

CONNAÎTRE LE SECTEUR



HÔTELLERIE, RESTAURATION, LOISIRS ET ACTIVITÉS DU TOURISME



PORTRAIT
National 2018



SOMMAIRE

Le secteur de l'hôtellerie, de la restauration, des loisirs et des activités du tourisme

Les grandes activités du secteur	4
Un « poids lourd » de l'économie française	4

Les caractéristiques des établissements et des salariés

Les établissements	10
Les salariés	13

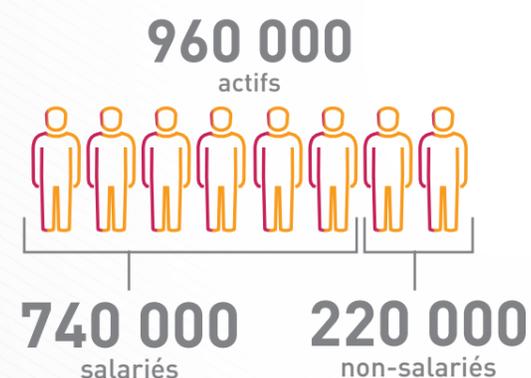
Les grandes tendances emploi formation

La formation initiale et première	18
Les grandes tendances en matière d'intention d'embauche	20

Prospective des modes de vie et de consommation et impact sur la relation client et sur les nouvelles compétences recherchées

Éléments de prospective des modes de vie et de consommation	21
L'impact sur la relation client et les nouvelles compétences recherchées	24

LE SECTEUR DE L'HÔTELLERIE, DE LA RESTAURATION, DES LOISIRS ET DES ACTIVITÉS DU TOURISME





La restauration traditionnelle



110 000 établissements



360 000 salariés



30 milliards d'euros de chiffre d'affaires



Les hôtels et hôtels-restaurants



29 500 établissements



173 000 salariés



17 milliards d'euros de chiffre d'affaires



La restauration collective concédée



14 200 établissements



110 300 salariés



7 milliards d'euros de chiffre d'affaires (restauration collective concédée)



Les casinos



200 établissements



15 000 salariés



2,2 milliards d'euros de produit brut des jeux

LES GRANDES ACTIVITÉS DU SECTEUR

Restaurer, héberger, divertir et détendre, les activités des entreprises du secteur répondent à nos besoins hors du domicile, dans un cadre de loisirs ou professionnel, en déplacement touristique ou d'affaires. Le secteur offre ainsi un large éventail de services de proximité à travers ses multiples établissements.



Les traiteurs



15 000 établissements



19 000 salariés



1 milliard d'euros de chiffre d'affaires



Les cafés, bars



37 000 établissements



47 000 salariés



6,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires



Les cafétérias et autres libres-services



830 établissements



14 000 salariés



1 milliard d'euros de chiffre d'affaires



La thalassothérapie



50 instituts de thalassothérapie qui disposent généralement d'un hébergement intégré.



3 000 salariés



210 millions d'euros de chiffre d'affaires (incluant l'activité hôtelière associée).



La restauration traditionnelle

Les restaurants traditionnels proposent des repas aux clients avec un service à table. Ils représentent 60 % de l'activité globale du secteur (en nombre d'établissements et d'emplois). Deux caractéristiques : une grande diversité d'activité et d'enseignes et une facilité d'accès sur l'ensemble du territoire.

Les hôtels et hôtels-restaurants

rassemblent les établissements d'hébergement qui proposent une large gamme de prestations et s'adressent à une clientèle d'affaires comme de loisirs ; ils sont largement disséminés sur l'ensemble du territoire et répartis entre hôtellerie indépendante et hôtellerie de chaîne, volontaire ou intégrée.

Les casinos

sont des créateurs majeurs de flux touristiques, économiques et culturels dans les stations balnéaires, thermales et dans les grandes villes, dans lesquelles ils sont implantés, en proposant une diversité d'activité dont les 3 règlementaires que sont les jeux, l'animation-spectacle et la restauration. Une offre hôtelière de thalasso-thérapie et de spa complètent parfois cet ensemble.

Les cafétérias et autres libres-services

en restauration commerciale mettent à disposition des places assises mais n'assurent pas le service à table. L'activité est en pleine évolution : volonté marquée de sortir de l'espace des centres commerciaux, attentes nouvelles de la clientèle qui exige plus de service et moins d'attente. Les cafétérias ont suivi la tendance du développement de l'écoute du client.

La restauration collective concédée

recouvre toutes les activités consistant à préparer et à fournir des repas aux personnes travaillant et/ou vivant dans les collectivités (des entreprises publiques ou privées, des collectivités locales et administrations, les crèches et des établissements scolaires, les établissements sociaux et médico-sociaux...). Les repas sont généralement préparés sur place mais parfois aussi dans des cuisines centrales. La restauration collective concédée assure près du tiers des repas servis par les établissements du secteur.

Les traiteurs

organisent des réceptions avec la fourniture de services de restauration commerciale sur la base de dispositions contractuelles conclues avec le client, à l'endroit précisé par celui-ci et pour une occasion particulière privée ou professionnelle. Le nombre de traiteurs s'est nettement développé au cours des dernières années, notamment du fait de la création d'entreprises sans salariés (12000 sur les 14000 établissements).

Les cafés, bars

ont diversifié leurs thématiques depuis plusieurs années et tentent de capter de nouvelles clientèles. Ces établissements proposent de plus en plus fréquemment une petite restauration légère. Les établissements du monde de la nuit font également partie de cette activité.

La thalasso-thérapie

consiste en l'utilisation simultanée sur un site marin privilégié, et sous surveillance médicale, des bienfaits des éléments de la mer dans un but préventif ou curatif. La thalasso-thérapie utilise l'eau de mer chauffée afin de faire passer dans le sang de nombreux composés organiques tels que le calcium, le potassium, le sodium, etc. Les instituts de thalasso-thérapie, lancés il y a plus de cinquante ans, font évoluer progressivement leur activité vers le bien-être et l'esthétique.

Ces activités sont couvertes par 4 conventions collectives

- la CCN des hôtels, cafés, restaurants,
- la CCN des cafétérias,
- la CCN du personnel des entreprises de restauration de collectivités,
- la CCN des casinos

Un « poids lourd » de l'économie française

Le secteur représente au plan national plus de 960000 actifs (hors saisonniers 300000 en été) dont 740000 salariés et 220000 non-salariés dans plus de 200000 entreprises.

Figurant traditionnellement parmi les locomotives de l'économie nationale, il est présent sur tout le territoire, presque dans chaque commune et offre ainsi un large éventail de services de proximité à travers ses multiples établissements.

Créateur d'emplois depuis des décennies, il contribue également à faire de la France **l'un des premiers acteurs mondiaux du tourisme.**

Un des premiers employeurs de France

Le secteur emploie 3 % de l'ensemble des salariés de France.

