Avenant 1 du 05 juin 2025
à l'accord professionnel du 20 novembre 2020 relatif au dispositif
de promotion et de reconversion par alternance
dans la branche de la restauration rapide

Vu la Loi n° 2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel,

Vu le Décret n° 2018-1232 du 28 décembre 2018 relatif aux publics éligibles et aux conditions de mise en œuvre de la reconversion ou promotion par alternance,

Vu l'ordonnance N° 2019-861 du 21 août 2019 visant à assurer la cohérence de diverses dispositions législatives avec la loi n° 2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel, notamment en son article 1 57° bis rétablissant un article L.6324-3 du code du travail relatif à la reconversion ou promotion par alternance

Vu l'accord professionnel du 20 décembre 1996 relatif à la constitution de la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle de la Restauration Rapide (CPNEFP - RR), modifié le 2 avril 2019.

Vu le décret n° 2021-1916 du 30 décembre 2021 relatif au répertoire national des certifications professionnelles,

Vu la loi n° 2022-1598 du 21 décembre 2022 portant mesures d'urgence relatives au fonctionnement du marché du travail,

Vu le décret n° 2023-826 du 25 août 2023 relatif aux modalités de mise en œuvre de certains dispositifs de formation professionnelle,

Vu l'accord professionnel du 20 décembre 1996 relatif à la constitution de la CPNEFP de la Restauration Rapide, modifié le 2 avril 2019,

Vu l'accord du 20 novembre 2020 relatif au dispositif Pro-A dans la branche de la restauration rapide,

PREAMBULE

Le présent avenant s'inscrit dans la continuité de l'accord professionnel du 20 novembre 2020 relatif au dispositif de reconversion ou promotion par alternance (Pro-A) dans la branche de la restauration rapide.

Depuis la signature de cet accord, la Branche de la Restauration Rapide a poursuivi sa dynamique de structuration et d'adaptation aux évolutions de l'emploi, des compétences et des certifications professionnelles, dans un contexte économique, technologique et sociétal en constante mutation.

Les partenaires sociaux de la branche, réunis au sein de la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle (CPNEFP) du 13 mai 2025, ont souhaité actualiser certaines dispositions de l'Accord initial afin de :

- Prendre en compte les évolutions réglementaires et les dernières instructions administratives relatives à la Pro-A,
- Intégrer les évolutions du Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP),

- Maintenir une offre de certifications cohérente avec les besoins en compétences et en qualifications des entreprises et des salariés de la branche,
- Clarifier certaines modalités de mise en œuvre pour une application opérationnelle optimisée.

Le présent Avenant n°1 à l'accord du 20 novembre 2020 annule par conséquent et remplace les dispositions de l'Accord du 20 novembre 2020, avec application immédiate après réalisation des formalités légales de dépôt et d'extension.

ARTICLE I : OBJET DE L'ACCORD

Le présent accord a pour objet d'arrêter la liste des certifications professionnelles permettant de développer les compétences/les qualifications des salariés, de favoriser la mobilité professionnelle et de répondre aux attentes des entreprises de la Branche.

ARTICLE II : CHAMP D'APPLICATION DE L'ACCORD

Les dispositions du présent accord sont applicables à l'ensemble des employeurs et des salariés compris dans le champ d'application de la convention collective nationale pour le personnel des entreprises de restauration rapide du 18 mars 1988 – IDCC n° 1501.

Les partenaires sociaux signataires du présent avenant, soulignant l'importance du dispositif de la Pro-A dans l'ensemble de la branche, rappellent que le présent accord est applicable à l'ensemble des employeurs, sièges et établissements, quel que soit leur effectif, y compris les entreprises et établissements de moins de 50 salariés.

ARTICLE III : LES CONTOURS DE LA PRO-A

Le dispositif de reconversion ou promotion par alternance, ci-après « Pro-A », vise les branches pour lesquelles la professionnalisation se fait dans l'emploi, ou qui ont des difficultés à recruter.

Ainsi :

Pour l'employeur, la Pro-A permet de répondre à ses besoins en développement des compétences et anticiper les mutations de l'entreprise.

Pour le salarié, elle sécurise son parcours professionnel et peut le faire changer de métier, se réorienter professionnellement, et /ou de bénéficier d'une promotion sociale ou professionnelle.

Dans ce cadre, les deux parties définissent ensemble le projet et le formalisent par le biais d'un avenant au contrat de travail.

III-1) Objet de la Pro-A et public concerné

La Pro-A permet d'acquérir une qualification dont le niveau est conforme aux dispositions réglementaires.

Dans ce cadre, la Pro-A est accessible :

- Aux salariés en CDI ainsi qu'à ceux placés en activité partielle,
- Aux salariés bénéficiaires d'un contrat unique d'insertion à durée indéterminée.

Ce dispositif peut, également, être utilisé pour les salariés souhaitant faire valider une VAE ou acquérir un socle de connaissances et de compétences professionnelle (certification Cléa).

III-2) Modalités de déroulement de la Pro-A

La Pro-a s'étend sur une durée comprise entre 6 et 12 mois.

Elle est portée à 24 mois pour les personnes en difficulté de maintien dans l'emploi, les personnes en situation de handicap, les personnes qui visent une formation certifiante de niveau 5 ou qui n'ont pas acquis le niveau 5, ainsi que pour celles identifiées comme prioritaires par la CPNEFP RR au regard de

l'obsolescence de leurs compétences/ leurs qualifications et/ou du caractère nouveau ou en forte évolution de leurs métiers.

Lorsque la Pro-A prévoit des actions de formation, ces dernières se déroulent en alternance : elles associent des enseignements généraux, professionnels et technologiques dispensés dans des organismes de formation (ou, lorsqu'elle dispose d'un service de formation, par l'entreprise) et l'acquisition d'un savoir-faire par l'exercice en entreprise d'une ou plusieurs activités professionnelles en relation avec les qualifications recherchées. Les parties signataires soulignent, par ailleurs, le fait que l'AFEST est une modalité pédagogique adaptée aux métiers de la Branche.

La durée de la formation est, alors, comprise entre 15 %, sans être inférieure à 150 heures, et 25 % de la durée totale de la Pro-A.

Ces dispositions ne sont pas applicables lorsque la Pro-A vise l'acquisition du socle de connaissance et de compétences ou une VAE.

Pour les actions de formation prioritaires visées à l'article L.6325-1-1 du code du travail, ainsi que pour les bénéficiaires visant des formations diplômantes et certifiantes identifiées par la CPNEFP-RR, la durée des actions d'évaluation, d'accompagnement et d'enseignements généraux, professionnels et technologiques peut être portée au-delà de 25% de la durée totale de la Pro-A.

Les signataires décident de porter le maximum au-delà de 25 % pour les bénéficiaires suivants :

- Les jeunes de 16 à 25 ans n'ayant pas validé un second cycle de l'enseignement secondaire et non titulaire d'un diplôme de l'enseignement technologique ou professionnel ;
- Pour les personnes bénéficiant d'un contrat unique d'insertion ;
- Pour les personnes reconnues travailleur handicapé ;
- Les personnes qui visent une formation diplômante de type bac pro, DUT, BTS ou licence professionnelle ;
- Lorsque la certification professionnelle visée nécessite une durée de formation supérieure à 25%.

