

Diplôme en management international de l'hôtellerie, de la restauration et des vins et boissons

RNCP42709 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	312, 334, 334p
Formacode(s)	32054, 42754, 42627
Code(s) ROME	G1402, G1403, M1302, M1402, M1301
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2031

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

INSTITUT LYFE · SIRET : 41813774100017

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les métiers de l'hôtellerie et de la restauration sont en constante évolution depuis ces dernières années. La profession recherche des collaborateurs de mieux en mieux formés. Les postes les plus demandés au niveau des fonctions d'encadrement concernent les fonctions de management général intégrant : management stratégique, management des opérations, de management administratif et financier et de management marketing et commercial avec une ouverture indispensable à l'environnement numérique et à la création d'expériences client.

Cette certification s'inscrit dans cette logique d'évolution des métiers puisqu'elle certifie que ces cadres dirigeants ont une vision stratégique de l'Hôtellerie et de la Restauration avec en plus les outils qui leur permettront d'évoluer, par la suite, vers des postes fonctionnels et de direction générale.

ACTIVITÉS VISÉES

Le titulaire de ce diplôme est en charge d'une activité, d'un service ou d'une unité hôtelière et/ou de restauration, en France ou à l'étranger. Il contribue, par ses décisions et sa créativité managériale, à la performance globale de l'entreprise, à la satisfaction de la clientèle et de ses collaborateurs. Manager responsable, il a à cœur d'inscrire ses initiatives dans une démarche de développement durable. Ses fonctions s'inscrivent dans un contexte international grâce à sa maîtrise des langues étrangères, son adaptabilité aux environnements pluriculturels en termes de pratiques managériales et de relations humaines. Particulièrement à l'aise avec les nouvelles technologies et l'univers digital, il est amené à occuper des fonctions qui relèvent des activités suivantes :

Communes :

- Conception de parcours personnalisés et accessibles, et d'offres d'hospitalité durables
- Mise en scène de l'expérience client
- Pilotage de l'expérience et gouvernance du parcours client
- Analyse et résolution de problèmes liés au parcours client
- Management d'équipes par un leadership inclusif, agile et respectueux des diversités
- Pilotage et développement des équipes dans une dynamique de performance et de transformation
- Application des principes de responsabilité sociale et d'éthique (respect des personnes, équité, inclusion et durabilité) dans la gestion des ressources humaines.
- Organisation et pilotage opérationnel des services d'hébergement et de restauration

- Application et suivi des normes de Qualité, Hygiène, Sécurité et Environnement (QHSE) et Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP)
 - Optimisation de la gestion des ressources et de la supply chain intégrant les critères RSE
 - Pilotage de la performance et amélioration continue
 - Diagnostic économique et commercial d'une business-unit
 - Élaboration d'un modèle économique et d'un budget d'exploitation responsable
 - Suivi de performance, gestion des risques et prise de décision sous contraintes
 - Développement commercial et négociation partenariale
 - Veille, exploration et identification d'opportunités d'innovation
 - Conduite de projets d'innovation et de transformation
 - Conception, expérimentation et déploiement d'offres innovantes à l'aide d'outils digitaux avancés
 - Démarche entrepreneuriale et création de valeur
- Spécialisation Piloter et développer la performance opérationnelle hôtelière
- Audit et harmonisation des standards de service
 - Optimisation de la planification et de la performance des ressources
 - Conduite de projets d'optimisation et de transformation hôtelière
 - Management des équipes et culture d'excellence hôtelière
- Spécialisation Concevoir, piloter et développer un concept entrepreneurial dans la restauration et l'hospitality
- Conception et modélisation d'un concept entrepreneurial
 - Élaboration du business plan et du plan d'investissement
 - Pilotage opérationnel et management de la performance
 - Stratégie de lancement et communication de l'offre
 - Innovation, durabilité et adaptation du modèle économique
- Spécialisation Concevoir et piloter la stratégie de design et de marketing des marques hôtelières
- Conception et positionnement d'une marque hôtelière
 - Design d'espaces, d'expériences et de parcours clients
 - Stratégie de communication et storytelling de marque
 - Déploiement digital et pilotage de la performance marketing
- Spécialisation Manager l'offre internationale de vins, spiritueux et boissons, en intégrant expertise sensorielle, accords mets-vins, réglementation et pratiques durables
- Sélection et gestion d'un portefeuille vins & boissons premium
 - Conception et animation d'expériences œnologiques et sensorielles
 - Adaptation de l'offre aux marchés internationaux
 - Conformité des activités à la réglementation et durabilité de la filière
 - Transmission et formation à la culture vins & hospitality
- Spécialisation Concevoir et piloter des événements stratégiques dans l'hospitality, en intégrant logistique MICE, marketing multicanal et gestion des risques
- Conception et planification d'événements professionnels
 - Stratégie marketing, communication et engagement des publics
 - Gestion opérationnelle, gestion des risques et conformité
 - Évaluation, impact et durabilité de l'événement
- Spécialisation Analyser et optimiser la performance financière et stratégique des organisations hôtelières, en mobilisant revenue management, asset management et diagnostics financiers internationaux
- Diagnostic et analyse de la performance financière
 - Pilotage du revenu et optimisation de la performance commerciale
 - Gestion et valorisation des actifs hôteliers
 - Élaboration de plans d'investissement et communication stratégique

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Élaborer des parcours clients personnalisés et inclusifs, en mobilisant des outils numériques d'analyse client (CRM, data analytics, veille comportementale) ainsi que les standards d'accessibilité (physiques, sensorielles, cognitives...), afin de garantir une expérience fluide, cohérente et adaptée aux attentes du marché.
- Mettre en œuvre des expériences immersives et responsables, en intégrant des pratiques éthiques, sociales et environnementales dans l'offre d'hospitalité, tout en mobilisant les approches du marketing expérientiel, afin de renforcer l'image de marque et l'engagement des clients.