Comparaison avec d'autres secteurs	L'emploi salarié (en milliers 2016)
Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles	3 123
Transports et entreposage	1 375
Construction	1 317
Activités financières et d'assurance	870
Information et communication	742
Hébergement, restauration, loisirs et activités du tourisme (*)	740
Fabrication de denrées alimentaires, de boissons et de produits à base de tabac	570
Fabrication d'équipements électriques, électroniques, informatiques ; fabrication de machines	419
Agriculture, sylviculture et pêche	249
Activités immobilières	242

Source : INSEE référence édition 2016 — fiches sectorielles

(*) INSEE CLAP

Un secteur dynamique : créateur d'entreprises et créateur d'emplois

En 2017, 30000 nouvelles entreprises se sont créées dans le secteur, soit 5 % des créations d'entreprise en France.

Tous secteurs confondus, seuls 4 % des nouvelles entreprises emploient au moins un salarié au moment de leur création.

Cette proportion triple en hébergement restauration⁽¹⁾, puisque 13 % des nouvelles entreprises ouvrent avec au moins un salarié (3 salariés en moyenne à l'ouverture).

	Nombre total de créations d'entreprises 2017 en France (en milliers)
Activités scientifiques et techniques	103
Commerce ; réparation automobile	99
Construction	61
Santé humaine et action sociale	43
Transport	42
Activités de services administratifs et de soutien	37
Autres services aux ménages	32
Hébergement et restauration	31
Information et communication	30
Enseignement	29
Industrie	25
Activités immobilières	22
Arts, spectacles	20
Activités financière et d'assurance	17
Ensemble	591

Source : INSEE Première Janvier 2018

⁽¹⁾ NAF 55 et 56

	Proportion d'entreprises créées avec au moins 1 salarié (% en 2017)
Hébergement et restauration	13
Construction	8
Industrie	6
Commerce	5
Activités financières et d'assurance	3
Autres services aux ménages	3
Transport en entreposage	2
Information et communication	2
Soutien aux entreprises	2
Enseignement, santé humaine et action sociale	2
Activités immobilières	1,5
Ensemble	4

Source : INSEE Première Janvier 2018

Un chiffre d'affaires de plus de 70 milliards d'euros⁽¹⁾

Le secteur « hébergement restauration »⁽²⁾ pèse pour près de 2,5 % du chiffre d'affaires des services marchands (non agricoles et non financiers).

Un acteur majeur du tourisme et du divertissement

Première destination touristique mondiale en nombre de visiteurs, la France doit largement ce rang à l'apport du secteur à l'activité touristique.

Le secteur rassemble 60 % des établissements et 70 % des salariés du tourisme et génère un chiffre d'affaires qui représente près des deux tiers du chiffre d'affaires du tourisme (hors activités relatives au transport de personnes.)

	Chiffre d'affaires HT (Milliards d'euros - 2017)
Hébergements touristiques	22
<i>Dont Hôtels et hébergements similaires</i>	17
Restaurants et cafés	57
<i>Dont Restauration commerciale (*)</i>	32
<i>Dont Restauration rapide</i>	18
<i>Dont Débits de boissons</i>	6,5
Restauration collective concédée	7
Services des voyagistes et agences de voyages	13
Musées, spectacles et autres activités culturelles	0,7
Parcs d'attractions	4
Casinos	1,07 ⁽³⁾

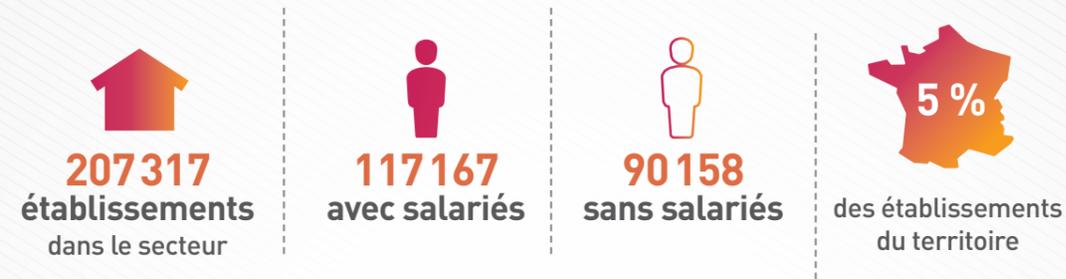
Source : Memento du tourisme et Gira (2017).

Restauration commerciale : ici restauration traditionnelle, cafétérias et service de traiteurs.

⁽¹⁾ Champ Fafih - ⁽²⁾ Codes NAF 55 et 56 - ⁽³⁾ Produit net des jeux = Produit brut des jeux - Prélèvement Etat et communes

LES CARACTÉRISTIQUES DES ÉTABLISSEMENTS ET DES SALARIÉS

Les établissements



(source INSEE 31/12/2015)

Le secteur comprend plus de 200 000 établissements dont la majorité est tournée vers une activité de restauration (58 % des établissements avec salariés). Trois autres branches d'activités regroupent des effectifs d'établissements importants : l'hôtellerie (15 %), les débits de boissons (14 %), la restauration collective (10 %). Les autres branches du secteur (traiteurs, thalassothérapie, casinos, bowlings) cumulées représentent un peu plus de 3 % du nombre d'établissements avec salariés. La fine répartition des établissements sur l'ensemble du territoire est une des caractéristiques du secteur. Le maillage est très dense pour la restauration ; il est important pour l'hôtellerie si on le compare aux autres pays européens. L'Île-de-France regroupe le cinquième des établissements sectoriels de métropole, les régions Auvergne-Rhône-Alpes et Provence - Alpes - Côte d'Azur plus du dixième chacune.

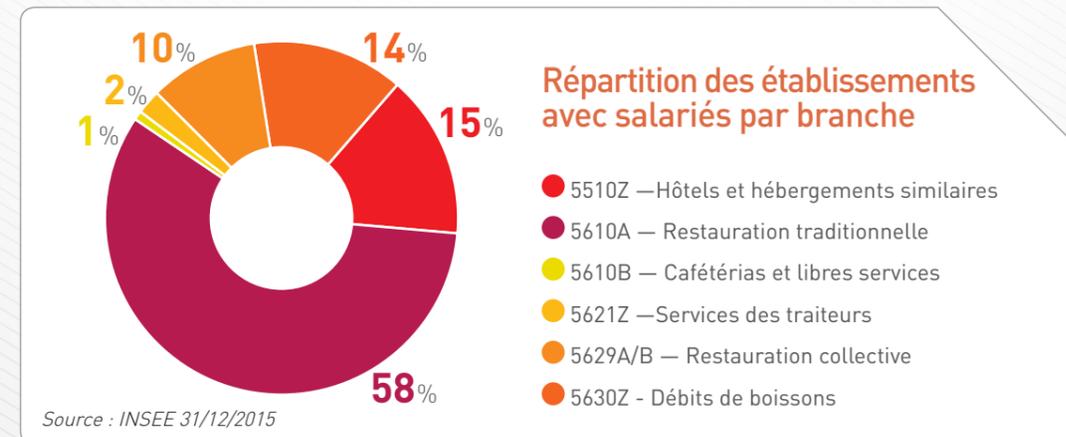
Le secteur est constitué de très petites entreprises. Outre les établissements sans salarié, la répartition par taille montre la prédominance des établissements de moins de onze salariés qui constituent près de neuf établissements sur dix.