Les heures de formation peuvent se dérouler pour tout ou partie en dehors du temps de travail à l'initiative soit du salarié, soit de l'employeur après accord écrit du salarié dans la limite de 30 heures par an et par salarié.

Cependant, en application de l'article L.6321-6 1° du code du travail, les signataires du présent accord préconisent que, pour les formations en langues étrangères, lorsque la formation réalisée en tout ou partie en dehors du temps de travail, celle-ci n'excède pas 150 heures par an et par salarié.

Lorsque les actions de formation sont effectuées pendant le temps de travail, elles donnent lieu au maintien par l'employeur de la rémunération du salarié.

III-3) Qualifications et certifications éligibles à la Pro-A

Le dispositif de Pro-A permet d'acquérir un diplôme, un titre professionnel, un CQP ou un CQPI ainsi qu'une certification professionnelle enregistrés au RNCP et figurant dans un accord de Branche ayant fait l'objet d'une extension par le Ministère du Travail.

III-3-1. Liste initiale republiée et mise à jour :

La liste des certifications définie dans l'Accord initial du 20 novembre 2020 a évolué. Certaines certifications inactives à ce jour ont fait l'objet d'un nouveau dépôt et d'un nouvel enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Dans le cadre de cet article la liste des certifications éligibles à la Pro-A est intégralement republiée en annexe du présent avenant.

Les formations inactives sont retirées de la liste initiale et remplacées, lorsque cela est le cas, par les formations actives déposées par les certificateurs et enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles.

Les formations inactives et non encore réactivées sont également conservées afin d'être automatiquement ajoutées dès leur renouvellement au RNCP conformément à la doctrine définie par la DGEFP permettant que les certifications faisant l'objet d'une procédure de renouvellement ou d'inscription au RNCP ne feront désormais plus l'objet d'une exclusion dans les arrêtés dans l'extension, mais d'une simple réserve. Les signataires du présent avenant précisent que les projets de certifications présents dans la liste s'ajouteront automatiquement à celle-ci dès qu'ils sont renouvelés au RNCP.

III-3-2. Liste des certifications éligibles à la Pro-A :

Les certifications figurant en annexe du présent avenant seront mises en ligne sur le site d'AKTO dès la publication de l'arrêté d'extension du présent avenant.

ARTICLE IV : LE TUTEUR

IV -1) Désignation du tuteur

L'employeur désigne un tuteur parmi les salariés de l'entreprise, chargé d'accompagner chaque bénéficiaire de l'action de reconversion ou de promotion par alternance.

Le salarié choisi pour être tuteur, doit être volontaire et justifier d'une expérience professionnelle d'au moins deux ans dans une qualification en rapport avec l'objectif de professionnalisation visé.

IV-2) Mission du tuteur :

Le tuteur a pour mission :

- D'accompagner le salarié dans l'élaboration et la mise en œuvre de son projet professionnel,
- D'aider, d'informer et de guider les salariés tutorés,
- De contribuer à l'acquisition de connaissances, de compétences/ de qualifications et d'aptitudes professionnelles par le salarié concerné, au travers d'actions de formation en situation professionnelle,
- De participer à l'évaluation des qualifications et certifications acquises dans le cadre de la Pro-A.

Il assure la liaison entre les organismes de formation et les salariés de l'entreprise qui participent à l'acquisition par le bénéficiaire de compétences/de qualifications professionnelles visées par la Pro-A.

Pour pouvoir assurer sa mission dans les meilleures conditions, le nombre de salariés confiés à un tuteur est limité à trois simultanément et deux si l'employeur est lui-même le tuteur, que ce soit au

titre d'un contrat d'apprentissage, d'un contrat de professionnalisation ou du dispositif « Pro-A », selon la distinction opérée par le code du travail.

Pour permettre l'exercice de ces missions tout en continuant à exercer son emploi dans l'entreprise, le tuteur doit disposer du temps nécessaire au suivi des bénéficiaires de la Pro-A.

IV-3) Le financement de la formation du tuteur

L'OPCO des Services à forte intensité de main d'œuvre -AKTO- dont relève la Branche, finance au titre de l'alternance les coûts liés à la formation de tuteur, tel que prévu par la loi et la réglementation.

ARTICLE V : FINANCEMENT DE LA PRO-A

Les actions réalisées dans le cadre de la reconversion ou promotion par l'alternance sont financées sur les fonds légaux de l'opérateur de compétence AKTO destinés à l'alternance, sur la base des conditions de prise en charge fixées par la Branche et pilotées par la section professionnelle le paritaire (SPP) de la branche du personnel des entreprises de restauration rapide.

L'opérateur de compétences AKTO assurera, sur les fonds destinés au financement de l'alternance, une prise en charge forfaitaire des actions mises en œuvre dont le montant est fixé par la SPP du personnel des entreprises de restauration rapide, à l'initiative de la CPNE.

Les parties signataires préconisent que la prise en charge comprenne les charges sociales légales et conventionnelles dues par l'employeur au titre des salariés concernés, dans la limite du coût horaire du salaire minimum interprofessionnel de croissance par heure, et ce, au-delà des frais pédagogiques et des frais annexes.

Le plafond de prise en charge des rémunérations est décidé par le conseil d'administration de l'OPCO sur proposition de la SPP RR, à l'initiative de la CNPEFP-RR.

ARTICLE VI : LA PRO-A DANS LA BRANCHE DE LA RESTAURATION RAPIDE

La Pro-A vise particulièrement les Branches pour lesquelles la compétence s'acquiert par l'emploi et qui ont des difficultés à recruter.

C'est le cas de la Branche de la Restauration Rapide qui est confrontée à de fortes tensions de recrutement ainsi qu'à une transformation importante des métiers impactant les besoins du marché du travail. Cette tension est accrue du fait des caractéristiques des recrutements dans la Branche. Selon le Panorama Statistique Emploi et Formation Professionnelle de la Branche de la Restauration Rapide, transmis par AKTO pour l'exercice 2023, 67 % des salariés ont moins de 29 ans, dont une proportion importante a moins de 25 ans. Plus précisément :

- 32 % des femmes salariées ont entre 15 et 19 ans, contre 25 % des hommes dans cette tranche d'âge,
- Et 25 % des salariés ont entre 20 et 24 ans.

Près de 60 % des salariés de la Branche de la Restauration Rapide ont donc moins de 25 ans. Cela confirme que la restauration rapide est un secteur très jeune, avec un fort besoin d'accompagnement, de formation initiale et de dispositifs adaptés (alternance, Pro-A, tutorat, montée en compétences).

Dans le même temps, les partenaires sociaux souhaitent favoriser l'accès à la certification des salariés travaillant à temps partiel, celui-ci permettant à l'entreprise de s'adapter à une activité dépendante de pics d'activité sur les services du midi et du soir (60% du chiffre d'affaire se fait en 4 heures : 2 heures le midi et 2 heures le soir - 17% des commandes en livraison sont effectuées lors du déjeuner et 70 % pour le dîner- Source « The NPD Group » -).