- Structurer des parcours expérientiels intégrant narration et cohérence sensorielle, afin d'assurer la continuité et l'harmonie de l'expérience dans tous les points de contact.
- Élaborer un plan opérationnel de mise en scène, en intégrant une approche commerciale et marketing, ainsi qu'une analyse des tendances de consommation, afin de démontrer la faisabilité et l'attractivité du projet.
- Développer des mises en scène multisensorielles (visuelles, sonores, digitales), en utilisant des technologies innovantes et les outils du marketing expérientiel, afin d'enrichir le parcours client et de créer une expérience mémorable et distinctive.
- Définir les standards et indicateurs de pilotage de l'expérience client, afin d'assurer la cohérence et la qualité perçue du parcours à chaque étape.
- Piloter les interactions clients-équipes en favorisant la fluidité, la réactivité et la cohérence du service, en mobilisant les outils collaboratifs, les techniques de communication interpersonnelle et les protocoles qualité, afin d'assurer une expérience homogène et sans friction.
- Former et accompagner les équipes à la compréhension des émotions, des attentes et des comportements clients, en s'appuyant sur les apports des sciences cognitives et du marketing expérientiel, afin d'adapter la posture de service et d'élever la qualité de l'expérience.
- Utiliser les outils CRM, plateformes omnicanales et indicateurs de satisfaction pour collecter, analyser et exploiter les données clients, afin d'assurer un suivi qualitatif, d'identifier les leviers d'amélioration et de piloter la performance du service.
- Analyser les causes structurelles des ruptures de parcours et définir les mesures correctives nécessaires, afin de rétablir la cohérence et la fluidité de l'expérience.
- Adopter une posture empathique, inclusive et culturellement adaptée lors des interactions critiques, en valorisant la diversité des publics et le respect émotionnel, afin de préserver l'image, l'éthique et la réputation de l'établissement.
- Concevoir et déployer des dispositifs de formation et des protocoles internes pour la gestion des situations relationnelles complexes (plaintes, objections, urgences), afin de renforcer la réactivité, la cohérence et la qualité du service rendu par les équipes.
- Adopter une posture de management agile et émotionnellement régulée, en mobilisant des techniques de gestion des émotions, d'écoute active et de communication managériale assertive, afin de créer un climat de confiance, de motivation et de performance au sein des équipes.
- Adapter son style de management aux contextes opérationnels et culturels variés, en pratiquant un management situationnel fondé sur l'agilité, l'intelligence émotionnelle et le change management, afin de fédérer durablement les équipes autour d'objectifs partagés.
- Favoriser un fonctionnement collaboratif et inclusif au sein de l'équipe, en prenant en compte la diversité des profils et des points de vue, notamment les situations de handicap, afin de développer l'engagement, l'autonomie et l'innovation collective.
- Fédérer des équipes multiculturelles et multigénérationnelles, en appliquant des pratiques de communication interculturelle et inclusive, et en mobilisant les leviers du leadership collaboratif, afin de développer la coopération et la cohésion organisationnelle.
- Encadrer et dynamiser des équipes hybrides (présentiel/distanciel), en utilisant des outils numériques collaboratifs et des rituels managériaux adaptés, afin de maintenir la performance opérationnelle, la motivation et l'esprit collectif.
- Recruter, intégrer et accompagner les collaborateurs d'une équipe, en définissant les besoins en compétences, en conduisant des processus de sélection structurés, en mettant en œuvre des dispositifs d'intégration et de suivi des parcours professionnels, afin de soutenir la mise en œuvre des orientations stratégiques de l'unité.
- Fidéliser et mobiliser les collaborateurs de l'équipe, en déployant une politique d'évolution professionnelle et de rémunération attractive, intégrant des dispositifs de reconnaissance et de développement des compétences, afin de maintenir l'engagement des équipes et de pérenniser les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs de l'unité.
- Intégrer les principes de responsabilité sociale et environnementale (RSE : durabilité, équité, inclusion) dans les décisions managériales et RH, afin de contribuer à un développement responsable et aligné avec les valeurs sociétales.
- Contribuer à l'élaboration et à la mise en œuvre de plans de développement RH, en intégrant la diversité, l'égalité professionnelle et l'inclusion des personnes en situation de handicap, afin de renforcer la performance collective et d'assurer une gestion RH responsable.
- Déployer des actions de sensibilisation et de formation sur les enjeux d'éthique, de gouvernance numérique et de responsabilité sociale, en accompagnant les équipes dans leur appropriation, afin de construire une culture d'entreprise responsable et durable.
- Planifier et organiser les opérations quotidiennes d'hébergement et de restauration, en utilisant des logiciels et

plateformes numériques spécialisés (PMS, POS, ...), afin de gérer les flux, les réservations et la logistique, en répartissant efficacement les ressources humaines et matérielles et en tenant compte des contraintes organisationnelles et du respect des règles en matière de gestion du personnel.

