l'hébergement ou l'information touristique, l'industrie en entier ne s'en portera que mieux.⁽¹⁸⁾

À quel avenir est promise l'industrie touristique et la formation qui s'y rattache? Bien malin qui saurait le dire aujourd'hui mais il y a lieu de continuer à resserrer les liens entre les partenaires, à développer de nouveaux produits touristiques, à faire preuve d'originalité et de créativité et à susciter des avenues neuves de formation dont témoigne, par exemple, la jeune collaboration UQAM-ITHQ avec la création d'une concentration en gestion hôtelière et de restauration. **f**

NOTES ET RÉFÉRENCES

- (1) Annick Goulet, *Quand l'Université se réoriente*, dans *Vie étudiante*, janvier/février 1992, p. 10.
- (2) Idem.
- (3) Nicole Fortin, *Penser les stages*, Montréal, ministère de l'Éducation du Québec (MEQ), 1984, p. 27.
- (4) UQAM, *Politique administrative de la formation externe et des stages*, Vice-rectorat à l'enseignement et à la recherche, juin 1981, p. 2.
- (5) Idem, Annexe III, *Glossaire*, p. 3.
- (6) Voir à ce sujet le Rapport du comité concernant la politique pédagogique des stages présenté à la Sous-commission des études de premier cycle et à la Commission des études, juin 1982, pp. 1-2.
- (7) L'automne 1978 est important dans l'histoire du tourisme au Québec avec le passage du secteur tourisme du MTCP au MICT et la tenue à Sherbrooke du 1er Sommet socio-économique sur le tourisme.

(8) Extraits tirés des **Dépliants sur le baccalauréat en GIT**.

(9) produits par le module de GIT et l'AEGIT, 1991.

(10) Cette formule sur deux sessions a démotivé plus d'un stagiaire puisque les démarches pouvaient s'étaler sur toute une session et le stage de 30 jours, sur la deuxième. Il apparaîtrait que la durée du stage «terrain» et l'époque de l'année durant laquelle le stage est effectué peuvent avoir une incidence sur la qualité et l'implication des milieux d'accueil dans l'encadrement des étudiants.

(11) Nicole Fortin, *op. cit.*, p. 19.

(12) Un bel exemple de projet qui a vu le jour est RÉSEAU, centrale de réservations d'hébergement touristique situé à Infotouriste, opéré et fondé par deux diplômés en GIT au moment de leur projet terminal.

(13) *Politique administrative...*, *op. cit.*, p. 13.

(14) Nicole Fortin, *op. cit.*, p. 25. Face à cette peur, cet inconnu des étudiants comparent même le stage à un «blind date» dont on ne peut prévoir à l'avance le résultat.

(15) Aussi appelée *professionnel associé*: personne qui assume l'encadrement de l'étudiant dans le milieu de stage; par encadrement, on entend l'insertion du stagiaire dans l'organisme d'accueil, la préparation, la révision et le contrôle de ses interventions, l'évaluation des apprentissages faits par le stagiaire. Définition extraite de *Politique administrative...*, Annexe III, *Glossaire*, p. 2.

(16) Voir Nicole Fortin, *op. cit.*, pp. 14 et 24.

(17) *Politique administrative...*, *op. cit.*, p. 4.

(18) Extraits du rapport final de stage de Lucie Désilets, étudiante en GIT et stagiaire au secteur Relations avec la presse du ministère du Tourisme, été 1991.