VI-1) Des métiers en tensions dans un environnement concurrentiel

Le Panorama statistique 2023 de la branche de la restauration rapide n'indique pas directement les hausses de fréquentation des clients dans les établissements, mais il fournit des indicateurs de croissance de l'activité, à savoir :

- Croissance du nombre d'établissements (2018–2022)
 - +35 % d'établissements employeurs en 5 ans :
 - 35 010 en 2018 → 47 250 en 2022
 - Soit une croissance moyenne de +7 % par an
- Croissance du nombre de salariés
 - +30 % de salariés entre 2018 et 2022 :
 - 238 000 salariés en 2018 → 308 600 en 2022
 - Soit une hausse annuelle moyenne de +6,7 %

Ces deux indicateurs — hausse du nombre d'établissements et croissance de l'emploi — témoignent indirectement d'une hausse continue de la fréquentation :

- Plus de restaurants ouverts = plus de points de vente sollicités,
- Plus de salariés embauchés = adaptation à une demande croissante des clients.

Cette croissance est liée au succès du concept même de Restauration rapide et à la capacité des entreprises à répondre aux problématiques sociétales et aux désirs de consommation alimentaire responsable des clients.

Celles-ci sont engagées dans une démarche de restauration de qualité avec, notamment, le recours au « manger bio et local » ; cette tendance a été consacrée lors du congrès 2019 du Snacking placé sous « Le Sens de l'Engagement ».

Toutefois, si l'offre continue de se diversifier, avec le développement du « Fast Good » (forme de restauration rapide qualitative et diversifiée), ainsi que du petit-déjeuner, le sandwich, le burger la pizza et les salades ... n'en restent pas moins des produits phares.

Au demeurant, les entreprises de Restauration rapide font face à une réelle pénurie de recrutement : elles doivent relever le défi de l'embauche pour ne pas laisser la concurrence prendre le pas.

De plus, les postes proposés ne correspondent pas systématiquement aux compétences/qualifications des personnes recrutées ; les entreprises sont alors amenées à former les salariés.

De surcroît, l'évolution de la relation client engendre de nouveaux métiers et de nouvelles fonctions. Il s'agit, pour les professionnels d'être en capacité de se mettre à la place du client, de développer une « culture du client ». L'offre doit être personnalisée, sur mesure et customisée.

A titre d'exemple, lorsqu'ils en ont le choix, les consommateurs penchent de plus en plus vers des établissements qui ont une démarche active dans le développement durable. Les principaux enjeux écologiques s'articulent autour de la consommation d'énergie et émission de gaz à effet de serre, la gestion des déchets...

Enfin, les exigences de sécurité alimentaire sont renforcées et doivent être garanties par l'entreprise.

Ces nouveaux comportements nécessitent des compétences et aptitudes nouvelles et pointues, les enjeux étant, sur ces points, cruciaux. C'est pourquoi, une montée significative en compétences des salariés tout particulièrement sur les aspects d'accueil, de relation client et de développement des comportements commerciaux est nécessaire.

VI-2) La révolution du digital : la transition numérique

Celle-ci redéfinit, aujourd'hui, les compétences des salariés.

Le numérique agit à la fois sur la demande et sur l'offre à destination de la clientèle : l'information au client, la prise de commande se digitalisent, les nouvelles technologies de paiement se développent, l'aspect e-réputation doit être de plus en plus pris en compte.

La culture du réseau influence désormais les choix et les stratégies des consommateurs et les intelligences artificielles s'imposent peu à peu comme un incontournable de la relation client : commande directe « click and collect », bornes de prise de commande et règlement...

Le fait d'être référencé en ligne (site web ou page sur les réseaux sociaux) est rassurant pour le client. Celui-ci demande à avoir accès à des solutions digitales qui apportent praticité, services et offres simplifiées. Il est bon de lui fournir des preuves, des repères.

Ce processus impacte certains métiers et engendre de nouvelles compétences /qualifications nécessitant de nouvelles expertises.

VI-3) L'impact sur le management

Ce contexte sociétal et économique implique l'ensemble des équipes en contact direct avec la clientèle. En effet, le client recherche désormais plus d'écoute, d'empathie, d'attention, de personnalisation ; le client veut se sentir bien et considéré. Il devient donc important de créer les conditions qui permettront aux salariés de faire vivre cet échange voulu par le client.

Dans le recrutement, il convient donc de veiller à la diversité des qualités individuelles et à la cohésion des personnalités au sein des équipes. Cela induit également de sensibiliser et former les managers à la dimension stratégique du bien-être des équipes pour réaliser leur mission.

Ainsi, les managers doivent être en capacité de développer des aptitudes relationnelles spécifiques, celles-ci tenant une place essentielle dans la gestion de la qualité de la relation client par leurs salariés.

Ceux-ci sont en contact permanent avec les différents métiers de l'entreprise ; ils accompagnent les opérationnels dans leurs missions quotidiennes et l'entreprise dans son développement. Ils permettent aux salariés de travailler de manière efficace et cohérente et contribuent à la satisfaction des clients.

Le management intermédiaire ou de proximité dans l'entreprise est également concerné : celui-ci est idéalement positionné pour faire la synthèse entre la direction et la réalité opérationnelle et joue ainsi un rôle clé dans l'opérationnalité de l'entreprise. Or, les postes de management intermédiaire sont occupés très majoritairement par des salariés bénéficiaires d'une promotion professionnelle interne.

Dans la Branche, les compétences attendues des directeurs de restaurant et responsables opérationnels sont transversales ; elles s'articulent autour du management d'un public jeune en poste issu de la génération Alpha, génération hyper connectée, issue d'une multi culture, à l'aise avec les

nouvelles technologies et dotée d'une volonté affirmée de concilier vie privée et vie professionnelle. En quête de sens dans leur travail, les jeunes de la génération Y raisonnent bien souvent leur vie professionnelle sous l'angle « projet » plutôt que « carrière ».

Les signataires de l'accord confient à la CPNEF-RR le soin de veiller à adapter les certifications de la branche aux évolutions de ses métiers et de porter une attention particulière à une réflexion visant à prendre en considération les compétences acquises dans le cadre de l'exercice des mandats des représentants du personnel et des mandataires syndicaux.

Il est donc essentiel de prendre en compte les évolutions profondes du management afin de pouvoir adapter l'offre de service et de fidéliser les salariés. La formation, par la certification, est l'outil gagnant/gagnant pour les salariés et l'entreprise.

ARTICLE VII : DUREE DE L'ACCORD

Le présent Accord est conclu pour une durée indéterminée.

ARTICLE VIII : REVISION ET DENONCIATION

Le présent accord peut être révisé conformément aux dispositions des articles L. 2261-7 et L.2261-8 du Code du Travail. Toute demande de révision est accompagnée d'une proposition de nouvelle rédaction concernant le ou les articles soumis à révision, et notifiée par lettre recommandée avec accusé de réception à chacune des autres organisations syndicales représentatives de salariés ainsi qu'aux organisations professionnelles d'employeurs représentatives de la Branche.

Le présent accord restera en vigueur jusqu'à la conclusion d'un avenant ou d'un nouvel accord.

La dénonciation du présent accord par une ou plusieurs des parties signataires peut intervenir à tout moment et devra être portée à la connaissance des autres parties signataires par lettre recommandée avec accusé de réception. La dénonciation devra être motivée. Elle respectera un préavis de trois mois pendant lequel le texte continuera de s'appliquer. A l'issue du délai de préavis, le texte continuera de produire ses effets pendant un an.

