

Manager des entreprises de l'hôtellerie, tourisme et de la restauration

RNCP41315 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	334, 334p
Formacode(s)	42766, 42627, 42729, 42776
Code(s) ROME	G1402, G1302, G1404, G1403
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	24/09/2025
Date d'échéance	24/09/2028

Certificateur(s)

CHAMBRE DE COMMERCE INDUSTRIE DORDOGNE · SIRET : 18240014300117

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ECOLE SUP. INTERNATIONALE DE SAVIGNAC	18240014300067	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Dans un secteur en constante mutation, porté par les transformations technologiques, les enjeux environnementaux et l'évolution des attentes clients, la certification Manager des entreprises de l'hôtellerie, du tourisme et de la restauration atteste de compétences en matière de pilotage efficace des unités économiques complexes et permet ainsi d'occuper des fonctions de management stratégique au sein de sièges d'entreprise.

Elle atteste de compétences fortes en matière de stratégie, de gestion de la performance, de conduite du changement, de management d'équipes multiculturelles, d'innovation et de responsabilité sociétale.

Conçue autour de blocs de compétences transversaux, cette certification permet une adaptation agile aux réalités du terrain, tout en répondant aux besoins en professionnalisation et en leadership durable du secteur HTR. Elle constitue ainsi un repère reconnu tant pour les professionnels que pour les recruteurs, en garantissant un haut niveau d'expertise managériale.

ACTIVITÉS VISÉES

Réalisation du diagnostic externe et interne de l'entreprise
Conception et mise en œuvre de la stratégie de développement
Analyse stratégique et conception marketing
Déploiement et suivi de la stratégie marketing
Élaboration de la stratégie des talents de l'entreprise
Pilotage de la performance collective des équipes
Analyse et planification financière
Suivi et optimisation de la performance économique
Optimisation de la performance par le revenu management

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Réaliser le diagnostic externe de l'entreprise en formalisant l'environnement concurrentiel direct, indirect ainsi que les éventuels nouveaux entrants, en utilisant des outils de veille, en évaluant les tendances de consommation actuelles et à venir grâce à des outils d'analyse prédictive (Business Intelligence, IA) pour anticiper les évolutions du marché, et en tenant compte des enjeux de la transition écologique et sociétale en identifiant les impacts environnementaux et sociaux liés à l'activité.

Établir le diagnostic interne de l'entreprise par l'analyse de la structure, de ses capacités et de ses ressources (matérielles, humaines, financières) en utilisant des outils pour identifier les forces internes, par l'évaluation de sa mission, de sa vision et de ses objectifs pour définir son potentiel de développement, et par la mesure des opportunités et des risques en tenant compte des enjeux RSE et de l'impact des nouvelles technologies (IA, digitalisation) sur la performance de l'entreprise.

Concevoir le plan de développement stratégique de l'entreprise aux niveaux organisationnel et opérationnel, en se référant aux résultats des diagnostics, en intégrant des objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporellement définis), en associant les enjeux RSE et technologiques à la stratégie pour anticiper les évolutions du secteur et répondre aux attentes des parties prenantes, et en définissant des OKR (Objectives and Key Results) et des KPI (Key Performance Indicators) pour mesurer l'atteinte des objectifs stratégiques.

Piloter la mise en œuvre et le suivi du plan de développement stratégique grâce à un tableau de bord digitalisé permettant le suivi en temps réel de l'atteinte des objectifs organisationnels et opérationnels, en accompagnant les responsables de service dans le déploiement du plan en favorisant la collaboration interservices et l'utilisation d'outils digitaux (Business Intelligence, IA prédictive), en évaluant la performance des actions stratégiques à travers des revues régulières (rapports, feedbacks) pour identifier les écarts et mettre en œuvre des actions correctrices, et en intégrant une démarche agile pour ajuster le plan en fonction des résultats obtenus et des évolutions du marché.