- Contrôler la conformité des prestations d'hébergement et de restauration aux standards de qualité, en analysant les indicateurs de performance et les retours clients au moyen d'outils de benchmarking et de datavisualisation, afin d'identifier les écarts et de proposer des actions correctives adaptées.
- Réguler en temps réel les activités opérationnelles dans les services Food & Beverage et hébergement, en mobilisant et en coordonnant les équipes face aux imprévus, afin de maintenir l'efficacité globale et la satisfaction client.
- Mettre en œuvre les procédures QHSE/HACCP adaptées aux environnements d'hébergement et de restauration, en diffusant les protocoles et consignes dans l'ensemble des services, afin d'assurer la conformité légale et la prévention des risques sanitaires et opérationnels.
- Former et accompagner les collaborateurs des services Food & Beverage et housekeeping aux bonnes pratiques d'hygiène, de sécurité et de durabilité, en adaptant la pédagogie aux profils et à la diversité culturelle, afin de garantir leur appropriation et l'application effective des standards.
- Analyser et anticiper les besoins en ressources humaines, matérielles et logistiques, en utilisant des outils de planification et de prévision, afin de garantir la continuité et l'efficacité des opérations.
- Mettre en œuvre des pratiques d'approvisionnement et de gestion des stocks responsables, en appliquant des principes de réduction du gaspillage, de partenariats durables et d'économie circulaire, afin d'aligner les opérations sur les objectifs RSE de l'organisation.
- Évaluer et piloter la performance de la supply chain, en mobilisant des outils numériques et des indicateurs intégrant les dimensions financières, sociales et environnementales, afin d'optimiser la rentabilité et la durabilité des activités.
- Définir, structurer et actualiser les indicateurs de performance (KPI) liés à la qualité, à la productivité, à la satisfaction client et à la durabilité, afin d'évaluer l'efficacité opérationnelle et d'orienter la prise de décision managériale.
- Mettre en œuvre des actions correctives et préventives fondées sur les résultats des KPI, en mobilisant les outils de gestion de la qualité (PDCA, 5S, Lean Management, audits internes, feedback clients), afin d'optimiser les processus et d'améliorer la performance collective.
- Piloter la qualité de service et la satisfaction client en coordonnant les équipes et les ressources, afin de garantir la conformité réglementaire, la cohérence des prestations et la satisfaction durable des parties prenantes.
- Interpréter et présenter les résultats de performance à l'aide d'outils de datavisualisation et de communication managériale, afin de renforcer la transparence, l'engagement et la dynamique d'amélioration continue au sein de la structure.
- Analyser les coûts, les marges et les ratios financiers (coût matière, marge brute, masse salariale, seuil de rentabilité), en collectant et en consolidant les données comptables et opérationnelles, en utilisant des outils d'analyse financière et des indicateurs pertinents, afin d'évaluer la performance économique et opérationnelle d'une business unit.
- Exploiter les données de marché et les retours clients (e-réputation, enquêtes, avis consommateurs), en collectant, consolidant et analysant les informations à l'aide d'outils d'analyse quantitative et qualitative, afin d'affiner le diagnostic stratégique et d'orienter les choix commerciaux.
- Construire un tableau de bord synthétique et interpréter les indicateurs de performance (KPI), en collectant et consolidant les données pertinentes, en utilisant des outils de reporting et d'analyse, et en appliquant des méthodes d'interprétation statistique et financière, afin de proposer des actions correctives et des décisions chiffrées réalistes.
- Définir un modèle économique viable et responsable, combinant rentabilité et alignement marché, afin de garantir la cohérence stratégique et la pérennité de l'établissement.
- Élaborer un budget prévisionnel et un compte de résultat simplifié, en analysant les données passées et les projections d'activité, en utilisant des logiciels de gestion et des modèles financiers, afin de valider les hypothèses économiques et d'anticiper les besoins en ressources financières de la business unit.
- Intégrer les enjeux RSE et technologiques (achats responsables, outils digitaux, durabilité) en menant une veille stratégique et concurrentielle, pour renforcer la compétitivité, la conformité et la durabilité de la gestion financière.
- Mettre à jour un reporting et analyser les écarts de performance, en collectant et consolidant les données opérationnelles et financières, en utilisant des outils de suivi et d'analyse (tableaux, logiciels de BI, indicateurs clés), et en appliquant des méthodes d'interprétation des écarts, afin de déterminer les actions correctives nécessaires à

l'amélioration continue.