ARTICLE IX : DEPOT, EXTENSION ET PUBLICITE DE L'ACCORD

Le présent avenant, conclu pour une durée indéterminée, entre en vigueur à compter du premier jour du mois de la signature si l'accord est signé avant le 15 du mois et au plus tard le premier jour du mois qui suit la signature si l'accord est signé après le 15 du mois pour les entreprises adhérentes des syndicats patronaux signataires.

Les parties signataires conviennent de demander au Ministère du travail l'extension du présent avenant afin de le rendre applicable à toutes les entreprises et établissements entrant dans le champ d'application de la convention collective nationale de la restauration rapide du 18 mars 1988.

Le présent avenant fera l'objet des mesures de publicité et de dépôt en vigueur.

Le présent avenant faisant partie intégrante de la convention collective nationale de la restauration rapide du 18 mars 1988, il peut être dénoncé ou modifié à condition d'observer les règles définies aux articles 2 et 4 de ladite convention collective et dans le respect des dispositions de l'article L.2261-9 du Code du travail.

Fait à Paris, le 05 JUIN 2025

Signataires :

SNARR 15, avenue de Ségur 75007 PARIS Signature	FGTA-FO 15, avenue Victor Hugo 92170 VANVES Signature
	C.F.D.T. Fédération des Services 11 rue de Cambrai 1Artois Bâtiment A 75019 PARIS Signature
	CGT 263, rue de Paris Case N° 425 93514 MONTREUIL Signature
	INOVA CFE-CGC 59/63, rue du Rocher 75008 PARIS Signature

**NOTE RELATIVE AUX CERTIFICATIONS ELIGIBLES A LA PRO-A
DANS LA BRANCHE DE LA RESTAURATION RAPIDE**

Données actualisées 2023

(Cf. Panorama Statistique de Branche pour l'exercice 2023 / AKTO)

La Branche de la Restauration Rapide est un acteur majeur de la Restauration et du Tourisme, jouant un rôle économique de premier plan. Créatrice d'emplois, elle compte 308 600 salariés au 31 décembre 2022, dont 67 % ont moins de 29 ans, confirmant son statut de premier employeur de jeunes en France (DARES 2022).

Le secteur poursuit sa croissance soutenue : entre 2018 et 2022, le nombre d'établissements employeurs a augmenté de +35 % et le nombre de salariés de +30 %. Il atteint aujourd'hui 47 250 établissements.

Pour autant, la Branche est confrontée à une forte concurrence, notamment de la part des franchises (50 % du marché selon le bilan de 2015) et des nouveaux entrants comme la boulangerie, la grande distribution ou encore la concurrence internationale. Sur 47 250 établissements employeurs recensés au 31 décembre 2022, tous relèvent directement de la branche de la restauration rapide (source : Panorama Statistique de Branche pour l'année 2023).

Cette dynamique accentue la tension sur le recrutement : le secteur fait face à une pénurie structurelle de candidats et une transformation rapide des compétences attendues. Par ailleurs, la baisse continue du nombre de demandeurs d'emploi en France (source Pôle Emploi) renforce cette pression : en France métropolitaine, au quatrième trimestre 2024, le taux de chômage au sens du Bureau international du travail (BIT) s'établit à 7,3 % de la population active, soit une légère baisse de 0,1 point par rapport au trimestre précédent (source : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/8282707>). En parallèle, le nombre de demandeurs d'emploi inscrits à France Travail (catégories A, B, C) a diminué de 0,4 % au deuxième trimestre 2023, et de 1,9 % sur un an.

Les entreprises doivent faire face à des salariés souvent éloignés de l'emploi qu'il convient de former, mais aussi à des difficultés pour accompagner les mobilités professionnelles internes ou externes.

Dans ce contexte, le dispositif Pro-A s'avère pertinent : il cible les branches qui rencontrent des difficultés de recrutement et où la compétence s'acquiert par l'emploi. C'est bien le cas ici.

La Branche est également appelée à s'adapter à l'évolution des aspirations sociétales, à la transition numérique, à la pression réglementaire (loi AGEC, nouvelles exigences environnementales), et aux attentes clients : plus d'hygiène, de relation humaine, de tri simplifié et d'engagement écologique.

Malgré ces défis, le secteur conserve des atouts solides : il est non délocalisable, offre des emplois tremplins et permet d'acquérir des compétences transversales et valorisables dans d'autres secteurs.

En 2023, la Branche a maintenu son engagement fort en matière de formation :

- **46 800 entrées en formation** ont été financées par AKTO,
- **17 602 contrats d'apprentissage** (+22 % par rapport à 2022),
- **437 contrats de professionnalisation,**

- **82 Pro-A,**
- **142 POEC,**
- **541 bénéficiaires FNE Formation,**
- **Et 167 formations de tuteurs.**

L'alternance joue un rôle central avec une prépondérance des CAP, titres professionnels et BTS orientés métiers de la vente et du management.

Cependant, les mutations économiques et sociétales bouleversent les métiers. La Branche doit plus que jamais renforcer son action en faveur de la professionnalisation, de l'évolution des compétences et de l'attractivité des parcours professionnels.

La transition numérique

L'omniprésence du numérique qui agit à la fois sur la demande et sur l'offre à destination de la clientèle (l'information au client, la prise de commande, les nouvelles technologies de paiement, l'aspect e-réputation ...) impacte les pratiques professionnelles des entreprises.

La culture du réseau influence désormais les choix et les stratégies des consommateurs et les intelligences artificielles s'imposent peu à peu comme un incontournable de la relation client : commande directe « click and collect », bornes de prise de commande et règlement...

Face à cette accélération, il devient nécessaire de savoir utiliser les réseaux sociaux (animer les réseaux avec du contenu, faire face aux OTA, traiter les commentaires des clients) et d'acquérir des compétences nécessaires à l'utilisation des outils informatiques (gestion des équipements informatiques, logiciels de gestion, e-commerce, vente en ligne ou à emporter...)

Le fait d'être référencé en ligne (site web ou page sur les réseaux sociaux) est rassurant pour le client. Celui-ci demande à avoir accès à des solutions digitales qui apportent praticité, services et offres simplifiées. Il est bon de lui fournir des preuves, des repères.

Le développement durable

La Branche de la Restauration Rapide est engagée dans une politique forte de développement durable ; elle adhère depuis de nombreuses années à la charte du Programme Emballages Abandonnés (PEA) avec l'Association des Maires de France afin de réduire et mieux gérer ses déchets. En octobre 2019, elle a organisé une opération « Ici on Trie », journée de sensibilisation au geste de tri en restauration, ouverte aux professionnels et au grand public.

C'est pourquoi, considérant l'actuelle forte mutation de l'activité de la Branche engendrant de forts risques d'obsolescence des compétences, la qualification des salariés est un enjeu fort pour les professionnels. Il est aussi essentiel de prendre en compte les évolutions profondes du management afin de pouvoir adapter l'offre de service et de fidéliser les salariés. La formation, par la certification, est l'outil gagnant/gagnant pour les salariés et l'entreprise.

I- DES METIERS EN TENSIONS DANS UN ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

La croissance de la Restauration Rapide est liée au succès du concept même de Restauration rapide et à la capacité des entreprises à répondre aux problématiques sociétales et aux désirs de consommation alimentaire responsable des clients.

Celles-ci sont engagées dans une démarche de restauration de qualité avec, notamment, le recours au « manger bio et local » ; cette tendance a été consacrée lors du congrès 2019 du Snacking placé sous « **Le Sens de l'Engagement** ».