Concevoir une stratégie marketing globale et différenciante en analysant les tendances de consommation actuelles et futures, en intégrant les spécificités culturelles et géographiques de l'établissement, ainsi que les enjeux environnementaux et sociétaux.

Intégrer les outils numériques et d'analyse prédictive et de veille pour anticiper les évolutions du marché, identifier les attentes des clients et concevoir des offres marketing alignées sur les valeurs de l'établissement.

Élaborer et déployer un plan marketing digital et multicanal en s'appuyant sur des outils numériques et des plateformes de e-distribution, afin de maximiser la visibilité, accroître l'attractivité de l'établissement et générer une augmentation mesurable de la fréquentation et des revenus.

Piloter le suivi des performances marketing à l'aide d'indicateurs clés (KPI) pour évaluer l'impact des campagnes, ajuster les actions en temps réel et maximiser leur efficacité, dans le but d'optimiser les résultats commerciaux, renforcer l'engagement des clients et aligner les stratégies marketing sur les objectifs de l'établissement.

Analyser les enjeux stratégiques des ressources humaines à court, moyen et long terme en diagnostiquant les processus organisationnels et opérationnels existants, en comparant les pratiques de l'entreprise à celles de ses concurrents via une veille des outils d'analyse comparative, et en identifiant les besoins spécifiques en matière de recrutement, de développement des compétences et de fidélisation des talents, dans le but d'aligner la stratégie RH sur les objectifs globaux et durables de l'entreprise.

Élaborer le plan d'action stratégique RH en définissant l'image de marque employeur inclusive pour attirer de nouveaux collaborateurs, en développant une politique de recrutement des talents prenant en compte la diversité, notamment l'intégration des personnes en situation de handicap, en concevant un plan de développement des compétences accessible et adapté pour maintenir les collaborateurs en poste et les fidéliser, et en établissant un plan de départ et de succession des talents incluant des mesures d'accompagnement spécifiques afin de garantir la compétitivité, la pérennité et l'engagement responsable de l'entreprise.

Instaurer un management situationnel et de proximité, adapté au niveau de maturité des collaborateurs, afin de renforcer leur autonomie et leur engagement, en favorisant la coopération des équipes et en créant une culture d'entreprise collaborative, dans le but d'améliorer la performance globale, la satisfaction des collaborateurs et la compétitivité durable de l'entreprise.

Définir et appliquer une politique d'action sociale en tenant compte de l'interculturalité et de l'inclusivité, afin de lutter contre les discriminations et garantir un bien-être au travail de qualité pour chaque collaborateur, en transformant la performance individuelle en dynamique de groupe, dans le but de renforcer l'engagement collectif, la cohésion des équipes et la responsabilité sociale de l'entreprise.

Structurer la communication interne pour favoriser le dialogue social, en organisant des rituels de management formels et informels afin d'assurer l'adhésion collective aux projets et aux objectifs de l'entreprise, tout en donnant du sens et de la reconnaissance aux équipes, dans le but de renforcer la cohésion, l'engagement des collaborateurs et

la performance durable de l'organisation.

Gérer les problèmes humains qui peuvent survenir en trouvant des solutions adaptées aux collaborateurs, clients et à l'entreprise, en respectant les intérêts réciproques et en maintenant un environnement de travail harmonieux, dans le but de préserver la satisfaction des parties prenantes, la cohésion des équipes et la continuité des activités.

Élaborer un diagnostic financier approfondi et comparatif en mobilisant les indicateurs clés spécifiques au secteur HTR (Hôtellerie, Tourisme, Restauration). Cette compétence inclut l'analyse des ratios financiers fondamentaux (structure, roulement, rentabilité, solvabilité) et l'évaluation des impacts économiques des démarches RSE, afin de formuler des recommandations stratégiques et opérationnelles adaptées.

Identifier les facteurs de performance, les risques financiers et sociétaux en s'appuyant sur des données internes, sectorielles et RSE, et en utilisant des outils numériques tels que l'IA et la Business Intelligence pour anticiper les évolutions du marché.