Les établissements de plus de dix salariés ou plus constituent près de 14 % de l'ensemble, mais ils emploient plus de la moitié des salariés.

Évolution quinquennale

La croissance du nombre d'établissements avec salariés du secteur - plus de 117 000 - qui était continue, portée par le développement de l'activité de restauration, se stabilise depuis 2010.

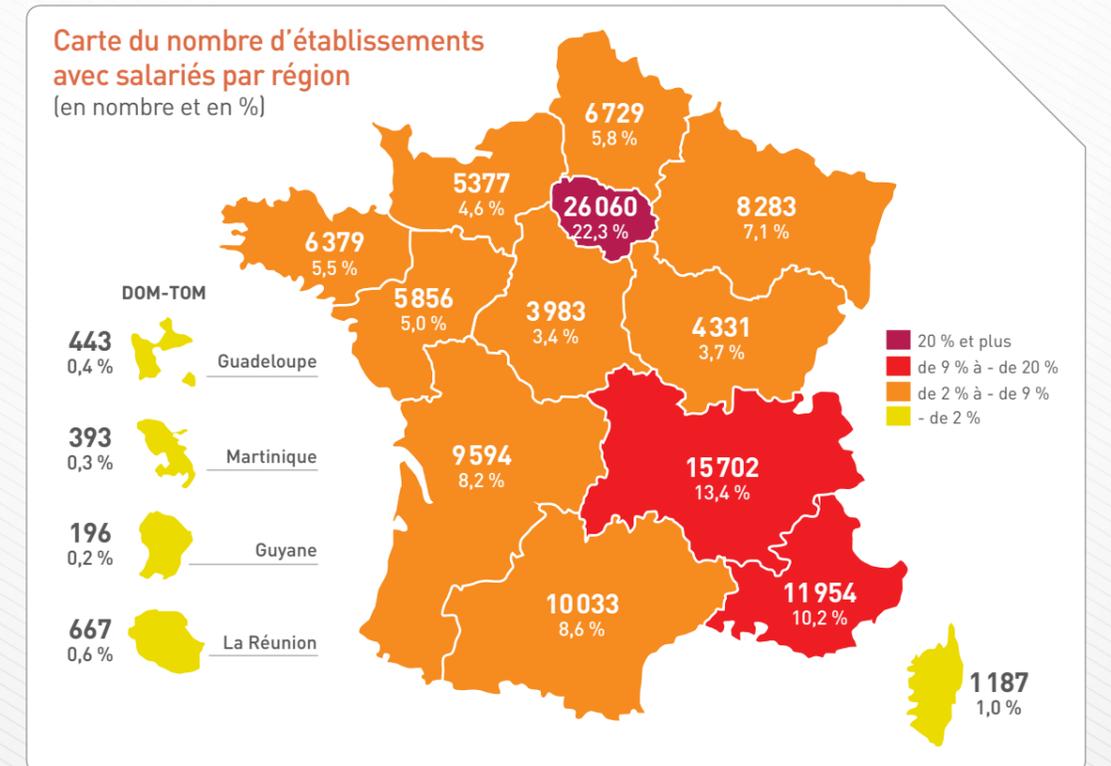
Le nombre d'établissements employeurs en restauration traditionnelle reste stable au cours des 5 dernières années. Pour d'autres activités, le nombre d'établissements se positionne en baisse (Hôtellerie, Cafétérias, Restauration collective). En revanche, les traiteurs et les débits de boissons qui emploient au moins un salarié connaissent un développement positif.



Répartition des établissements par taille et par région

Région	Établissements sans salariés	Établissements de moins de 11 salariés	Établissements de 11 à 49 salariés	Nombre total d'établissements
Auvergne-Rhône-Alpes	13 078	13 755	1 796	28 780
Bourgogne-Franche Comté	3 519	3 857	449	7 850
Bretagne	5 005	5 805	521	11 384
Centre-Val de Loire	2 864	3 547	418	6 847
Corse	1 626	1 125	59	2 813
Grand Est	5 827	7 034	1 197	14 110
Guadeloupe	1 102	399	31	1 545
Guyane	219	168	24	415
Hauts-de-France	6 421	5 791	866	13 150
Île-de-France	13 280	21 072	4 572	39 340
La Réunion	779	547	101	1 440
Martinique	643	338	40	1 034
Normandie	3 934	4 812	513	9 311
Nouvelle Aquitaine	8 805	8 426	1 080	18 399
Occitanie	9 610	8 949	1 009	19 643
Provence-Alpes-Côte d'Azur	9 269	10 549	1 287	21 223
Pays de la Loire	4 177	5 217	599	10 033
TOTAL GÉNÉRAL	90 158	101 391	14 562	207 317

Source : INSEE 31/12/2015



Répartition des établissements par branche et taille et évolution

	Établissements sans salariés	Établissements de moins de 11 salariés	Établissements de 11 à 49 salariés	Nombre total d'établissements	Taux d'évolution du nombre total d'établissements sur 5 ans
5510Z — Hôtels et hébergements similaires	11 275	13 777	3 803	29 245	-15 %
5610A — Restauration traditionnelle	42 793	60 187	7 419	110 633	-4 %
5610B — Cafétérias et libres services	206	172	402	823	5 %
5621Z — Services des traiteurs	12 086	2 392	345	14 862	43 %
5629A/B — Restauration collective	2 791	9 047	2 113	14 197	-8 %
5630Z — Débits de boissons	21 007	15 816	480	37 310	-1 %
9200Z — Casinos	0	0	103	200	
9604Z — Thalassothérapie	0	0	0	47	
Total général	90 158	101 391	14 562	207 217	-4 %

Source : INSEE 31/12/2015

Les salariés

Chiffres clés



741 411
salariés,
soit 3 % des
salariés en France



220 000
actifs
non salariés



300 000
postes
saisonniers en **été**



100 000
postes
saisonniers
en **hiver**

(source INSEE 31/12/2015)

La répartition régionale des salariés du secteur en métropole se structure autour de plusieurs ensembles. Les deux premiers sont constitués de l'Île-de-France où sont employés près de 30 % des effectifs salariés du secteur et des régions Auvergne Rhône-Alpes et Provence — Alpes — Côte d'Azur avec chacune plus ou moins le dixième des effectifs. La moitié des salariés du secteur exercent leur activité dans l'une de ces régions.