- Identifier les risques principaux (financiers, opérationnels, humains) en s'appuyant sur les reportings et analyses réalisés précédemment et proposer des mesures de mitigation réalistes pour sécuriser les activités et prévenir les dysfonctionnements.
 - Évaluer différents scénarios de développement et proposer le plus rentable, en réalisant des simulations financières, en comparant les impacts sur les coûts et marges, et en utilisant des indicateurs de performance clés, afin d'orienter les choix stratégiques et de garantir la viabilité de la business unit.
 - Conduire une négociation et finaliser un accord commercial ou partenarial, en préparant le dossier, en analysant les objectifs et contraintes des parties, en mobilisant des méthodes de négociation et des outils de suivi contractuel, afin d'établir des partenariats équilibrés, fiables et durables.
 - Piloter la performance commerciale à l'aide d'indicateurs clés (taux de conversion, panier moyen, fidélisation) afin d'améliorer la rentabilité et la satisfaction client.
 - Développer le portefeuille client et co-crée de la valeur, en conduisant des actions de prospection, de fidélisation et de co-développement avec les clients, en utilisant des outils d'analyse de marché et de gestion de la relation client, afin d'accroître la notoriété, la performance commerciale et la croissance durable de la business unit.
 - Identifier et interpréter les tendances émergentes et les signaux faibles en mobilisant les outils de veille stratégique et de creative thinking afin d'alimenter la génération d'idées innovantes.
 - Analyser les bases de données sectorielles et technologiques, en utilisant des outils de veille, de reporting et d'analyse comparative, afin de détecter des opportunités de développement cohérentes avec la stratégie globale de l'organisation.
 - Structurer et diffuser une veille opérationnelle continue à l'aide d'outils numériques d'agrégation et de reporting afin de soutenir la décision stratégique et l'innovation.
 - Formaliser une opportunité intrapreneuriale (who/what pain/how big) et identifier des indicateurs simples de création de valeur (client, économique, RSE) afin de qualifier le potentiel d'innovation et d'investissement.
 - Planifier et piloter un projet d'innovation en intégrant durabilité, éthique et centricité utilisateur afin d'assurer sa pertinence et sa viabilité sur le marché.
 - Mettre en œuvre les méthodes de design thinking et d'agilité pour adapter la solution aux besoins identifiés et renforcer la créativité collective.
 - Animer une équipe pluridisciplinaire et accompagner la conduite du changement afin de garantir la cohérence et l'adhésion des acteurs du projet.
 - Structurer un cycle d'expérimentation intrapreneuriale (hypothèses, métriques, décisions go/kill/pivot) et en tirer des apprentissages actionnables pour améliorer les itérations futures.
 - Concevoir, tester et ajuster un produit ou service minimum viable (MVP) en validant la faisabilité et l'usage client afin d'évaluer le potentiel de mise sur le marché.
 - Exploiter les outils digitaux (analyse de données, intelligence artificielle générative, simulations) pour affiner la proposition et mesurer la valeur créée.
 - Définir et suivre des KPI de création de valeur (client, économique, RSE) pour évaluer la performance et orienter la décision.
 - Élaborer un plan de lancement (proposition de valeur, ciblage, canaux, prix test) et une stratégie de déploiement mesurable et durable afin d'assurer la réussite commerciale et la rentabilité du projet.
 - Construire une proposition de valeur fondée sur un besoin client validé et un avantage compétitif démontré afin de garantir la pertinence et l'attractivité de l'offre.
 - Élaborer un modèle économique viable et responsable, intégrant les flux financiers essentiels et les partenaires clés pour assurer la durabilité du projet.
 - Concevoir un budget prévisionnel simple et sélectionner des indicateurs de création de valeur mesurables afin d'assurer le pilotage et la rentabilité du modèle.
 - Présenter et défendre un pitch intrapreneurial convaincant et professionnel, en argumentant sur la valeur, la faisabilité et l'impact du modèle afin de mobiliser des partenaires et investisseurs potentiels.
- Spécialisation Piloter et développer la performance opérationnelle hôtelière
- Auditer les standards et procédures opérationnelles afin d'identifier les écarts de conformité et les leviers d'optimisation.
 - Évaluer la performance des dispositifs qualité et piloter les plans d'amélioration continue intégrant les critères RSE et d'accessibilité.
 - Diagnostiquer l'efficacité de l'organisation des ressources et recommander des ajustements en fonction des contraintes économiques, saisonnières et environnementales.

- Superviser la mise en œuvre des outils de gestion intégrée (PMS, ERP, CRM) pour fiabiliser la planification et soutenir la prise de décision.
- Conduire des projets d'optimisation à impact mesurable sur la productivité et la durabilité.
- Exploiter les outils de business intelligence et de data visualisation pour suivre les performances et orienter les décisions d'amélioration.
- Évaluer et renforcer la culture managériale et de service au sein d'une organisation hôtelière.

Spécialisation

Concevoir, piloter et développer un concept entrepreneurial dans la restauration et l'hospitality

- Accompagner le management d'une organisation hôtelière à développer leurs pratiques de leadership favorisant la coopération, la responsabilité et l'inclusion.
- Concevoir un concept entrepreneurial innovant et différenciant dans la restauration ou l'hospitality, aligné sur les attentes du marché et la stratégie de marque, afin de garantir la pertinence et la cohérence du positionnement.
- Formaliser un business model cohérent et durable intégrant valeur client, rentabilité et impact environnemental, dans le but d'assurer la viabilité économique et la responsabilité du projet.
- Élaborer un business plan structuré et réaliste intégrant les prévisions financières, les charges d'exploitation et les marges attendues, pour démontrer la faisabilité et la rentabilité du concept.
- Identifier et mobiliser les sources de financement adaptées (investisseurs, subventions, partenariats), afin de soutenir le développement et la croissance du projet entrepreneurial.
- Piloter la performance à l'aide d'outils de contrôle et d'indicateurs clés de gestion (CA, marge, satisfaction client), afin d'assurer le suivi et l'amélioration continue de la performance opérationnelle.
- Piloter la performance à l'aide d'outils de contrôle et d'indicateurs clés de gestion (CA, marge, satisfaction client).
- Concevoir et piloter une stratégie de lancement cohérente avec le positionnement de la marque et les attentes du marché, pour assurer une entrée réussie sur le marché et une visibilité immédiate du concept.
- Déployer une stratégie marketing mesurable fondée sur les leviers digitaux, relationnels et expérientiels, afin de renforcer la notoriété, l'engagement client et la fidélisation.
- Intégrer l'innovation et la durabilité dans la conception et le pilotage du modèle entrepreneurial, pour anticiper les évolutions du marché et répondre aux attentes sociétales.
- Adapter le modèle économique aux évolutions des comportements clients et aux tendances émergentes, afin d'assurer la pérennité et la compétitivité du concept sur le long terme.