Préconiser des solutions stratégiques et identifier des leviers d'amélioration des performances globales, en intégrant les dimensions RSE dans une analyse critique, synthétique et contextualisée de la situation financière et économique de l'entreprise, afin de maximiser sa durabilité, renforcer sa compétitivité et soutenir une prise de décision éclairée par les parties prenantes.

Mettre en œuvre des outils de contrôle de gestion pour assurer le suivi et l'analyse des performances économiques, en identifiant les écarts par rapport aux objectifs fixés et en proposant des actions correctrices adaptées, afin d'optimiser les résultats financiers, renforcer l'efficacité opérationnelle et soutenir la prise de décision stratégique.

Élaborer des tableaux de bord synthétiques consolidant les indicateurs financiers, opérationnels et RSE, en assurant un suivi régulier et structuré des performances, afin de faciliter la prise de décision stratégique, d'identifier les leviers d'amélioration et de garantir la transparence des résultats auprès des parties prenantes.

Piloter les relations financières stratégiques avec les parties prenantes (banques, investisseurs, partenaires), en garantissant une communication transparente, une gestion optimale des ressources et en renforçant la confiance mutuelle, afin de sécuriser les financements, soutenir les projets de développement de l'entreprise et assurer sa pérennité dans un contexte concurrentiel.

Identifier et analyser les leviers d'optimisation des revenus globaux de l'établissement en tenant compte des étapes fondamentales de leur mise en place et des indicateurs de performance clés pour chaque département générateur de chiffre d'affaires.

Élaborer des prévisions de chiffre d'affaires en prenant en compte l'ensemble des centres de profits de l'établissement, en analysant les concepts de revenu net et en identifiant les éléments de coûts associés à chaque canal de distribution, afin d'optimiser la rentabilité globale et de soutenir la prise de décision stratégique dans un environnement concurrentiel.

Fixer les prix des chambres par segment de marché en prenant en compte l'élasticité des prix, le déplacement de la demande, et les leviers incitatifs tels que la longueur de séjour et la typologie des chambres, pour maximiser les revenus et la rentabilité.

Analyser et améliorer les indicateurs de performance des points de vente en restauration et événements, en optimisant les bases de calcul (Menu Engineering, indicateurs séminaires/banquets) et en mettant en œuvre des actions ciblées sur les menus et les offres événementielles, afin de maximiser la rentabilité, répondre aux attentes des clients et renforcer la compétitivité de l'établissement.

Définir et mettre en œuvre une stratégie mesurable d'optimisation des revenus globaux, en intégrant les tendances du marché, les opportunités de rentabilité accrue et les objectifs budgétaires de l'établissement, afin d'améliorer durablement les performances financières, soutenir la croissance et renforcer la position compétitive de l'établissement.

Blocs de compétences

RNCP41315BC01 — Elaborer le plan de développement stratégique de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser le diagnostic externe de l'entreprise en formalisant l'environnement concurrentiel direct, indirect ainsi que les éventuels nouveaux entrants, en utilisant des outils de veille, en évaluant les tendances de consommation actuelles et à venir grâce à des outils d'analyse prédictive (Business Intelligence, IA) pour anticiper les évolutions du marché, et en tenant compte des enjeux de la transition écologique et sociétale en identifiant les impacts environnementaux et sociaux liés à l'activité.

Établir le diagnostic interne de l'entreprise par l'analyse de la structure, de ses capacités et de ses ressources

(matérielles, humaines, financières) en utilisant des outils pour identifier les forces internes, par l'évaluation de sa mission, de sa vision et de ses objectifs pour définir son potentiel de développement, et par la mesure des opportunités et des risques en tenant compte des enjeux RSE et de l'impact des nouvelles technologies (IA, digitalisation) sur la performance de l'entreprise.

