

CHARGÉE DE MISSION DU RÉSEAU
ÉCOLES UNIVERSITÉS À L'AGENCE AD'OCC

EMMANUELLE
MONTAUD



“ Le tourisme est non délocalisable et ça, l'IA ne pourra jamais nous l'enlever ”

Entrée dans la vie active comme saisonnière dans un camping du Grau-du-Roi avant de passer par la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Montpellier puis la Fédération régionale des offices de tourisme, Emmanuelle Montaud pilote aujourd'hui le réseau Écoles Universités qui relie chaque année une dizaine d'établissements de formation au tourisme d'Occitanie. Elle revient sur son parcours, les actions qu'elle mène pour les étudiants et ce que lui inspirent la jeune génération.

SON PARCOURS

1994 Première expérience professionnelle comme saisonnière à l'accueil du camping de l'Espiguette, au Grau-du-Roi

2000 Intègre la Chambre de commerce et d'industrie de Montpellier pour une association

2003 Anime la Fédération régionale des offices de tourisme

Depuis 2003 Chargée de mission Réseau Écoles Universités à l'agence AD'OCC au sein du pôle Partenariat et Performance collective. Elle anime un comité de pilotage d'une quarantaine de personnes issues d'une dizaine de structures écoles et universités

Quelle a été votre toute première expérience professionnelle, et en quoi vous a-t-elle marquée ?

Ma première expérience professionnelle s'est déroulée en 1994 au camping de l'Espiguette, dans la station balnéaire du Grau-du-Roi. Ambiance plage, palmiers et cocotiers. Le camping était très grand, une véritable ville dans la ville. On y retrouvait un parc aquatique, une épicerie, des animations et plein d'activités sportives. La clientèle y était très nombreuse, à la fois locale, nationale et étrangère. J'y étais saisonnière à l'accueil, avec mes collègues et la responsable qui nous chapeautait. Mes missions consistaient essentiellement à prendre les réservations, gérer de temps en temps quelques petits conflits entre les clients et assurer la vie quotidienne du camping. Entre Montpellier et Le Grau-du-Roi, le rythme quotidien m'imposait des départs dès 5 heures du matin et des horaires totalement décalés. C'était une saison intense avec un pic de fréquentation qui générait un peu de stress. L'équipe et la responsable, qui avait déjà plusieurs années d'expérience, nous donnaient la force de bien recevoir les touristes. Le directeur avait son bureau juste au-dessus de l'accueil. Il entendait tout et manageait à la fois de très près et avec une forme de bienveillance presque paternaliste. Cette proximité et cette solidarité d'équipe ont beaucoup compté pour moi. Je lui rends hommage aujourd'hui encore, car c'est lui qui m'avait embauchée à l'époque. Cette première expérience m'a énormément appris sur le travail en équipe.

Comment la suite de votre carrière s'est-elle construite ?

Le véritable tournant de mon parcours est arrivé vers mes 24 ans. Mes responsables m'ont offert l'opportunité d'animer seule un réseau de chefs d'entreprise pour une association hébergée par la CCI de Montpellier.

Les missions étaient variées, entre événementiel, secrétariat général et reportages sur les entreprises innovantes locales. Avec le président, nous faisions un simple point hebdomadaire, en dehors de cela, je disposais d'une grande autonomie sur le terrain. J'aime dire qu'il me laissait les clés du camion. Rencontrer les chefs d'entreprise, les interroger sur leurs innovations et leurs projets futurs était l'une des missions qui m'a le plus stimulée tout au long du projet. C'était passionnant et d'une grande diversité. Mon profil évoluait peu à peu jusqu'à ce que je devienne un véritable couteau suisse, rarement sur une seule tâche et déjà très à l'aise avec cette vision à 360 degrés. Le revers de la médaille est que je travaillais presque seule, sans véritable collectif au quotidien. Au bout de deux ans, la solitude était pesante et retrouver le travail en équipe m'était devenu indispensable. J'ai rebondi sur l'animation de la Fédération régionale des offices de tourisme, ce qui m'a fait replonger dans le secteur du tourisme. C'est ensuite au sein du Comité régional du tourisme et des loisirs d'Occitanie (CRTL), dans un pôle intitulé partenariat et performance collective, que la direction a décidé de développer une animation de réseau avec les écoles et les universités du tourisme. C'est le poste que j'occupe aujourd'hui au sein de l'Agence d'attractivité et de développement économique de la région Occitanie (AD'OCC), qui a succédé au CRTL.