Toutefois, si l'offre continue de se diversifier, avec le développement du « Fast Good » (forme de restauration rapide qualitative et diversifiée), ainsi que du petit-déjeuner, le sandwich, le burger la pizza et les salades ... n'en restent pas moins des produits phares.

Ces nouveaux comportements nécessitent des compétences nouvelles et pointues, les enjeux étant, sur ces points, cruciaux. C'est pourquoi, une montée significative en compétences des salariés tout particulièrement sur les aspects d'accueil, de relation client et de développement des comportements commerciaux est nécessaire.

De plus, les postes proposés ne correspondent pas systématiquement aux compétences des personnes recrutées ; les entreprises sont alors amenées à former les salariés.

Les métiers en tension concernent principalement les postes d'Employé Polyvalent - le recrutement des équipiers est difficile- mais aussi les postes de managers -ceux-ci sont la clé du bon fonctionnement d'un restaurant-, de directeurs de restaurant et de responsables opérationnels.

De surcroît, l'évolution de la relation client engendre de nouveaux métiers et de nouvelles fonctions. Il s'agit, pour les professionnels d'être en capacité de se mettre à la place du client, de développer une « culture du client ».

A titre d'exemple, lorsqu'ils en ont le choix, les consommateurs penchent de plus en plus vers des établissements qui ont une démarche active dans le développement durable. Les principaux enjeux écologiques s'articulent autour de la consommation d'énergie et émission de gaz à effet de serre, la gestion des déchets...

Enfin, les exigences de sécurité alimentaire sont renforcées et doivent être garanties par l'entreprise : la sécurité alimentaire doit être garantie par l'entreprise, et l'offre doit être personnalisée, sur mesure et customisée.

Ces novations accroissent l'exigence de qualité de service et de l'accompagnement humain : elles rendent nécessaire l'adaptation aux nouvelles tendances, notamment le bio, le recours aux circuits courts, la cuisine végan, végétarienne...

Elles rendent nécessaire la mise en place de réponses aux nouvelles demandes de nouveaux clients (représentant les marchés européens, chinois, japonais, russe...) qui exigent la maîtrise des langues étrangères assortie d'une volonté d'obtenir immédiatement satisfaction auprès de leurs interlocuteurs ; d'où l'émergence de thématiques issues du voyage et de la culture comme les tacos, le poulet grillé, les kebabs, ou encore les plats venus d'Asie comme les restaurants thaïs. Le petit déjeuner hors domicile, est, lui aussi en forte hausse (+ 3 %).

Il est donc primordial de répondre aux attentes des clients qui doivent manger en moins d'une heure hors domicile et les entreprises doivent recevoir des clients à tout moment de la journée.

Ces nouveaux comportements nécessitent des compétences nouvelles et pointues. C'est pourquoi, une montée significative en compétences des salariés tout particulièrement sur les aspects d'accueil, de relation client et de développement des comportements commerciaux est nécessaire.

Les certifications retenues par les partenaires sociaux concernant le pôle Restauration :

- **Le CAP Production et service en restaurations (rapide, collective, cafétéria) – Code RNCP 35 317**

Le ou la titulaire du CAP Production et service en restaurations prend en charge, sous l'autorité d'un responsable, la préparation des repas dans les établissements de restauration rapide ou de vente à emporter.

En production, il réceptionne et entrepose les produits ou les plats préparés. Il assemble et met en valeur des mets simples, en respectant la réglementation relative à l'hygiène et à la sécurité. Il les conditionne et remet à température les plats cuisinés.

En service, il assure la mise en valeur des espaces de distribution et de vente ainsi que leur réapprovisionnement. Il conseille le client et lui présente les produits, il procède éventuellement à l'encaissement des prestations.

Pour l'entretien, ce professionnel nettoie et range les ustensiles de production et les locaux.

Il s'agit, pour ces professionnels d'être en capacité de se mettre à la place du client, de développer une « culture du client ». Il doit, en permanence connaître les règles d'hygiène et s'adapter aux obligations imposées aux entreprises alors que la clientèle est dotée d'une conscience de plus en plus aigüe dans ce domaine.

- **Le titre professionnel « Employé polyvalent en Restauration » – Code RNCP 38 663**

Par sa maîtrise de la technique culinaire et sa posture de service, l'employé(e) polyvalent(e) en restauration contribue à la satisfaction de la clientèle et à la réputation de l'établissement. Il/elle réalise des productions culinaires simples, les dresse avec goût et les distribue avec un accueil adapté au type de client.

- **Le CAP « Cuisine » – Code RNCP 38 430**

Le titulaire du certificat d'aptitude professionnelle « Cuisine » prépare, réalise et distribue les préparations culinaires de tous types d'établissements de restauration.

Sous l'autorité d'un responsable :

- Il assure la production culinaire et sa distribution en mettant en œuvre les techniques spécifiques à l'activité ;
- Il contribue à la satisfaction de la clientèle de l'entreprise ;
- Il respecte les procédures d'hygiène et de sécurité en vigueur.

Sa pratique professionnelle prend en compte les enjeux de l'alimentation et du développement durables. Il exerce son activité au sein d'une équipe de taille variée dans le respect de la diversité des personnels, notamment en situation de handicap.

Le contexte professionnel se caractérise par :

- Une évolution importante des conditions économiques, technologiques et scientifiques ;
- Une connaissance des techniques, des produits et des préparations culinaires nécessitant une veille technologique et une optimisation des pratiques professionnelles ;
- Une exigence du consommateur, mieux informé, curieux et à la recherche d'une relation personnalisée ;

- Une réglementation exigeante, notamment dans les domaines de l'hygiène, de la sécurité, de la santé, du développement et de l'alimentation durables ;
- Une utilisation généralisée des technologies de l'information et de la communication, dans les pratiques professionnelles notamment dans les échanges avec la clientèle et les fournisseurs ;
- Un marché concurrentiel en constante évolution nécessitant une veille permanente ;
- Une sensibilisation aux démarches équitables ;
- Une pratique professionnelle qui exclut les pratiques discriminatoires ;
- Une prise en compte des spécificités de la clientèle (santé et régimes, choix de consommation, handicap).

- **Le CAP « Boulanger » – Code RNCP 37 537**

Le titulaire du CAP boulanger est un ouvrier boulanger placé sous l'autorité d'un responsable. Les emplois se situent en entreprises artisanales (sédentaire ou non), grandes et moyennes surfaces (GMS), industries agroalimentaires, entreprises de la filière « Blé – farine – pain ».

Le titulaire du CAP Boulanger est un professionnel qualifié. Il réalise des produits de boulangerie : pains courants, pains de tradition française, autres pains et viennoiseries levées et levées feuilletées.

En complément de ces productions, il réalise des produits de base en restauration boulangère. Il présente au personnel de vente les produits réalisés en entreprise. Il travaille dans le respect des règles d'hygiène, de sécurité, de qualité et de développement durable.