Concevoir le plan de développement stratégique de l'entreprise aux niveaux organisationnel et opérationnel, en se référant aux résultats des diagnostics, en intégrant des objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporellement définis), en associant les enjeux RSE et technologiques à la stratégie pour anticiper les évolutions du secteur et répondre aux attentes des parties prenantes, et en définissant des OKR (Objectives and Key Results) et des KPI (Key Performance Indicators) pour mesurer l'atteinte des objectifs stratégiques.

Piloter la mise en œuvre et le suivi du plan de développement stratégique grâce à un tableau de bord digitalisé permettant le suivi en temps réel de l'atteinte des objectifs organisationnels et opérationnels, en accompagnant les responsables de service dans le déploiement du plan en favorisant la collaboration interservices et l'utilisation d'outils digitaux (Business Intelligence, IA prédictive), en évaluant la performance des actions stratégiques à travers des revues régulières (rapports, feedbacks) pour identifier les écarts et mettre en œuvre des actions correctrices, et en intégrant une démarche agile pour ajuster le plan en fonction des résultats obtenus et des évolutions du marché.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas : sur la base d'une étude de cas d'entreprise, le candidat établit l'analyse stratégique, propose une stratégie de développement avec le plan d'actions.

Etude de cas / Mise en situation : sur la base d'un cas réel d'entreprise, le candidat démontre son analyse grâce à l'utilisation des outils pour établir le diagnostic externe et interne, justifie le choix stratégique proposé et présente les objectifs organisationnels et opérationnels à mettre en œuvre.

Mise en situation professionnelle : sur la base d'un cas fictif d'entreprise, le candidat développe et fait évoluer la planification stratégique de l'infrastructure par ses prises de décision cohérentes et pilote leurs effets sur les résultats via un outil digitalisé.

RNCP41315BC02 — Concevoir la stratégie marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir une stratégie marketing globale et différenciante en analysant les tendances de consommation actuelles et futures, en intégrant les spécificités culturelles et géographiques de l'établissement, ainsi que les enjeux environnementaux et sociétaux.

Intégrer les outils numériques et d'analyse prédictive et de veille pour anticiper les évolutions du marché, identifier les attentes des clients et concevoir des offres marketing alignées sur les valeurs de l'établissement.

Élaborer et déployer un plan marketing digital et multicanal en s'appuyant sur des outils numériques et des plateformes de e-distribution, afin de maximiser la visibilité, accroître l'attractivité de l'établissement et générer une augmentation mesurable de la fréquentation et des revenus.

Piloter le suivi des performances marketing à l'aide d'indicateurs clés (KPI) pour évaluer l'impact des campagnes, ajuster les actions en temps réel et maximiser leur efficacité, dans le but d'optimiser les résultats commerciaux, renforcer l'engagement des clients et aligner les stratégies marketing sur les objectifs de l'établissement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : sur la base d'une entreprise réelle ou fictive, le candidat présente un rapport d'étude à la suite de l'analyse du contexte et des enjeux. Il conçoit et propose une stratégie marketing différenciante formalisant le plan marketing des actions. Le candidat définit les indicateurs de performance pour évaluer les actions menées et mettre en place des actions correctrices si besoin.

Mise en situation professionnelle : sur la base d'une entreprise réelle ou fictive, le candidat élabore et présente une stratégie marketing digitale incluant le plan marketing et le pilotage de suivi.

RNCP41315BC03 — Piloter la gestion stratégique des talents et la performance collective des équipes

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les enjeux stratégiques des ressources humaines à court, moyen et long terme en diagnostiquant les processus organisationnels et opérationnels existants, en comparant les pratiques de l'entreprise à celles de ses concurrents via une veille des outils d'analyse comparative, et en identifiant les besoins spécifiques en matière de recrutement, de développement des compétences et de fidélisation des talents, dans le but d'aligner la stratégie RH sur les objectifs globaux et durables de l'entreprise.