Spécialisation Concevoir et piloter la stratégie de design et de marketing des marques hôtelières

- Concevoir une identité de marque hôtelière cohérente, différenciante et alignée sur la stratégie de positionnement, afin de garantir la pertinence du message et la clarté de la promesse client.
- Définir les éléments visuels, sensoriels et narratifs constituant la personnalité de marque et les décliner dans l'expérience client, pour renforcer la cohérence et la reconnaissance de la marque.
- Développer un concept spatial et expérientiel aligné sur la stratégie de marque et les attentes clients, afin d'offrir une expérience immersive et émotionnelle valorisant l'identité de marque.
- Intégrer les principes du design sensoriel et durable (lumière, son, matériaux, digital) dans la conception d'espaces expérientiels, pour promouvoir le bien-être, l'accessibilité et la durabilité.
- Élaborer une stratégie de communication globale cohérente avec le positionnement de marque et les marchés cibles, dans le but d'assurer la visibilité et la différenciation à l'international.
- Produire un storytelling créatif et impactant, en intégrant les dimensions émotionnelles, culturelles et durables, afin de renforcer la relation client et la fidélisation.
- Déployer une stratégie de marketing digital cohérente avec les objectifs de marque et de fidélisation client, pour optimiser la performance et la notoriété en ligne.
- Piloter la performance marketing et la e-réputation à l'aide d'outils de data analytics et d'intelligence artificielle, afin d'ajuster la stratégie de communication et d'améliorer l'expérience client en temps réel.

Spécialisation Manager l'offre internationale de vins, spiritueux et boissons, en intégrant expertise sensorielle, accords mets-vins, réglementation et pratiques durables

- Piloter la gestion d'inventaire et d'assortiment de vins et boissons premium en optimisant les critères de rentabilité, d'image et de durabilité, afin d'assurer la cohérence de l'offre et la compétitivité de la marque.
- Sélectionner des produits adaptés aux positionnements de marque et aux marchés cibles, en intégrant la diversité culturelle et les tendances de consommation, pour garantir la pertinence et l'attractivité de l'offre.
- Concevoir et animer des expériences de dégustation et d'accords mets-vins valorisant les terroirs et les savoir-faire, afin d'offrir des expériences sensorielles mémorables et différenciantes.
- Adapter le discours, le rituel de service et le positionnement expérientiel aux différentes clientèles internationales,

pour renforcer l'adéquation culturelle et émotionnelle des prestations.

- Adapter l'offre vins et boissons aux attentes et aux normes des marchés internationaux, dans le but de garantir sa conformité, sa cohérence et son impact commercial à l'étranger.
- Négocier et entretenir des relations professionnelles durables avec des partenaires multiculturels, pour soutenir la distribution, la collaboration et la croissance internationale.
- Garantir la conformité réglementaire et fiscale de l'activité vins et spiritueux à l'échelle internationale, afin d'assurer la sécurité juridique et la fiabilité opérationnelle de la filière.
- Intégrer des outils digitaux et des indicateurs de durabilité pour assurer la traçabilité et la performance RSE de la filière, dans le but de renforcer la transparence, la qualité et la responsabilité environnementale.
- Concevoir des modules de formation expérientiels pour renforcer la connaissance produit et le storytelling sensoriel, afin de transmettre une culture du vin et de l'hospitalité à forte valeur ajoutée.
- Développer les compétences commerciales et relationnelles des équipes autour d'une culture d'excellence et de conseil, pour promouvoir la performance, la satisfaction client et la fidélisation.

Spécialisation Concevoir et piloter des événements stratégiques dans l'hospitality, en intégrant logistique MICE, marketing multicanal et gestion des risques

- Concevoir un concept événementiel stratégique hybride (présentiel/digital) aligné sur les objectifs de communication et de marque, afin d'assurer la cohérence du positionnement et la valeur ajoutée de l'expérience client.
- Planifier et coordonner les aspects logistiques, techniques et budgétaires d'un événement, en intégrant innovation, durabilité et expérience client, pour garantir la qualité, la faisabilité et la rentabilité du projet.
- Élaborer une stratégie de communication événementielle immersive et inclusive, intégrant les leviers du marketing digital et de la data expérience, afin d'optimiser la visibilité, l'engagement et la participation des publics.
- Déployer un plan média multicanal et des actions de communication responsables pour valoriser la marque et renforcer l'engagement des participants, dans le but de maximiser l'impact et la cohérence de l'événement.
- Identifier et gérer les risques liés à la logistique, à la sécurité et à la réglementation applicable aux événements internationaux, afin d'assurer la conformité et la maîtrise des incidents potentiels.
- Mettre en œuvre des procédures de contrôle et d'assurance qualité pour garantir la conformité, la sécurité et l'accessibilité universelle des événements, dans le but de protéger les participants et de préserver la réputation de la marque.
- Mettre en œuvre un dispositif d'évaluation post-événement basé sur des indicateurs de performance économique, sociale et environnementale, pour mesurer l'efficacité et l'impact global du projet.
- Interpréter les résultats et formuler des recommandations stratégiques d'amélioration et de durabilité, afin de renforcer la qualité, la rentabilité et la responsabilité des éditions futures.