Un troisième ensemble est constitué par les régions du Grand Est, de l'Occitanie et de la Nouvelle-Aquitaine et des Hauts de France qui emploient 6 à 7 % des salariés chacune. Les autres régions concernent chacune moins de 5 % des salariés du secteur. Cette répartition concerne les emplois permanents.

Dans les régions touchées par des activités saisonnières, les effectifs salariés peuvent brusquement augmenter pour des durées comprises entre quelques semaines ou quelques mois. (on dénombre près de 300 000 saisonniers en été et près de 100 000 en hiver).

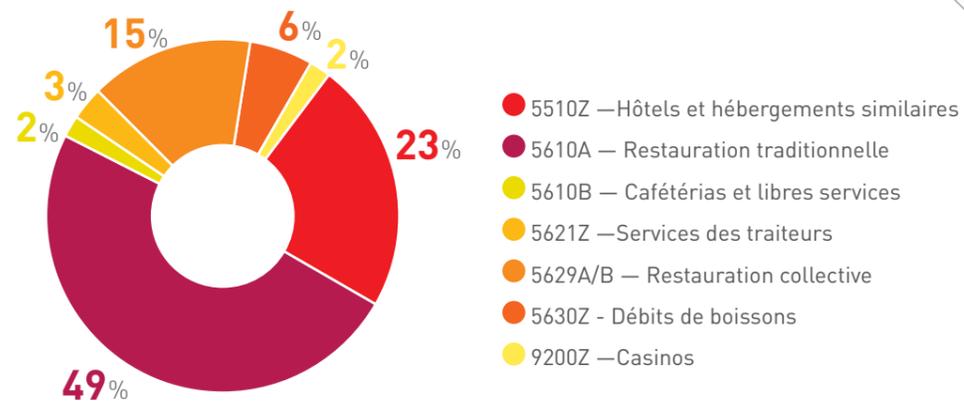
La restauration traditionnelle représente 50 % des salariés ; elle emploie plus de 360 500 salariés. Deux autres activités concourent fortement au volume d'emploi salarié, les hôtels (172 600 salariés) et la restauration collective (110 300 salariés). Les cafés et débits de boissons sont plus en retrait pour le nombre de leurs salariés, 47 000, mais de nombreux actifs à leur compte sont présents dans ces activités. Les services de traiteurs se sont significativement développés au cours des dernières années et emploient plus de 19 000 salariés. Les employés de la branche des casinos sont près de 15 000. Près de 14 000 salariés sont employés par les cafétérias. Les données de la statistique publique délimitent mal la branche de la thalassothérapie.

L'emploi salarié s'exerce principalement dans les petits établissements : près de la moitié des salariés est employée dans des établissements de moins de onze salariés. Outre ces emplois salariés, près de 200 000 emplois non-salariés participent à l'activité des établissements du secteur, essentiellement au sein des établissements sans salarié ou de petite taille.

Evolution quinquennale

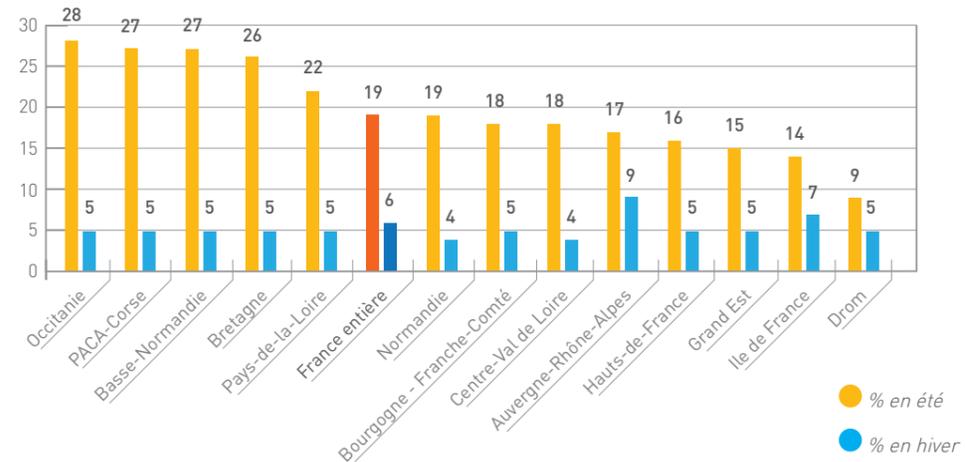
La croissance de l'emploi salarié dans le secteur, quasi continue depuis cinquante ans, s'est traduite au cours des dix dernières années par une augmentation annuelle du nombre d'emplois comprise entre dix et vingt-cinq-mille. L'année 2008 marque une brusque rupture avec la perte de plus de 7 000 emplois. Depuis 2010, la croissance de l'emploi est de nouveau orientée à la hausse, mais de façon plus lente qu'auparavant en restauration traditionnelle et en restauration collective (+1 %). Elle continue de chuter en hôtellerie (-5 points depuis 2010) et dans les cafétérias (-17 %). En revanche, les services des traiteurs et les débits de boissons connaissent un développement récent et significatif (respectivement +7 points et +14 points depuis 2010).