Élaborer le plan d'action stratégique RH en définissant l'image de marque employeur inclusive pour attirer de

nouveaux collaborateurs, en développant une politique de recrutement des talents prenant en compte la diversité, notamment l'intégration des personnes en situation de handicap, en concevant un plan de développement des compétences accessible et adapté pour maintenir les collaborateurs en poste et les fidéliser, et en établissant un plan de départ et de succession des talents incluant des mesures d'accompagnement spécifiques afin de garantir la compétitivité, la pérennité et l'engagement responsable de l'entreprise.

Instaurer un management situationnel et de proximité, adapté au niveau de maturité des collaborateurs, afin de renforcer leur autonomie et leur engagement, en favorisant la coopération des équipes et en créant une culture d'entreprise collaborative, dans le but d'améliorer la performance globale, la satisfaction des collaborateurs et la compétitivité durable de l'entreprise.

Définir et appliquer une politique d'action sociale en tenant compte de l'interculturalité et de l'inclusivité, afin de lutter contre les discriminations et garantir un bien-être au travail de qualité pour chaque collaborateur, en transformant la performance individuelle en dynamique de groupe, dans le but de renforcer l'engagement collectif, la cohésion des équipes et la responsabilité sociale de l'entreprise.

Structurer la communication interne pour favoriser le dialogue social, en organisant des rituels de management formels et informels afin d'assurer l'adhésion collective aux projets et aux objectifs de l'entreprise, tout en donnant du sens et de la reconnaissance aux équipes, dans le but de renforcer la cohésion, l'engagement des collaborateurs et la performance durable de l'organisation.

Gérer les problèmes humains qui peuvent survenir en trouvant des solutions adaptées aux collaborateurs, clients et à l'entreprise, en respectant les intérêts réciproques et en maintenant un environnement de travail harmonieux, dans le but de préserver la satisfaction des parties prenantes, la cohésion des équipes et la continuité des activités.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas : sur la base d'une entreprise fictive, le candidat analyse les processus RH actuels. Il définit et élabore le plan d'action stratégique pour constituer, fidéliser, motiver et gérer les équipes en alignement avec la stratégie globale de l'entreprise.

Mise en situation professionnelle : sur la base de mises en situations transmises, d'entreprises réelles ou fictives, le candidat établit le diagnostic des besoins humains en proposant une stratégie RH. Il conçoit et met en œuvre des solutions innovantes pour intégrer, manager et motiver les équipes. Il doit démontrer et réagir efficacement face à des situations de crise, tout en maintenant la performance collective.

RNCP41315BC04 — Conduire l'activité financière et économique de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer un diagnostic financier approfondi et comparatif en mobilisant les indicateurs clés spécifiques au secteur HTR (Hôtellerie, Tourisme, Restauration). Cette compétence inclut l'analyse des ratios financiers fondamentaux (structure, roulement, rentabilité, solvabilité) et l'évaluation des impacts économiques des démarches RSE, afin de formuler des recommandations stratégiques et opérationnelles adaptées.

Identifier les facteurs de performance, les risques financiers et sociétaux en s'appuyant sur des données internes, sectorielles et RSE, et en utilisant des outils numériques tels que l'IA et la Business Intelligence pour anticiper les évolutions du marché.

Préconiser des solutions stratégiques et identifier des leviers d'amélioration des performances globales, en intégrant les dimensions RSE dans une analyse critique, synthétique et contextualisée de la situation financière et économique de l'entreprise, afin de maximiser sa durabilité, renforcer sa compétitivité et soutenir une prise de décision éclairée par les parties prenantes.

Mettre en œuvre des outils de contrôle de gestion pour assurer le suivi et l'analyse des performances économiques, en identifiant les écarts par rapport aux objectifs fixés et en proposant des actions correctrices adaptées, afin d'optimiser les résultats financiers, renforcer l'efficacité opérationnelle et soutenir la prise de décision stratégique.

Élaborer des tableaux de bord synthétiques consolidant les indicateurs financiers, opérationnels et RSE, en assurant un suivi régulier et structuré des performances, afin de faciliter la prise de décision stratégique, d'identifier les leviers d'amélioration et de garantir la transparence des résultats auprès des parties prenantes.