Spécialisation Analyser et optimiser la performance financière et stratégique des organisations hôtelières, en mobilisant revenue management, asset management et diagnostics financiers internationaux

- Produire un diagnostic financier complet en mobilisant les outils de comptabilité analytique, de contrôle de gestion et d'analyse de rentabilité, afin d'évaluer la santé économique d'un établissement et d'orienter les décisions managériales.
- Identifier et interpréter les indicateurs clés de performance hôtelière (RevPAR, GOPPAR, TRevPAR, ratios d'exploitation), pour mesurer la rentabilité et détecter les leviers d'optimisation financière.
- Déployer une stratégie de revenue management fondée sur la segmentation, la prévision et l'optimisation tarifaire, afin de maximiser le chiffre d'affaires et le taux d'occupation dans un environnement concurrentiel.
- Utiliser des outils de simulation et d'analyse prédictive (business intelligence, IA, datavisualisation) pour piloter la performance financière et commerciale, dans le but d'anticiper les évolutions du marché et d'ajuster les décisions stratégiques.
- Évaluer la valeur et la rentabilité d'un actif hôtelier (asset management) en intégrant les critères ESG et les risques de marché, afin d'optimiser la gestion patrimoniale et la performance à long terme.
- Élaborer un plan d'investissement argumenté et cohérent avec la stratégie de développement et les contraintes budgétaires, pour soutenir la croissance durable et la création de valeur.
- Construire un plan financier global et un budget prévisionnel intégrant rentabilité, risque et durabilité, afin d'assurer la cohérence entre objectifs économiques et stratégie d'entreprise.
- Communiquer efficacement les résultats financiers et défendre des recommandations stratégiques devant un comité d'experts ou d'investisseurs, pour renforcer la crédibilité, la transparence et la prise de décision éclairée.

Blocs de compétences

RNCP42709BC01 — Conception, pilotage et évaluation de l'expérience client responsable dans l'hospitalité.

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer des parcours clients personnalisés et inclusifs, en mobilisant des outils numériques d'analyse client (CRM, data analytics, veille comportementale) ainsi que les standards d'accessibilité (physiques, sensorielles, cognitives...), afin de garantir une expérience fluide, cohérente et adaptée aux attentes du marché.

Mettre en œuvre des expériences immersives et responsables, en intégrant des pratiques éthiques, sociales et environnementales dans l'offre d'hospitalité, tout en mobilisant les approches du marketing expérientiel, afin de renforcer l'image de marque et l'engagement des clients.

Structurer des parcours expérientiels intégrant narration et cohérence sensorielle, afin d'assurer la continuité et l'harmonie de l'expérience dans tous les points de contact

Élaborer un plan opérationnel de mise en scène, en intégrant une approche commerciale et marketing, ainsi qu'une analyse des tendances de consommation, afin de démontrer la faisabilité et l'attractivité du projet.

Développer des mises en scène multisensorielles (visuelles, sonores, digitales), en utilisant des technologies innovantes et les outils du marketing expérientiel, afin d'enrichir le parcours client et de créer une expérience mémorable et distinctive.

Définir les standards et indicateurs de pilotage de l'expérience client, afin d'assurer la cohérence et la qualité perçue du parcours à chaque étape.

Piloter les interactions clients-équipes en favorisant la fluidité, la réactivité et la cohérence du service, en mobilisant les outils collaboratifs, les techniques de communication interpersonnelle et les protocoles qualité, afin d'assurer une expérience homogène et sans friction.

Former et accompagner les équipes à la compréhension des émotions, des attentes et des comportements clients, en s'appuyant sur les apports des sciences cognitives et du marketing expérientiel, afin d'adapter la posture de service et d'élever la qualité de l'expérience.

Utiliser les outils CRM, plateformes omnicanales et indicateurs de satisfaction pour collecter, analyser et exploiter les données clients, afin d'assurer un suivi qualitatif, d'identifier les leviers d'amélioration et de piloter la performance du service.

Analyser les causes structurelles des ruptures de parcours et définir les mesures correctives nécessaires, afin de rétablir la cohérence et la fluidité de l'expérience.

Adopter une posture empathique, inclusive et culturellement adaptée lors des interactions critiques, en valorisant la diversité des publics et le respect émotionnel, afin de préserver l'image, l'éthique et la réputation de l'établissement.

Concevoir et déployer des dispositifs de formation et des protocoles internes pour la gestion des situations relationnelles complexes (plaintes, objections, urgences), afin de renforcer la réactivité, la cohérence et la qualité du service rendu par les équipes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

MESP – Pratique professionnelle

Situation : Les étudiants évoluent dans des établissements réels où ils interagissent directement avec les clients.

Travail attendu : Ils doivent appliquer les codes de la relation client dans des contextes variés (hôtellerie, restauration, réception). Cela inclut l'accueil, la gestion de réclamations et la communication avec des publics diversifiés. Ils sont également attendus sur leur capacité à repérer des points de friction dans le parcours client, à suggérer des améliorations simples et à partager leurs bonnes pratiques avec les étudiants plus jeunes.

Industry Research Project

Situation : Les étudiants travaillent en équipe sur une problématique réelle d'une entreprise et doivent faire des recommandations prenant en compte les diversités culturelles et les enjeux éthiques liés à leur proposition.

Travail attendu : Les étudiants doivent analyser la situation de l'entreprise et proposer une expérience client adaptée au profil de l'entreprise et de sa clientèle cible, en analysant les données client et prospects de l'entreprise et son marché.

RNCP42709BC02 — Manager des équipes multiculturelles dans une approche éthique et numérique.

LISTE DE COMPÉTENCES

Adopter une posture de management agile et émotionnellement régulée, en mobilisant des techniques de gestion des émotions, d'écoute active et de communication managériale assertive, afin de créer un climat de confiance, de motivation et de performance au sein des équipes.

Adapter son style de management aux contextes opérationnels et culturels variés, en pratiquant un management situationnel fondé sur l'agilité, l'intelligence émotionnelle et le change management, afin de fédérer durablement les équipes autour d'objectifs partagés.

Démontrer un leadership inclusif et favorisant l'empowerment dans les décisions quotidiennes, en intégrant les points de vue divers, en valorisant les singularités (dont celles liées au handicap) et en facilitant la collaboration, afin de renforcer l'engagement, l'autonomie et l'innovation collective.