Répartition des salariés par branche



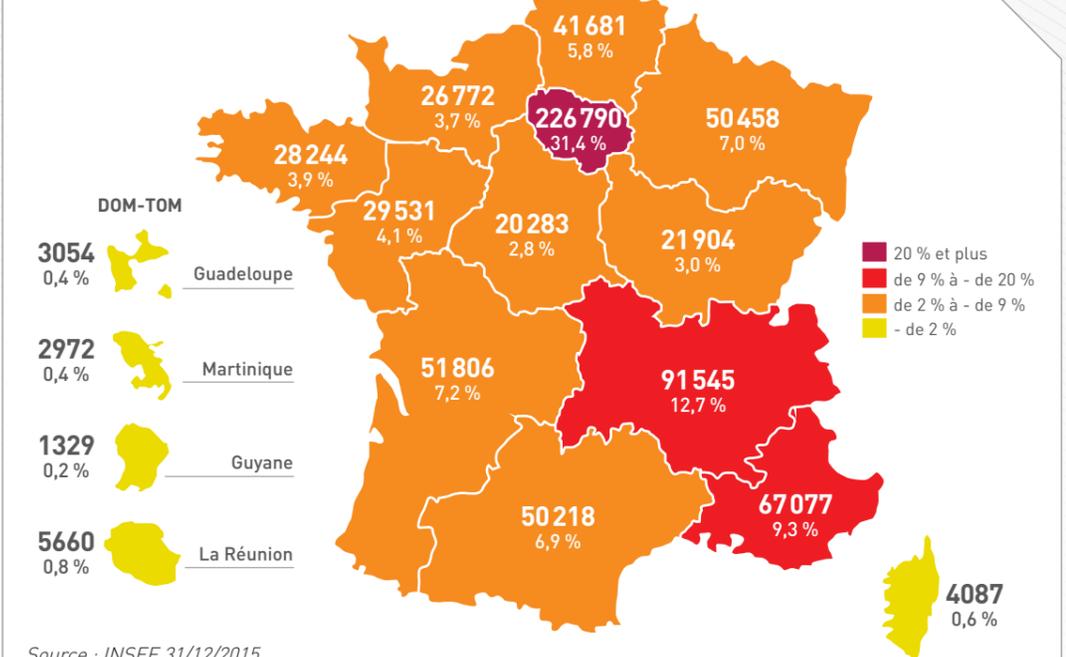
Source : INSEE 31/12/2015

Poids des postes saisonniers dans l'ensemble des postes rémunérés par région sur l'année



Source : Étude sur l'emploi saisonnier dans l'hôtellerie-restauration CEREQ pour le Fafih 2014

Carte du nombre de salariés par région (en nombre et en %)



Source : INSEE 31/12/2015

Répartition des salariés par Branche et taille et évolution

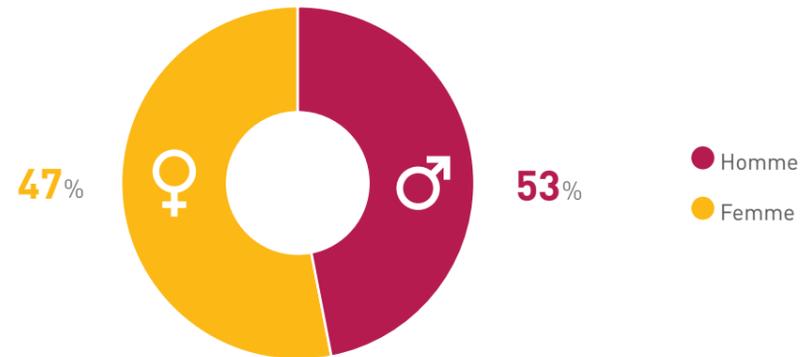
	Nombre de salariés	Nombre de salariés employés dans des établissements de moins de 11 salariés	Nombre de salariés employés dans des établissements de 11 à 49 salariés	Taux d'évolution du nombre total de salariés sur 5 ans d'établissements
5510Z — Hôtels et hébergements similaires	172 685	57 030	71 852	-5 %
5610A — Restauration traditionnelle	360 534	209 332	129 012	1 %
5610B — Cafétérias et libres services	13 703	744	9 918	-17 %
5621Z — Services des traiteurs	19 137	7 803	6 846	7 %
5629A/B — Restauration collective	110 302	35 491	41 724	1 %
5630Z — Débits de boissons	47 050	38 930	7 703	14 %
9200Z — Casinos	15 000	0	3 130	
9604Z — Thalassothérapie	3 000	0	0	
Total général	741 411	349 330	267 055	2,5 %

Source : INSEE 31/12/2015

Le profil des salariés

Une répartition homme/femme qui dépend des branches

Le secteur HCR affiche une légère majorité d'hommes 53 %, pour 47 % de femmes.



Source : Enquête Emploi 2015

Le profil des salariés relevant des conventions collectives des cafétérias et de la restauration collective est plus féminin (68 % des salariés des cafétérias sont des femmes et 52 % de la restauration collective.) Les salariés des casinos sont plus souvent des hommes (59 %).

Les métiers sont ouverts aux jeunes, en particulier dans les HCR et les cafétérias (39 % de moins de 29 ans)

	Convention collective nationale des hôtels, cafés, restaurants (HCR)	Convention collective nationale des chaînes de cafétérias et assimilés	Convention collective nationale des casinos	Convention collective nationale du personnel des entreprises de restauration de collectivité
29 ans ou moins	37 %	39 %	27 %	14 %
30-49	46 %	44 %	54 %	55 %
50 ou plus	17 %	17 %	18 %	32 %

Source : Enquête Emploi 2015

L'ancienneté est disparate

La moitié des effectifs permanents a moins de 5 ans d'ancienneté dans l'entreprise.

	Hébergement	Restauration
Moins d'1 an	20	23
De 1 à moins de 5 ans	28	33
De 5 ans à moins de 10 ans	19	18
10 ans ou plus	33	25
Total	100	100

Source : Enquête emploi 2015

Le type de contrat : une majorité de CDI et un nombre important de contrats d'apprentissage

Les deux tiers (66 %) des employés du secteur interrogés au cours de l'enquête emploi Insee sont en contrat à durée indéterminée ; 1 sur 5 est en CDD.

Les apprentis sont au nombre de 42 600* au moment de l'enquête DADS 2015, répartis de la façon suivante :

	Nombre de contrats d'apprentissage DADS 31/12/2015
1979 — CCN HCR	41 112
2060 — CCN RCLS	132
2257 — CCN Casinos	180
1266 — CCN Restauration de collectivité	1 272
Total	42 696

Source : DADS 2015

* Les apprentis sont comptabilisés ici quel que soit leur diplôme préparé.

Les formations initiales et premières

La formation première correspond à l'acquisition d'une qualification qui permet une première insertion dans le secteur.



* Dénombrement des apprentis inscrits dans des cursus préparant aux métiers du secteur, quelle que soit l'entreprise d'accueil.
(source : Éducation nationale 2017, Fafih 2017)

Stock et flux de formation

En 2016-2017, près de 100 000 personnes, jeunes ou adultes, se trouvaient engagées dans une formation première conduisant à un métier spécifique du secteur.

Plus de 42 200 étaient en situation d'achever leur formation pour se présenter sur le marché du travail auprès des entreprises des diverses branches du secteur.

La grande majorité est inscrite dans les dispositifs de formation initiale.

Les sorties de contrat de professionnalisation représentent à elles seules près de 6 000 sortants chaque année. Cette ressource est d'autant plus cruciale que ce dispositif permet aussi la formation à des métiers non couverts par les autres dispositifs (Certificats de Qualification Professionnelle).

Les diplômes de l'enseignement professionnel ou technique offrent une large gamme de formation :

Du CAP (certificat d'aptitude professionnelle) au bac (professionnel ou technologique), en passant par une MC (mention complémentaire) ou un BP (brevet professionnel), mais aussi des licences et Master, il existe plus de 20 diplômes dans le secteur de l'hôtellerie-restauration, notamment : CAP cuisine ; commercialisation et services en hôtel-café-restaurant ; MC employé barman ; sommellerie ; organisateur de réception... ; BP arts de la cuisine, sommellerie, barman ; gouvernante ; arts du service et commercialisation en restauration ; bac pro cuisine ; commercialisation et services en restauration ; bac techno STHR (sciences et technologies de l'hôtellerie et de la restauration).