Piloter les relations financières stratégiques avec les parties prenantes (banques, investisseurs, partenaires), en garantissant une communication transparente, une gestion optimale des ressources et en renforçant la confiance mutuelle, afin de sécuriser les financements, soutenir les projets de développement de l'entreprise et assurer sa pérennité dans un contexte concurrentiel.

Identifier et analyser les leviers d'optimisation des revenus globaux de l'établissement en tenant compte des étapes fondamentales de leur mise en place et des indicateurs de performance clés pour chaque département générateur de chiffre d'affaires.

Élaborer des prévisions de chiffre d'affaires en prenant en compte l'ensemble des centres de profits de l'établissement, en analysant les concepts de revenu net et en identifiant les éléments de coûts associés à chaque canal de distribution, afin d'optimiser la rentabilité globale et de soutenir la prise de décision stratégique dans un environnement concurrentiel.

Fixer les prix des chambres par segment de marché en prenant en compte l'élasticité des prix, le déplacement de la demande, et les leviers incitatifs tels que la longueur de séjour et la typologie des chambres, pour maximiser les revenus et la rentabilité.

Analyser et améliorer les indicateurs de performance des points de vente en restauration et événements, en optimisant les bases de calcul (Menu Engineering, indicateurs séminaires/banquets) et en mettant en œuvre des actions ciblées sur les menus et les offres événementielles, afin de maximiser la rentabilité, répondre aux attentes des clients et renforcer la compétitivité de l'établissement.

Définir et mettre en œuvre une stratégie mesurable d'optimisation des revenus globaux, en intégrant les tendances du marché, les opportunités de rentabilité accrue et les objectifs budgétaires de l'établissement, afin d'améliorer durablement les performances financières, soutenir la croissance et renforcer la position compétitive de l'établissement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : sur la base d'une entreprise réelle ou fictive, le candidat réalise le diagnostic financier approfondi. Celui-ci doit appréhender la structure financière, l'équilibre de l'activité, la rentabilité et solvabilité de l'entreprise, tout en se basant sur les références des normes du secteur HTR. Le candidat doit mettre en évidence les facteurs de performance et suggérer des actions stratégiques à mettre en œuvre.

Etude de cas : d'après un cas d'entreprise fictive, le candidat évalue la performance financière par la réalisation de calculs et d'analyse des résultats annuels transmis. Il présente la méthodologie et les actions d'amélioration à envisager afin d'optimiser la performance lors du prochain exercice.

Mise en situation professionnelle : Sur la base d'une entreprise réelle ou fictive, le candidat conçoit un outil d'aide au pilotage de la performance financière de l'entreprise. Cet outil digitalisé inclut les indicateurs financiers et les statistiques clés des activités.

Etude de cas : sur la base d'une entreprise réelle ou fictive transmise, le candidat présente son analyse jour par jour sur un mois donné d'activité. Il en déduit des conclusions pour être force de proposition et émettre des recommandations. Il doit également, implémenter une stratégie d'optimisation de la performance par le revenu management. Il doit présenter les différentes tactiques en matière de tarification, de distribution et de gestion des flux. Ceci en démontrant les indicateurs de performance clés, en argumentant chaque étape et les impacts nécessaires à sa mise en œuvre.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le secteur de l'hôtellerie, tourisme et restauration se distingue par la diversité des structures d'emplois, offrant un large éventail d'opportunités professionnelles.