- **Le CQP « Crêpier » – Code RNCP 37 869**

Le crêpier prépare et cuit les crêpes salées et sucrées qui sont consommées sur place ou en vente à emporter. Pour cela, il maîtrise les étapes et les techniques de préparation des différentes pâtes à crêpes, qu'elles soient manuelles ou mécaniques. Il prépare les ingrédients et les garnitures, conformément aux consignes de production, en privilégiant l'utilisation de produits frais et de saison. A partir des commandes, le crêpier procède à la fabrication des crêpes salées ou sucrées, en fonction de recettes traditionnelles ou originales;

Ces activités peuvent être réalisées en présence des clients (show cooking). Le crêpier maîtrise les différentes recettes et manipule aussi bien les produits salés (viandes, saucisses, crustacés, ...) que les produits sucrés (glaces, chocolat, fruits, ...).

Selon l'établissement, le crêpier peut être amené à accueillir les clients, prendre les commandes et procéder à l'encaissement, notamment pour la vente à emporter.

- **Le CQP « Pizzaiolo » – Code RNCP 37 868**

Le pizzaiolo prépare et cuit les pizzas qui sont consommées sur place ou en vente à emporter. Il maîtrise les étapes et les techniques de préparation de la pâte à pizza, qu'elles soient manuelles ou mécaniques. Il prépare les ingrédients, conformément aux consignes de production, en privilégiant l'utilisation de produits frais et de saison. A partir des commandes, le pizzaiolo garnit les pizzas, en fonction de recettes traditionnelles ou originales, et procède à leur cuisson dans les règles de l'art (four à bois, à gaz ou électrique). Ces activités peuvent être réalisées en présence des clients (show cooking).

Selon l'établissement, le pizzaiolo accueille les clients, prendre les commandes et procéder à l'encaissement, notamment pour la vente à emporter.

Dans la plupart des cas, le pizzaiolo réalise seul les différentes opérations de fabrication.

Le pizzaiolo réalise des opérations de réception et de stockage des marchandises. Il contrôle la quantité et la qualité des produits livrés (températures, aspect, état de conservation, ...). Il les range aux emplacements prévus et contrôle leurs conditions de stockage et de conservation.

Le pizzaiolo respecte et applique les conditions règlementaires d'hygiène et de sécurité sanitaire relatives à la restauration lors de toutes ces activités.

Il travaille debout la plupart du temps, et porte des charges.

Activités visées :

- Accueil des clients, prise de la commande et encaissement,
 - Préparation et cuisson des pizzas, en respectant les règles de sécurité au travail et en appliquant les règles d'hygiène alimentaire,
 - Réception des produits et participation à l'approvisionnement des marchandises à partir des documents administratifs et en réalisant le suivi des mouvements de stocks,
 - Rangement des produits en tenant compte de méthode de stockage et en respectant les règles d'hygiène sanitaire et de sécurité au travail.
- ***La certification professionnelle : « Réaliser tout type de sushi et plats à base de poisson cru selon les méthodes japonaises » - RS 6322***

Le développement rapide du marché du sushi en France a entraîné un besoin de main-d'œuvre immédiat sans qu'aucune structure permette de former des chefs spécifiquement pour le travail du poisson cru. Cette tendance a été encore renforcée par la concurrence acharnée que se livrent les grandes enseignes notamment en matière de prix. De ce fait, certaines d'entre elles ont recruté des personnels non formés et non qualifiés entraînant une baisse inquiétante de la qualité des sushis proposés en France et une image qui commençait à se dégrader.

Cette certification apportera une professionnalisation des artisans et professionnels de l'alimentation qui exercent des métiers tel que restaurateurs et employés de restauration, poissonniers et écaillers, traiteurs, chef de rayon et employés de grande et moyenne surface, commerçants alimentaires....

Elle permettra aussi :

- De clarifier le marché en rassurant les consommateurs par une garantie qualité,
 - D'imposer un strict respect du cadre règlementaire, particulièrement exigeant en matière de restauration à base de produits crus.
- ***Le titre à finalité professionnelle Employé de service et de production en restauration – Code RNCP 40 407***

L'employé Polyvalent de Restauration contribue à faire vivre la meilleure expérience client attendue tout en appliquant les principes fondamentaux de l'accueil client, mais aussi du nettoyage et des règles d'hygiène et sécurité alimentaire, les consignes de production et de vente.

Il doit être en capacité d'organiser son environnement de travail d'analyser, en temps réel, les signes de satisfaction ou d'insatisfaction des clients, quel que soit le poste ou il est affecté.

L'emploi requiert de la précision, de la rapidité d'exécution des tâches, une capacité à travailler en équipe, une bonne présentation du fait du contact avec la clientèle et une adaptation comportementale au gré des évolutions et des attentes nouvelles des clients.

II- L'IMPACT SUR LE MANAGEMENT

Ce contexte sociétal et économique implique l'ensemble des équipes en contact direct avec la clientèle. En effet, le client recherche désormais plus d'écoute, d'empathie, d'attention, de personnalisation ; le client veut se sentir bien et considéré.

Dans le recrutement, il convient donc de veiller à la diversité des qualités individuelles et à la cohésion des personnalités au sein des équipes. Cela induit également de sensibiliser et former les managers à la dimension stratégique du bien-être des équipes pour réaliser leur mission.

Ainsi, les managers doivent être en capacité de développer des compétences relationnelles spécifiques, celles-ci tenant une place essentielle dans la gestion de la qualité de la relation client par leurs collaborateurs.

Ceux-ci sont en contact permanent avec les différents métiers de l'entreprise ; ils accompagnent les opérationnels dans leurs missions quotidiennes et l'entreprise dans son développement. Ils permettent aux salariés de travailler de manière efficace et cohérente et contribuent à la satisfaction des clients.

Le management intermédiaire ou de proximité dans l'entreprise est également concerné : celui-ci est idéalement positionné pour faire la synthèse entre la direction et la réalité opérationnelle et joue ainsi un rôle clé dans l'opérationnalité de l'entreprise. Or, les postes de management intermédiaire sont occupés très majoritairement par des salariés bénéficiaires d'une promotion professionnelle interne.

Les compétences attendues des directeurs de restaurant et responsables opérationnels sont transversales ; elles s'articulent autour du management d'un public jeunes en poste issus de la génération Z, génération hyper connectée, issue d'une multi culture, à l'aise avec les nouvelles technologies et dotés d'une volonté affirmée de concilier vie privée et vie professionnelle. En quête de sens dans leur travail, les jeunes issus de la génération Z raisonnent bien souvent leur vie professionnelle sous l'angle « projet » plutôt que « carrière.

Ces jeunes exercent une activité rythmée, souvent partielle avec des horaires décalés. L'objectif est d'avoir des équipes stables, leur donner envie, plaisir à travailler.

Les directeurs de restaurant et responsables opérationnels sont également chargés de la gestion de l'activité partielle, de la concurrence permanente dans le recrutement....

Dans ce cadre, les partenaires sociaux retiennent les certifications suivantes :

- ***Le titre à finalité professionnelle « Responsable opérationnel(le) de point de restauration » – déposé pour inscription au RNCP auprès des services de France Compétences - Ce nouveau titre a été élaboré sur la base du CQP Responsable de point de restauration de la CPNEFP RC (anciennement RNCP 31 343 aujourd'hui inactif) en collaboration avec les CPNEFP RR et RCLS :***

Le responsable opérationnel exerce sa mission sous la supervision de la direction. Il est chargé d'assurer le bon fonctionnement du point de vente de restauration rapide en respectant les consignes et procédures propres à son entreprise et en mettant en œuvre les compétences acquis.