Fédérer des équipes multiculturelles et multigénérationnelles, en appliquant des pratiques de communication interculturelle et inclusive, et en mobilisant les leviers du leadership collaboratif, afin de développer la coopération et la cohésion organisationnelle.

Encadrer et dynamiser des équipes hybrides (présentiel/distanciel), en utilisant des outils numériques collaboratifs et des rituels managériaux adaptés, afin de maintenir la performance opérationnelle, la motivation et l'esprit collectif.

recruter, intégrer et accompagner les collaborateurs d'une équipe pour accompagner les orientations stratégiques de son unité.

Fidéliser et motiver son équipe par la mise en place d'une politique d'évolution de carrière et de rémunération attractive.

Intégrer les principes de responsabilité sociale et environnementale (RSE : durabilité, équité, inclusion) dans les décisions managériales et RH, afin de contribuer à un développement responsable et aligné avec les valeurs sociétales.

Contribuer à l'élaboration et à la mise en œuvre de plans de développement RH, en intégrant la diversité, l'égalité professionnelle et l'inclusion des personnes en situation de handicap, afin de renforcer la performance collective et d'assurer une gestion RH responsable.

Déployer des actions de sensibilisation et de formation sur les enjeux d'éthique, de gouvernance numérique et de responsabilité sociale, en accompagnant les équipes dans leur appropriation, afin de construire une culture d'entreprise responsable et durable.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

MESP – Pratique professionnelle

Situation : les étudiants encadrent des étudiants de première année dans un établissement d'accueil (hôtel ou restaurant). Ils doivent gérer des opérations réelles dans un contexte multiculturel, en assurant une organisation fluide et respectueuse des standards.

Travail attendu : Les étudiants doivent assumer une posture de leader inclusif et responsable, guider les premières années dans leur quotidien opérationnel (réception, service, housekeeping...), répartir les tâches et encourager la coopération. Ils doivent également gérer les éventuels conflits, maintenir une ambiance de travail positive et veiller au respect des règles. Dans ce cadre, ils s'exercent à encadrer et motiver des équipes hybrides (présentiel/distanciel) et intergénérationnelles, en ajustant leurs pratiques managériales. Enfin, ils contribuent à l'élaboration de micro-plans RH (planning, intégration de nouveaux collaborateurs, gestion du temps de travail) en identifiant les besoins immédiats de l'équipe.

Capstone

Situation : les étudiants travaillent par groupes sur une problématique réelle proposée par une entreprise partenaire. Cette problématique intègre nécessairement des enjeux éthiques, sociaux ou environnementaux.

Travail attendu : Les étudiants doivent analyser la situation de l'entreprise, identifier les pratiques à améliorer et concevoir une solution intégrant une politique RSE claire et cohérente. La proposition doit aussi inclure des éléments de développement RH, comme la planification des besoins en compétences, le déploiement de dispositifs de formation, la gestion des carrières et la promotion du bien-être des collaborateurs. Ils doivent justifier leurs choix en tenant compte des impacts sociaux, environnementaux et économiques, et formuler une solution réaliste et durable.

Industry Research Project

Situation : Les étudiants travaillent en équipe sur une problématique réelle d'une entreprise et doivent faire des recommandations prenant en compte les diversités culturelles et les enjeux éthiques liés à leur proposition.

Travail attendu : Les étudiants doivent analyser la situation de l'entreprise et concevoir des solutions éthiques, durables et inclusives, intégrant un plan RH adapté (répartition des tâches, accompagnement du changement, gestion des compétences). Ils doivent également anticiper les attentes d'équipes multiculturelles, hybrides et intergénérationnelles, en mettant en place des dispositifs de communication adaptés. Enfin, ils intègrent la dimension de gouvernance numérique et de responsabilité éthique dans leur proposition, en proposant des outils de sensibilisation ou de formation adaptés aux collaborateurs.

RNCP42709BC03 — Piloter l'excellence opérationnelle et la performance durable des activités d'hospitalité

LISTE DE COMPÉTENCES

Planifier et organiser les opérations quotidiennes d'hébergement et de restauration, en utilisant des logiciels et plateformes numériques spécialisés (PMS, POS, ...), afin de gérer les flux, les réservations et la logistique, en répartissant efficacement les ressources humaines et matérielles et en tenant compte des contraintes organisationnelles et du respect des règles en matière de gestion du personnel.

Contrôler la conformité des prestations d'hébergement et de restauration aux standards de qualité, en analysant les indicateurs de performance et les retours clients au moyen d'outils de benchmarking et de datavisualisation, afin d'identifier les écarts et de proposer des actions correctives adaptées.

Réguler en temps réel les activités opérationnelles dans les services Food & Beverage et hébergement, en mobilisant et en coordonnant les équipes face aux imprévus, afin de maintenir l'efficacité globale et la satisfaction client.

Mettre en œuvre les procédures QHSE/HACCP adaptées aux environnements d'hébergement et de restauration, en diffusant les protocoles et consignes dans l'ensemble des services, afin d'assurer la conformité légale et la prévention des risques sanitaires et opérationnels.

Former et accompagner les collaborateurs des services Food & Beverage et housekeeping aux bonnes pratiques d'hygiène, de sécurité et de durabilité, en adaptant la pédagogie aux profils et à la diversité culturelle, afin de garantir leur appropriation et l'application effective des standards.

Analyser et anticiper les besoins en ressources humaines, matérielles et logistiques, en utilisant des outils de planification et de prévision, afin de garantir la continuité et l'efficacité des opérations.

Mettre en œuvre des pratiques d'approvisionnement et de gestion des stocks responsables, en appliquant des principes de réduction du gaspillage, de partenariats durables et d'économie circulaire, afin d'aligner les opérations sur les objectifs RSE de l'organisation.