Après le bac, il existe un BTS (brevets de technicien supérieur) rénové avec trois options : BTS management d'hôtellerie restauration option A, management d'unité de restauration ; option B management d'unité de production culinaire ; option C management d'unité d'hébergement, mais aussi des licences professionnelles des secteurs de l'hôtellerie et du tourisme, complétés par quelques Masters et diplômes de grandes écoles (de niveau Bac + 5). Ces formations sont proposées à temps plein (en lycée professionnel) ou en apprentissage (en CFA, centre de formation d'apprentis).

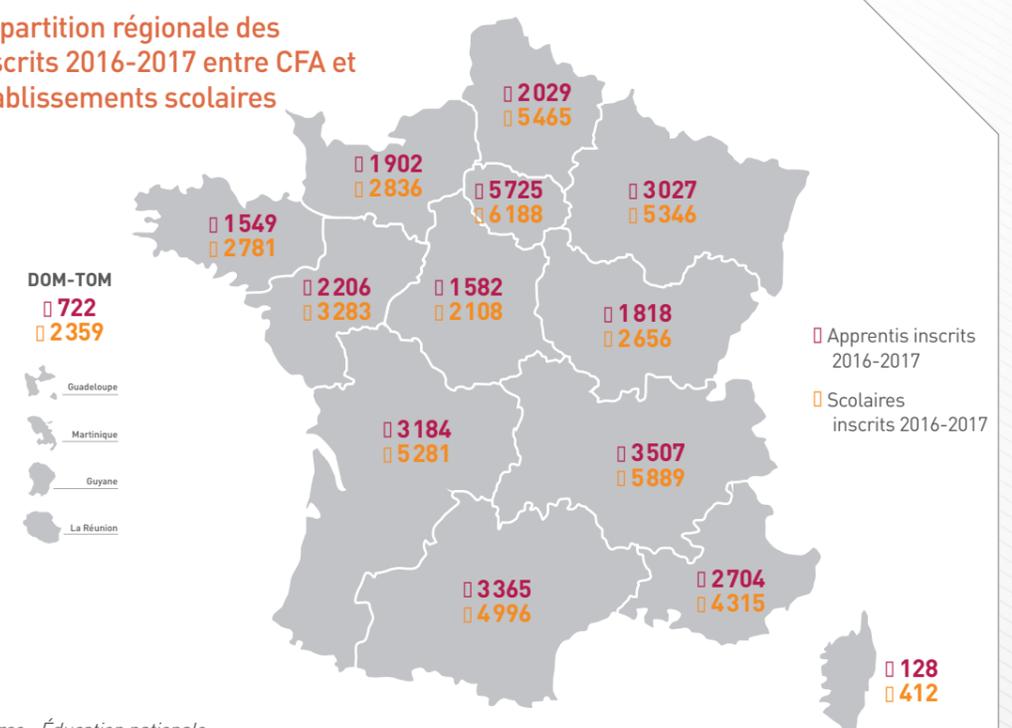
Sortants de formation en 2017

Régions	Apprentis	Scolaires	Contrat de professionnalisation
CQP de branche			2 489
CAP	9 938	4 683	531
MC	1 558	1 700	163
BP	1 621		105
BAC	1 380	11 061	127
BTS	939	2 885	1 060
Lic Pro	545		131
Autres formations sectorielles	219	4	1 117
TOTAL GÉNÉRAL	16 200	20 333	5 723

(source : Éducation nationale 2017, Fafih 2017)

En 2017, 5 723 jeunes et adultes achevaient un contrat de professionnalisation dans les établissements du secteur. Si les diplômés de l'enseignement professionnel ou technique restent les certifications principalement obtenues, plus de 40% des effectifs sortis en 2017 ont obtenu un CQP (certificat de qualification professionnelle) des branches du secteur à l'issue de leur formation.

Répartition régionale des inscrits 2016-2017 entre CFA et établissements scolaires

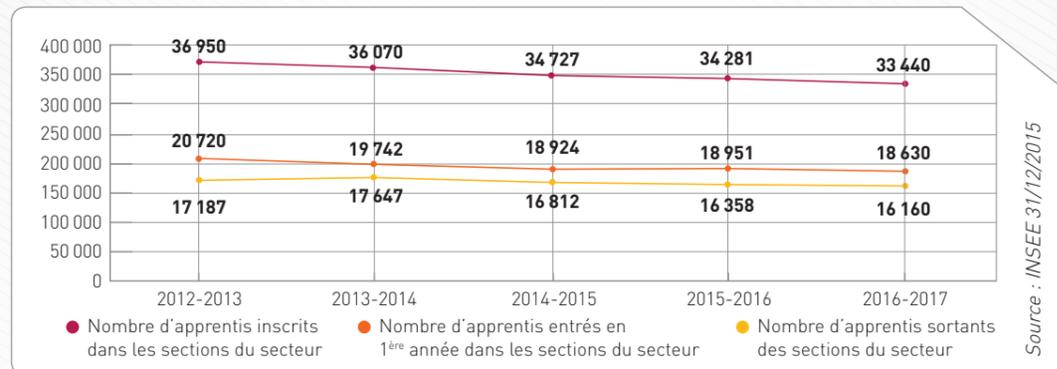


Source : Éducation nationale

Évolution quinquennale de l'apprentissage

Au cours des 5 dernières années, le nombre d'inscrits dans des sections d'apprentissage préparant aux métiers du secteur s'est réduit (-9% depuis 2012), suivant le même mouvement qu'au niveau national. Le secteur demeure cependant un de ceux qui ont recours le plus fortement à l'apprentissage.

Évolution des effectifs inscrits, entrés et sortants en apprentissage dans les sections préparant aux métiers du secteur



Les grandes tendances en matière d'intention d'embauche

Dans la plupart des métiers du secteur, les difficultés de recrutement anticipées sont supérieures à celles de l'ensemble des métiers, selon l'enquête Besoins en Main d'Œuvre 2018. Les activités saisonnières importantes compliquent souvent les ajustements entre l'offre et la demande. Les tensions sur le marché du travail pour les cuisiniers et les employés et agents de maîtrise ou cadres de l'hôtellerie et de la restauration restent à un niveau supérieur à celui de l'ensemble des métiers.