Il dispose également de compétences administratives et financières pour la gestion quotidienne de la performance de son service et doit être en capacité de travailler en équipe, de communiquer et transmettre un savoir-faire opérationnel.

Il dispose de compétences relationnelles et de management pour la gestion des ressources humaines de son service, de compétences techniques et opérationnelles pour la gestion des produits, des processus, des services, des normes de qualité, d'hygiène et sécurité.

- ***Le titre professionnel « Assistant manager d'unité marchande » - Code RNCP 35 233***

Dans le respect de la stratégie commerciale de l'entreprise, afin de contribuer à la satisfaction et à la fidélisation du client, l'assistant manager d'unité marchande participe à l'attractivité de l'unité marchande, à la gestion des approvisionnements et au développement des ventes. Il anime l'équipe au quotidien, la mobilise pour atteindre les objectifs de vente.

- ***Le BTS « Management Commercial Opérationnel » - MCO - Code RNCP 38 362***

Le professionnel développe la performance et les compétences en marketing et management opérationnel d'unités et d'équipes commerciales. Il assure le management d'une unité commerciale, le choix des politiques d'achats et de ventes, la réalisation de la promotion commerciale, la gestion de la relation client, l'identification des besoins commerciaux d'une entreprise, la gestion et l'animation de l'offre de produits et de services.

Il fait la synthèse entre la direction et la réalité opérationnelle de l'entreprise et joue ainsi un rôle clé dans l'opérationnalité de l'entreprise. Il est chargé du management d'un public jeunes en poste issus de la génération Z, génération hyper connectée, issue d'une multi culture, à l'aise avec les nouvelles technologies et dotés d'une volonté affirmée de concilier vie privée et vie professionnelle. L'objectif est d'avoir des équipes stables, leur donner envie, plaisir à travailler.

- ***Le titre professionnel « Manager d'Unité Marchande » – Code RNCP 38 676***

Le manager d'Unité Marchande définit et maintient l'attractivité d'un point de vente. Il est responsable de la gestion des stocks et du management de son équipe, dont il organise et planifie l'activité.

Il optimise la relation client avec laquelle, lui et ses équipes sont en contact permanent. A ce titre, il cultive le sens du service et s'attache à améliorer la satisfaction client et fédérer ses équipes.

- ***La licence professionnelle « Commerce et Distribution – Parcours Management du point de vente » – Code RNCP 40 306***

Les titulaires de ce diplôme sont des cadres intermédiaires ayant une expertise dans l'encadrement d'un point de vente. Ils sont compétents en matière d'organisation, dans la gestion et la valorisation d'un univers de produits, dans le management d'une équipe de vente. (...)

Ils sont en capacité de former les futurs managers de point de vente, de petite et moyenne surface, voire de plus grande surface, de gérer un compte d'exploitation, de maîtriser la relation commerciale et d'animer et dynamiser les équipes de vendeurs.

Ces professionnels sont en contact permanent avec les différents métiers de l'entreprise ; ils assurent dans leurs missions quotidiennes et l'entreprise dans son développement. Ils permettent aux salariés de travailler de manière efficace et cohérente et contribuent à la satisfaction des clients.

III- LES CERTIFICATIONS TRANSVERSES

- ***Le titre professionnel « Employé commercial » – Code RNCP 37 099***

L'Employé commercial en magasin a pour objectif de contribuer au développement de l'activité commerciale du magasin. Il assure la mise en rayon, la disponibilité des articles et facilite la relation commerciale avec la clientèle.

Il réceptionne et stock la marchandise, met en rayon et assure le merchandising ; il procède au comptage des stocks dans le cadre de commandes et d'inventaire. Il accueille et conseille la clientèle, tient la caisse.

Sous la responsabilité de son manager, il répond aux attentes des clients sur la qualité des produits notamment biologiques, sans gluten, végétarien et actualise en permanence ses connaissances de ces produits.

- ***Le titre professionnel « Technicien d'intervention en froid et équipements de cuisines professionnelles » – Code RNCP 35 525***

Le professionnel titulaire du titre technicien(ne) de maintenance du froid et des équipements de cuisines professionnelles est en capacité d'installer et mettre en service des équipements frigorifiques. Il assure la maintenance des équipements frigorifiques mono-étagés de type monoposte, installe, met en service et assure la maintenance des équipements de cuisson et de laverie de cuisines professionnelles ainsi que la maintenance des équipements électromécaniques de préparation, de ventilation et de buanderie de cuisines professionnelles.

L'évolution des technologies et la montée en charge des exigences en matière d'hygiène et de propreté exige rigueur et compétence pour assurer une maintenance irréprochable des équipements de cuisson et de laverie de cuisines professionnelles.

- ***Le titre professionnel « Assistant Ressources Humaines » - Code RNCP 35 030***

Dans le respect des règles juridiques, l'assistant(e) Ressources Humaines assure tout ou partie des opérations liées à la gestion administrative du personnel. Il/elle contribue au recrutement de nouveaux collaborateurs et au développement des compétences.

- ***La certification professionnelle « Formation d'Assistant Ressources Humaines » – Code RNCP 36 612***

De la gestion de la paie, en passant par la gestion des ressources humaines ou encore à la gestion des recrutements, l'assistant en ressources humaines joue un rôle clé dans l'environnement des ressources humaines d'une entreprise.

L'Assistant en ressources humaines travaille au sein du service dédié d'une entreprise, d'une administration publique, d'une collectivité territoriale ou d'une association. Il peut également officier dans un cabinet de conseil spécialisé dans les ressources humaines, dans un cabinet comptable ou dans une entreprise de travail temporaire. Sa fonction est d'assister son responsable hiérarchique dans la mise en œuvre des opérations d'administration et de gestion du personnel, ainsi que dans celles liées au développement des ressources humaines de l'entreprise.

- **La certification professionnelle « Chargé des ressources humaines » - Code RNCP 36 995**

Le Chargé des Ressources Humaines intervient dans la Gestion Opérationnelle des ressources humaines pour l'ensemble de ses champs d'intervention – de l'Administration du personnel jusqu'à l'administration des Relations Sociales – avec une expertise transverse distinctive dans le domaine de la Gestion et de la digitalisation de l'information et des processus RH.

- **La certification professionnelle « Chargé(e) de l'administration et de la gestion des ressources humaines » – Code RNCP 28 108**

Le/la Chargé(e) de l'administration et de la gestion des Ressources Humaines couvre deux des champs de la fonction RH : la gestion du personnel qui a pour objectif la régulation des effectifs de l'entreprise et le développement des RH qui vise à assurer la coordination des activités de recrutement, mobilité, formation et gestion des compétences :

1-Assurer la gestion sociale : ils doivent ainsi veiller à l'évolution de la législation sociale en matière de droit du travail, de paie et d'obligations légales. Cette activité inclut également le conseil auprès des opérationnels en ce qui concerne la préparation et le traitement des dossiers sociaux.

2- Coordonner la gestion administrative du personnel : ce volet comprend les aspects règlementaires (gestion de la paie, cotisations sociales, rédaction des contrats de travail, respect du règlement intérieur...), et le reporting social de l'entreprise.