En quoi consiste votre fonction aujourd'hui, et quelles sont les actions

phares que vous menez pour les jeunes en formation tourisme ?

Hors de question de travailler seule. Animer un réseau d'une dizaine de structures regroupant des écoles et universités du tourisme en Occitanie implique de travailler en groupe et en concertation. Un comité de pilotage d'une quarantaine d'enseignants et de professeurs coconstruit les actions que nous menons durant l'année. C'est essentiel, car ce sont eux qui connaissent le mieux leurs étudiants. Concrètement, cela se traduit par trois actions emblématiques. La première est l'abonnement à la revue *Espaces*. Six mois d'accès sont offerts aux étudiants en fin de formation dans le tourisme. Cet abonnement les aide à mettre le pied à l'étrier et facilite leur réseautage au moment où ils entrent dans la vie active. La deuxième action consiste à mettre en avant chaque année les quatre meilleurs talents sélectionnés par les écoles et les universités elles-mêmes. Nous les boostons sur LinkedIn et sur les réseaux professionnels afin que les employeurs les repèrent. Les écoles relaient le message en amont. Cette mise en avant crée une véritable émulation. Les étudiants concernés nous disent que c'est une formidable carte de visite. La troisième est le cycle de webinaires et de podcasts « Têtes chercheuses ». Nous le construisons avec des enseignants et des chercheurs autour des transitions du tourisme. Les sujets sont essentiellement d'actualité avec des thématiques liées à l'environnement, au tourisme durable ou encore à la résilience des territoires. L'objectif est d'infuser ces sujets aussi bien auprès des écoles que des

EN TROIS MOTS...

Les jeunes, je les trouve

engagés, curieux
et connectés

EMMANUELLE MONTAUD

CHARGÉE DE MISSION DU RÉSEAU ÉCOLES UNIVERSITÉS À L'AGENCE AD'OCC

professionnels. Je constate que la jeune génération est très sensible à ces enjeux : ce sont des valeurs qu'elle recherche activement chez ses futurs employeurs.

Quel regard portez-vous sur la nouvelle génération, et quelles qualités recherchez-vous en priorité chez ces jeunes ?

Les jeunes de mon entreprise sont engagés, très curieux et naturellement « A-compatibles ». Ils sont nés avec internet et l'intelligence artificielle. Cette hyperconnexion a aussi ses revers. On ressent chez eux une certaine anxiété face à leur propre avenir, comme à celui de la planète. Cette omniprésence des écrans et de l'information entraîne une impatience face à ces enjeux. Il est essentiel de leur rappeler d'être positifs. Il y aura toujours des solutions. Cette patience se travaille en passant à l'action plutôt qu'en restant passif. Ce qui m'impressionne chez eux, c'est justement leur agilité. Les nouvelles technologies ne leur font pas peur. Ils sont étonnamment matures. Une alternante avec qui j'ai travaillé l'an dernier était passée par l'auto-entrepreneuriat avant de reprendre ses études. Les jeunes du xx^e siècle sont animés d'une réelle curiosité. Quand il s'agit d'identifier ce qui compte vraiment chez un candidat, je regarde avant tout ses *soft skills*. Quel est son talent ? Pratique-t-il le théâtre ? Tout

ce qui révèle une personnalité est important. L'esprit d'équipe reste pour moi le sel d'une vie professionnelle. On ne peut jamais être compétent sur tout, tout seul. C'est un point de vigilance. La génération Covid s'est parfois isolée malgré elle. Le télétravail peut accentuer cette sensation d'isolement. C'est un équilibre auquel il faut veiller en permanence.