Métier	Projets de recrutement France 2018	Difficultés à recruter	Emplois saisonniers
Serveurs de cafés restaurants	80 887	50,20 %	63,00 %
Aides et apprentis de cuisine, employés polyvalents de la restauration	72 055	44,70 %	40,80 %
Cuisiniers	41 895	61,00 %	52,30 %
Employés de l'hôtellerie	36 266	50,40 %	70,40 %
Chefs cuisiniers	7 145	69,20 %	37,20 %
Maîtres d'hôtel	2 905	67,50 %	38,70 %
Cadres de l'hôtellerie et de la restauration	1 851	55,20 %	25,70 %
Maîtrise de l'hôtellerie	1 679	43,90 %	53,10 %

Source : Enquête besoins en main-d'œuvre Pôle Emploi 2018

PROSPECTIVE DES MODES DE VIE ET DE CONSOMMATION, IMPACT SUR LA RELATION CLIENT ET SUR LES NOUVELLES COMPÉTENCES RECHERCHÉES

Une transformation accélérée des comportements des clients est à l'oeuvre dans tous les univers et en particulier dans le secteur de l'hôtellerie, de la restauration, des activités de loisirs et de tourisme. Dans ce contexte et afin de rester dans la course, chaque acteur se voit contraint de repenser son offre et plus spécifiquement d'intégrer les évolutions en matière de relation client.

Cinq tendances de société ont été identifiées dans les travaux prospectifs menés par le secteur comme étant clés pour comprendre la relation client à l'horizon 2025.

Prospective des modes de vie et de consommation

Cinq tendances de société ont été identifiées dans les travaux prospectifs menés par le secteur comme étant clés pour comprendre la relation client à l'horizon 2025.



Le retour des clivages

1 Le retour des clivages

Vers une société française de plus en plus clivée.

D'un point de vue économique, de plus en plus de Français se sentent exclus de la création de richesse.

D'un point de vue socio-culturel également les clivages s'amplifient : tous les milieux sociaux — caractérisés par leur capital économique et culturel, mais aussi par leurs valeurs et leurs croyances — ne vont pas dans la même direction. Plusieurs sujets comme la présence des étrangers, la question des migrants, l'attitude face à la question religieuse, ou encore la mondialisation les divisent et constituent des lignes de fracture fortes dans la société française.

Demain, tout indique que les clivages vont se renforcer, entraînant le besoin d'actions segmentées aussi bien sur les plans économiques que culturels. Les clivages culturels risquent de se renforcer à l'échelle européenne également. Les positions de chacun seront plus nettes et plus tranchées, les discours plus extrémisés.

Source : Enquête prospective Sociovision pour le Fafih (2018).



Le choc digital

2 Le choc digital

Le développement du digital implique un changement en profondeur des pratiques, mais aussi des mentalités.

Il engendre une dématérialisation croissante dans le rapport entre les individus et les institutions et habitue les consommateurs à disposer d'un accès rapide à l'information, aux produits et aux services.

Le développement des **intelligences artificielles** fait également évoluer la relation client traditionnelle. Demain, de plus en plus, les robots seront amenés à remplacer tout ou partie des tâches réalisées aujourd'hui par des êtres humains.

Par ailleurs, la multiplication des données disponibles (**open data**) pose la question de la protection de la vie privée. La prise de conscience du public risque de rendre plus compliquées ou plus délicates les stratégies de personnalisation de la relation client.

Demain, la transformation digitale va s'accélérer, et entraînera la diffusion de nouvelles valeurs et de nouveaux comportements. La culture du réseau va fortement influencer les choix et les stratégies des consommateurs et les intelligences artificielles vont s'imposer comme un incontournable de la relation client. L'impatience des usagers confèrera aux bénéficiaires de fluidité et de simplicité un statut prédominant dans la relation client. Enfin, la protection de la vie privée doit être considérée comme un enjeu majeur des années à venir.



L'état d'esprit «Millennial»

3 L'état d'esprit «Millennial»

La société française se retrouve sous l'influence des « Millennials », dont les attitudes, les comportements et les aspirations modifient le paysage de la consommation et celui du travail.

Les personnes nées à partir des années 1980 auront de plus en plus d'influence dans le domaine de la consommation et dans le management. Leurs idées et leurs valeurs auront de plus en plus de poids dans les années à venir, notamment leur volonté de vivre en « mode projet ».

Mais au-delà d'une génération, il s'agit d'un **nouvel état d'esprit** qui se diffuse auprès des autres générations, combinant l'habitude d'un accès facile aux technologies et une aspiration au décloisonnement des sphères de la vie. Les frontières entre vie privée et vie professionnelle s'effacent de plus en plus. Le poids de la hiérarchie s'assouplit également, et les lieux de travail se rapprochent le plus possible du « chez-soi ».

Demain, le brouillage entre les différents secteurs de la vie et l'hybridation continueront de se développer, portés par les changements générationnels. Nous irons vers plus de « bleisure » : l'esprit « play » et des activités classiquement qualifiées de loisirs seront de plus en plus mêlées au travail. Les pratiques de networking seront de plus en plus répandues, nécessitant la mise en place d'outils, plateformes de rencontres, et lieux de travail adaptés. Les codes traditionnels seront remis en cause et la demande d'expériences va augmenter.



La diffusion de la culture du partage

4 La diffusion de la culture du partage

La diffusion de la culture du partage voit la montée en puissance du consommateur.

La **crise de légitimité des institutions** a pour conséquence de valoriser les circuits courts, les petits acteurs, les start-ups, les solutions locales...

Face aux **difficultés économiques**, les pratiques dites « collaboratives » se diffusent. Cette logique de **plateformisation** touche toute l'économie.

Demain, le consommateur va avoir encore plus de pouvoir pour imposer ses vues. Il aura plus d'autonomie pour réaliser lui-même une partie des activités aujourd'hui réalisées par des tiers. Il aura également moins d'attachement à la propriété : c'est l'usage qui comptera avant tout.



Le désir de reconnexion

5 Le désir de reconnexion

La société française est en quête d'authenticité, qui traduit le besoin de se reconnecter à soi et aux autres .

Aujourd'hui, de nombreux Français ont un **sentiment de rupture** des grands équilibres. Ils se reconnaissent de moins en moins dans le monde actuel. Malgré les nouveaux outils de communication, le sentiment de solitude progresse. La solution se trouve dans la recherche de relations humaines plus authentiques.

Pour ce faire, il devient de plus en plus important de prendre soin de sa santé (bien manger, bien dormir, faire du sport...).

Demain, tout ce qui permettra une meilleure reconnexion à soi et aux autres sera valorisé (offre de lieux, d'activités, d'outils, qualité de services...). Le besoin d'authenticité continuera de s'affirmer dans les relations : plus transparentes, plus authentiques, moins formatées. Le besoin d'expériences collectives, conviviales se renforcera. Le désir de naturalité s'amplifiera : être au contact des éléments naturels, utiliser la nature pour se faire du bien. L'intérêt pour le local (reconnexion aux particularités et à la sensorialité d'un territoire) continuera d'augmenter. Le « healthy living » (vivre sain), se répandra en tant que mode de vie.