3- Assurer les relations avec les partenaires sociaux et les instances représentatives du personnel sur les chantiers sociaux de l'entreprise, la préparation des réunions, des accords sociaux (participation aux sessions de comités d'établissement, hygiène-santé-sécurité, handicap etc.) ...

- **Le titre professionnel « Chargé(e) de recrutement » - Code RNCP 35 767**

Dans le cadre de sa fonction, le Chargé de recrutement exerce les grands domaines d'activités suivants : La gestion et l'accompagnement d'entreprises clientes dans la réponse à leurs besoins en ressources humaines L'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de sourcing et de recrutement en vue de la satisfaction des besoins des entreprises clientes La gestion administrative et le développement de l'employabilité d'un portefeuille d'un portefeuille de salariés intérimaires et de candidats

Capacités attestées :

- Accompagner ses entreprises clientes dans la définition de leurs besoins en développement RH, en analysant leurs projets de recrutement et en identifiant les solutions RH adaptées à leur situation compte tenu des évolutions des bassins d'emploi, des métiers et de la législation du travail.
- Contribuer au développement de son portefeuille d'entreprises clientes, en établissant des propositions de prestations adaptées à leurs besoins et en rendant compte à sa hiérarchie des résultats de son activité sur le plan commercial.
- Sélectionner les actions et modalités de sourcing candidats à mettre en œuvre, en exploitant de façon optimale la diversité des ressources offertes notamment par le digital et les réseaux sociaux, afin de constituer un vivier de candidats répondant aux besoins de l'entreprise.
- Qualifier, sélectionner et présenter des candidats à l'entreprise cliente, en veillant à l'adéquation de leurs profils au regard des besoins du poste à pourvoir et des exigences de l'entreprise cliente.

- Gérer les missions des intérimaires et salariés placés en entreprise, en veillant à la réalisation des démarches et obligations administratives préalables aux embauches et en s’assurant de leurs conditions d’intégration au sein du service employeur.
- Gérer les membres d’un portefeuille d’intérimaires et de salariés, en déterminant les actions de fidélisation et de développement de compétences à mettre en œuvre, afin de contribuer à leur professionnalisation et de maintenir ou développer leur employabilité.
- **La certification professionnelle « Responsable Qualité Hygiène Sécurité Environnement » – Code RNCP 37 656**

Rattaché à la direction générale, le responsable Qualité Hygiène Sécurité Environnement (QHSE) contribue à la mise en œuvre et à l’implémentation de la politique QHSE de l’entreprise.

Il identifie et évalue les risques de l’entité dont il a la charge, il coordonne ou participe au déploiement des dispositifs et plan d’actions permettant la prévention et la maîtrise des risques.

Il met en place, gère et assure le suivi des procédures élaborées dont il est le garant. Il assure les contrôles/audits internes et externes, identifie les écarts et propose/met en place des actions correctives.

Compétences attestées :

- Contribuer à l’élaboration du système de management de la qualité
- Piloter et animer une démarche ou un système de management de la QHSE
- Piloter le système d’audit et d’amélioration continue du système qualité
- **La certification professionnelle « Manager de la stratégie marketing digital » – Code RNCP 37 280**

Cette certification répond aux évolutions du contexte professionnel suivant, dimensionnant la cible professionnelle visée de Manager de la Stratégie Marketing Digital :

- L’émergence et le développement du marketing digital, nécessitant des profils qualifiés, dotés de compétences spécifiques pointues en marketing et digitales.
- Un environnement complexe car en perpétuel mouvement, nécessitant une anticipation / une adaptation permanente face aux nombreuses et régulières évolutions technologiques.
- Un contexte générateur d’emploi confirmé positionnant les métiers du marketing digital parmi les plus recherchés par les entreprises.

Le manager de la stratégie marketing digital effectue une veille technologique et dresse un état des lieux permettant d’élaborer la stratégie marketing digitale. Il coordonne et anime une équipe pluridisciplinaire : web, informatique, marketing digital, système d’information. Il mesure l’atteinte des objectifs du projet, évalue l’impact, décide des actions correctives et assure la relation avec le commanditaire. Il détermine les canaux digitaux de diffusion adaptés dans un souci permanent d’optimisation de l’expérience client. Il recueille les données de performance online en vue de les analyser et d’optimiser la stratégie mise en œuvre pour atteindre les objectifs commerciaux de son commanditaire (client interne ou externe).

- ***La certification professionnelle relative au « Socle de connaissances et de compétences professionnelles numérique (CléA Numérique) » – RS 5616***

Le socle de connaissances et de compétences professionnelles numérique mentionné dans le décret n° 2018-779 du 10 septembre 2018, et modifiant le décret n° 2015-172 du 13 février 2015, complète le domaine relatif à l'utilisation des techniques usuelles de l'information et de la communication numérique du socle de connaissances et de compétences professionnelle (CléA).

Il a pour objet l'acquisition des connaissances et des compétences relatives aux usages fondamentaux du numérique au sein d'un environnement de travail. Ces connaissances et compétences sont également utiles à la vie sociale, civique, et culturelle de de l'individu.

En application du décret n° 2018-779 du 10 septembre 2018, le socle de connaissances et de compétences professionnelles numérique, fait l'objet, sur proposition du Comité Paritaire Interprofessionnel National pour l'Emploi et la Formation, d'une certification dénommée CléA Numérique, délivrée par un organisme à qui a été donné délégation, sur la base d'un référentiel paritaire.

Compétences attestées :

- Identifier son environnement numérique et utiliser les outils associés.
- Acquérir et exploiter de l'information dans un environnement professionnel numérisé.
- Interagir en mode collaboratif dans un environnement professionnel numérisé.
- Appliquer les règles et bonnes pratiques de la sécurité numérique.

- ***La certification professionnelle « Responsable marketing et communication » – Code RNCP 38 131***

Cette certification professionnelle s'inscrit dans un contexte de forte transformation. Le métier exercé par le, la Responsable marketing et communication a évolué depuis plusieurs années sous l'influence de la transformation numérique de la société et du secteur commercial : la culture digitale continue à appeler une transformation des pratiques de marketing et de communication et des compétences qui leur sont associées, au service d'une efficacité renforcée des actions commerciales.

De nouveaux canaux de déploiement d'actions opérationnelles de marketing et de communication sont apparus et ont conduit à faire évoluer la conception de stratégies de marketing et de communication, en réponse à des stratégies commerciales pensées selon une logique omni canal, et ce, tous secteurs d'activité confondus.

La visibilité permanente et démultipliée des offres, l'accès universel des consommateurs, autant BtoB que BtoC à l'information, procuré par la digitalisation, génère une dynamique concurrentielle très importante. Les réseaux sociaux sont totalement intégrés dans les pratiques marketing, aussi bien pour promouvoir la notoriété et l'image de l'entreprise, que lors du lancement d'un nouveau produit ou service.

Prospects et clients développent une connaissance fine, voire experte, de l'offre, qu'une multitude d'opérateurs marketing et commerciaux leur soumettent par le biais de sites internet, blogs, réseaux sociaux, podcasts ... et ils disposent de plus d'un large accès à des avis de consommateurs, reposant sur des systèmes de notation des entreprises, des produits et des services du marché, plus ou moins sophistiqués et crédibles. Cette acculturation des publics-cible à une offre commerciale globale

nécessite, de la part du, de la Responsable marketing et communication la mise en œuvre de compétences en marketing et en communication solides et distinctives.