L'intelligence artificielle revient souvent dans vos échanges avec les jeunes générations : est-ce une menace ou une opportunité pour vos métiers ?

C'est une opportunité à condition de bien s'en servir. Une IA mal utilisée ne représente aucun intérêt. L'intelligence artificielle est un collaborateur. Elle doit être utilisée comme un levier en gardant toujours à l'esprit que c'est l'humain qui doit garder les manettes. Cela fait trois ans que nous travaillons sur le sujet. Une vraie réflexion a été menée par le réseau Écoles Universités. Nous avons monté un groupe de travail associant les universités et les organismes de gestion de destination, avec des directeurs d'offices de tourisme. Chaque mois, nous faisons intervenir des dirigeants de start-up, des universitaires ou des directeurs d'établissements. Le but est d'échanger sur l'actualité et les bonnes pratiques. L'IA évolue si vite qu'il ne faut pas se laisser distancer. Ce travail nourrit

directement les plans de formation des salariés d'offices de tourisme. C'est un vrai laboratoire qui nous permet d'identifier des pistes d'action que nous injectons dans la formation continue des professionnels du territoire. Pour les jeunes, il y a un véritable enjeu d'éducation et de sensibilisation, presque citoyen. Savoir utiliser l'IA, mais aussi savoir la « décanter », discerner les vraies informations des fake news et croiser les sources est essentiel pour rester intellectuellement indépendant. Le risque est de la subir. C'est là que se joue toute la valeur ajoutée de l'humain face à cette technologie.

Qu'est-ce qui rend encore aujourd'hui les métiers du tourisme aussi passionnants ?

Ce sont des métiers passion parce qu'ils sont fondamentalement basés sur l'humain. L'intelligence artificielle ne pourra jamais nous enlever les échanges sociaux et les relations humaines. Ce sont aussi des métiers non délocalisables. Toute la richesse et l'expérience humaine que l'on valorise dans le tourisme ne peuvent pas se vivre virtuellement. C'est ce qui m'anime depuis mes débuts au camping de l'Espiguette. J'ai la conviction que, quelles que soient les évolutions technologiques, ce secteur restera toujours celui de la rencontre et du lien.

IEFT ET REVUE ESPACES

Un partenariat de longue date

↳ Créé en 1981, l'IEFT forme des étudiants aux métiers du tourisme, du BTS au Bac+5. Le cursus, construit en partenariat avec l'IFAG, couvre l'ensemble des métiers du management touristique : voyage, hébergement, mobilités, événementiel, tourisme d'affaires, promotion des destinations. Les enseignements associent cours académiques et mises en situation professionnelle, dans un secteur international et en constante évolution. L'école compte aujourd'hui cinq campus, à Bordeaux, Lyon, Montpellier, Nantes et Paris, chacun inscrit

dans son bassin touristique local.

↳ En 2026, un nouveau dispositif voit le jour. Il s'articule autour d'une série de dix entretiens vidéo, les IEFT Talks, de dix articles et d'un hors-série. Une chaîne thématique de la plateforme Espaces rassemble l'ensemble de ces contenus éditoriaux et vidéo. Ils sont accessibles à tous les étudiants, les enseignants et les partenaires de l'IEFT, ainsi qu'à l'ensemble des professionnels du tourisme, des étudiants et des enseignants abonnés à la revue *Espaces*.



SI J'AVAIS UN CONSEIL À DONNER...

J'aimerais que les jeunes soient plus patients et moins angoissés par l'avenir. Cette inquiétude ne mène nulle part si elle ne se traduit pas par de l'action. C'est justement en développant leur esprit critique, notamment face à l'IA, qu'ils sauront avancer sans se laisser déborder. Je les encourage aussi à être moins frileux, à oser saisir les opportunités plutôt que de les laisser passer. Tout cela n'a de sens que dans des entreprises qui portent de vraies valeurs et savent faire grandir les potentiels avec des managers capables de jouer un vrai rôle de coach.