L'IMPACT SUR LA RELATION CLIENT ET LES COMPÉTENCES RECHERCHÉES

Les 5 tendances clés à l'horizon 2025 ont deux types d'impact sur la relation client de demain : on distingue 6 composantes fondamentales de la relation client, et 6 composantes de différenciation.

Les 6 composantes fondamentales

Les 6 composantes fondamentales sont des basiques que toute entreprise devra intégrer pour maintenir un bon niveau de service client.



1 — HUMAIN / Faire preuve d'humanité, encourager le contact humain et authentique

Plus d'écoute, d'empathie, d'attention, le client recherche des attitudes moins codifiées, moins normées, mais plus authentiques. Dans le recrutement, il faudra veiller à la diversité des qualités individuelles et à la cohésion des personnalités au sein des équipes. Ceci induit également de sensibiliser et former les managers à la dimension stratégique du bien-être de leurs équipes pour réaliser leur mission.

2 — QUALITÉ / Garantir un niveau de qualité suffisant

La qualité doit être globale : sur le fond, mais aussi sur la forme. L'esthétisation est de plus en plus importante. La transparence également : l'utilisation de produits frais et bons pour la santé, de circuits courts, et d'une démarche respectueuse de l'environnement semblent inévitables.

Ceci implique de mettre en avant les aspects qualitatifs de l'offre, pour justifier le prix, de penser à la qualité globale de l'expérience (atmosphère, esthétique...).

3 — SÉCURITÉ / Instaurer un climat de sécurité et donner des marques de confiance

La sécurité alimentaire doit être garantie, notamment par la transparence sur ce sujet-là (facilité d'accès à l'information). Le fait d'être référencé en ligne (site web ou page sur les réseaux sociaux) est rassurant pour le client. Il faudra lui fournir des preuves, des repères.

Le choix des lieux, du cadre (mobilier et décoration) joue un rôle important dans le sentiment de sécurité des clients.

4 — FLUIDITÉ / Assurer un parcours client intuitif et sans accroc

La réponse à la recherche de fluidité, de rapidité, de simplicité, passe par le fait de se doter de systèmes et d'interfaces de réservation rapides et efficaces, pour être en mesure d'assurer une réponse pratique en temps réel, tout au long du parcours client. L'humain et l'intelligence artificielle s'articulent pour répondre efficacement ; robots/IA pour les questions standards faciles à régler et personnel humain pour les questions plus difficiles et spécifiques. Le temps de paiement devra être raccourci, voire supprimé (paiement sans contact, compte client débité automatiquement...).

5 — SOUPLESSE / Savoir s'adapter à des contextes changeants, des demandes imprévues

Il s'agit de savoir s'adapter à des besoins variés et évolutifs, à des emplois du temps improvisés, à des clients avec des besoins hybrides.

Ceci implique de donner plus d'autonomie au personnel pour des prises de décision immédiates face aux demandes du client. Se doter d'outils digitaux et collectifs pourra aider la flexibilité, en temps réel, à condition que tous les collaborateurs soient à l'aise sur ces nouveaux outils.

6 — OUVERTURE INTERNATIONALE / Savoir s'adresser aux clientèles étrangères

Ceci implique de pouvoir communiquer à l'oral et à l'écrit dans plusieurs langues, de développer des versions en langues étrangères des sites internet, mais aussi d'adopter l'attitude adéquate en fonction des codes culturels du client. L'entreprise devra aussi s'intégrer à l'écosystème touristique international (plateforme de réservation internationale, partenariats...).



Les 6 composantes de différenciation

Les 6 composantes de différenciation permettront à l'entreprise d'arriver à se distinguer et à être en avance sur les standards de la relation client.

PARTI PRIS / ENGAGEMENT

1 — PARTI-PRIS / ENGAGEMENT / Affirmer ses valeurs, ses croyances, ses préférences

Ceci implique d'affirmer ses valeurs et ses partis-pris à travers sa communication, mais aussi d'affirmer un concept avec force et clarté, et le décliner sous toutes ses formes ; travailler l'originalité, la distinction, la différenciation.

PERSONNALISATION

2 — PERSONNALISATION / Adapter l'offre et le service aux spécificités du client

Il s'agit de proposer un accompagnement individuel du client, lui recommander différentes options, le conseiller, être force de proposition, proposer du sur-mesure.

DECLOISONNEMENT

3 — DÉCLOISONNEMENT / S'ouvrir sur l'extérieur et être en interaction avec la vie locale, avec des partenaires

L'enjeu est d'assurer au client une expérience qui ne s'arrête pas aux portes d'un établissement, mais qui s'étend à la vie et aux services locaux (à l'échelle d'une rue, d'un quartier, d'une ville).

Ceci implique de repenser les espaces (hybridation, ouverture, espaces extérieurs) et en créer de nouveaux. La logique de décroissement implique de s'ouvrir à d'autres cultures métiers, de s'inspirer d'autres univers et de déployer des partenariats.

HISTOIRE(S) À PARTAGER

4 — HISTOIRE (S) À PARTAGER / Rendre l'expérience attractive et immersive

La mise en scène est très importante pour permettre aux clients de s'échapper du quotidien, de s'évader, de se cultiver ou de s'amuser. Ceci implique de valoriser des petites histoires, des anecdotes, de diffuser du micro-contenu très fréquemment sur les réseaux sociaux en particulier.

RENOUELEMENT PERMANENT

5 — RENOUELEMENT PERMANENT / Proposer régulièrement des nouveautés

Il est intéressant de savoir programmer des activités et des événements en permanence renouvelés. Le renouvellement concerne aussi l'atmosphère et la décoration.

Ceci implique de sensibiliser et former certains membres des équipes aux compétences créatives.

CULTURE PARTICIPATIVE

6 — CULTURE PARTICIPATIVE / Faire participer le client, l'engager, l'activer, échanger avec lui

La communication sur les réseaux sociaux permet de rapprocher l'entreprise du client, de lui offrir des expériences variées sous forme d'ateliers participatifs, de séances de partage, d'invitations à découvrir l'envers du décor, par l'intermédiaire d'interfaces simples pour échanger facilement avec le client.

Ces composantes fondamentales ou de différenciation, auront, entreprise par entreprise, un impact sur les compétences dont chacune devrait disposer pour rencontrer les attentes de leurs clientèles.

ENTREPRISES 09 69 32 09 21

PARTICULIERS 09 69 32 09 22

PARTENAIRES 09 69 32 09 23



www.fafih.com

Tous vos services 24h/24, 7 j/7



3, rue de la Ville l'Évêque
75008 Paris