Hôtellerie et tourisme :

- chaînes hôtelières : nationales, internationales, intégrées ou volontaires
- hôtellerie indépendante
- les résidences de tourisme
- les clubs et villages de vacances
- l'hôtellerie de plein air
- l'hôtellerie en parcs de loisirs
- l'hôtellerie avec thalassothérapie ou thermalisme

Restauration :

- restauration commerciale de chaîne ou indépendante
- restauration collective
- l'événementiel, congrès, traiteurs
- les services aux environnements de travail dans les entreprises

Activités de consultant lié au secteur HTR

Entrepreneur

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur général, Directeur général délégué, Directeur d'exploitation, Directeur business unit, Directeur adjoint, Directeur développement grands comptes, Directeur de résidence, Deputy manager, Entrepreneur, dirigeant, Consultant

Contrôleur financier, Contrôleur de gestion, Auditeur interne senior, Chef de projet qualité, Responsable commercial, Revenu manager

Gérant de restaurant, Gestionnaire des opérations de restauration, Directeur de la restauration, Responsable de secteur, Chef de projets événementiels

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Il n'existe pas, à ce jour, de réglementation obligatoire ou spécifique encadrant l'exercice du métier de Manager des entreprises de l'hôtellerie, tourisme et de la restauration. Cependant, le manager HTR évolue dans un environnement fortement encadré par des normes transversales et des cadres réglementaires dont la maîtrise est indispensable à l'exercice responsable et conforme de ses fonctions.

Parmi les principales obligations que le Manager doit prendre en compte dans sa pratique quotidienne figurent notamment : le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), les règles d'hygiène, de sécurité sanitaire et alimentaire, les obligations liées à la transition écologique et les dispositions relatives à l'inclusion et à l'accessibilité.

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Salaire médian (mensuel)	2 307 €
Familles professionnelles (FAP)	J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme · tension 2/5 (Faible) J6X90 — Cadres des transports et du tourisme · tension 3/5 (Modérée) S2X80 — Agents de maîtrise de la restauration · tension 5/5 (Très élevée) S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs · tension 3/5 (Modérée) S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration · tension 4/5 (Élevée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	13 172
Jugés difficiles à recruter	43 %
Emplois saisonniers	37 %
Familles professionnelles (FAP)	J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme J6X90 — Cadres des transports et du tourisme S2X80 — Agents de maîtrise de la restauration S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Le candidat doit posséder une certification de niveau 6 ou équivalent et réussir le concours d'entrée constitué d'un entretien de sélection mené par 1 ou 2 personnes de l'équipe de l'Ecole de Savignac.

Dérogation : Pour les candidats ne disposant pas d'un niveau de qualification suffisant ou issus d'un autre secteur mais disposant d'une expérience professionnelle entre 6 et 12 mois, selon les activités et missions réalisées en entreprise du secteur HTR, ces derniers peuvent accéder au parcours certifiant après avoir réussi le concours

d'entrée constitué d'un entretien de sélection afin de valider leur prérequis.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, VAE

2 représentants professionnels du secteur hôtellerie, tourisme et restauration, en exercice depuis plus de 5 ans et détenant une certification professionnelle de niveau 7 ou un diplôme équivalent.

2 représentants intervenants/formateurs, n'étant pas intervenus lors du cursus pédagogique du candidat.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	12 000 €
Selon la branche	7 000 € – 12 000 €
Prise en charge	Branches concernées
12 000 €	Valeur par défaut · 210 branches
8 199 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
8 000 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	24/09/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	24/09/2028
Date de dernière délivrance possible	24/09/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	59	2	95 %	—
2023	54	0	96 %	87 %
2022	47	1	100 %	89 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP38240

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34588, RNCP35150, RNCP35268, RNCP38240, RNCP38491, RNCP38505, RNCP38581, RNCP38937, RNCP39087, RNCP39203, RNCP39248, RNCP39274

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.ecole-de-savignac.com/etudier/nos-programmes/mba>

Fiche officielle (France Compétences)

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	9 200 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	10
Parcours menés à terme	0
Taux d'achèvement	0 %
Période	01/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	10
Montant total engagé	87 450 €
Coût moyen par dossier	8 745 €
Durée moyenne	241 h
Période	12/2025 – 01/2026
Entreprise	64 %
France compétences	36 %
Reste à charge titulaire	0 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.