Évaluer et piloter la performance de la supply chain, en mobilisant des outils numériques et des indicateurs intégrant les dimensions financières, sociales et environnementales, afin d'optimiser la rentabilité et la durabilité des activités.

Définir, structurer et actualiser les indicateurs de performance (KPI) liés à la qualité, à la productivité, à la satisfaction client et à la durabilité, afin d'évaluer l'efficacité opérationnelle et d'orienter la prise de décision managériale.

Mettre en œuvre des actions correctives et préventives fondées sur les résultats des KPI, en mobilisant les outils de gestion de la qualité (PDCA, 5S, Lean Management, audits internes, feedback clients), afin d'optimiser les processus et d'améliorer la performance collective.

Piloter la qualité de service et la satisfaction client en coordonnant les équipes et les ressources, afin de garantir la conformité réglementaire, la cohérence des prestations et la satisfaction durable des parties prenantes.

Interpréter et présenter les résultats de performance à l'aide d'outils de datavisualisation et de communication managériale, afin de renforcer la transparence, l'engagement et la dynamique d'amélioration continue au sein de la structure.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

MESP – Pratique professionnelle

Situation : Les étudiants sont intégrés dans des environnements réels (hébergement, restauration, accueil, logistique). En première année, ils observent et participent aux opérations de base ; en deuxième année, ils gèrent de manière autonome certaines activités et encadrent les premières années.

Travail attendu : En première année, les étudiants doivent assimiler et appliquer les procédures opérationnelles (réservations, gestion de chambres, mise en place en restauration, logistique interne), tout en respectant les normes QHSE/HACCP. En deuxième année, ils prennent en charge un service, encadrent des pairs débutants, régulent les imprévus et proposent des pistes d'amélioration pour renforcer l'efficacité et la qualité opérationnelle.

Business Game

Situation : Les étudiants participent à des simulations numériques de gestion (type CESIM). En première année, ils pilotent un hôtel virtuel ; en deuxième année, ils gèrent un hôtel et un service de restauration dans un environnement concurrentiel et incertain.

Travail attendu : Les étudiants doivent analyser les indicateurs de performance (taux d'occupation, chiffre d'affaires, marges, réservations), élaborer des plans d'action et prendre des décisions collectives cohérentes. Ils doivent justifier leurs choix stratégiques et opérationnels dans un rapport réflexif, tout en intégrant une vision long terme en deuxième année.

Capstone

Situation : Les étudiants réalisent une mission réelle confiée par une entreprise sur une problématique opérationnelle

(organisation, QHSE, supply chain, performance).

Travail attendu : Ils doivent collecter et analyser les données disponibles, réaliser un diagnostic des processus existants, identifier des leviers d'amélioration (organisationnels, logistiques, QHSE), concevoir des outils de suivi et proposer un plan opérationnel complet, intégrant des critères de qualité et de durabilité. Ils présentent leur rapport écrit et défendent leur solution devant un jury académique et professionnel.

Mémoire

Situation :

les étudiants définissent une problématique sectorielle liée à l'excellence opérationnelle et élaborent un mémoire de recherche appliquée, qu'ils défendent devant un jury.

Travail attendu : Ils doivent élaborer une méthodologie de recherche rigoureuse, collecter des données qualitatives et quantitatives (audits, enquêtes, observations, indicateurs de performance), analyser les résultats de manière critique et proposer un plan d'action opérationnel innovant et durable. Le mémoire doit démontrer leur capacité à articuler rigueur académique et solutions concrètes pour l'hospitality.

Projet de pilotage de la performance opérationnelle

Situation d'évaluation : Les étudiants sont placés en situation de management d'une unité (restaurant, service hôtelier ou événementiel). Ils doivent définir des indicateurs clés de performance (KPI) pertinents, analyser les résultats obtenus, identifier les écarts et proposer un plan d'action d'amélioration continue. Ils mobilisent des outils de gestion de la qualité, de datavisualisation et de suivi de la satisfaction client.

RNCP42709BC04 — Piloter une business-unit pour assurer son développement et sa pérennité.

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les coûts, les marges et les ratios financiers (coût matière, marge brute, masse salariale, seuil de rentabilité) afin d'évaluer la performance économique et opérationnelle d'une business-unit.

Exploiter les données de marché et les retours clients (e-réputation, enquêtes, avis consommateurs) pour affiner le diagnostic stratégique et orienter les choix commerciaux.

Construire un tableau de bord synthétique et interpréter les indicateurs de performance (KPI) afin de proposer des actions correctives et des décisions chiffrées réalistes.

Définir un modèle économique viable et responsable, combinant rentabilité et alignement marché, afin de garantir la cohérence stratégique et la pérennité de l'établissement.

Construire un budget prévisionnel et un compte de résultat simplifié, afin de justifier les hypothèses économiques et d'anticiper les besoins financiers de la business-unit.

Intégrer les enjeux RSE et technologiques (achats responsables, outils digitaux, durabilité) pour renforcer la compétitivité, la conformité et la durabilité de la gestion financière.

Mettre à jour un reporting et analyser les écarts de performance afin de déterminer les actions correctives nécessaires à l'amélioration continue.

Identifier les risques principaux (financiers, opérationnels, humains) et proposer des mesures de mitigation réalistes pour sécuriser les activités et prévenir les dysfonctionnements.

Comparer plusieurs scénarios de développement et recommander celui qui optimise la rentabilité afin de soutenir la prise de décision stratégique et la pérennité de la business-unit.

Négocier et conclure un accord commercial ou partenarial dans le respect des enjeux éthiques, contractuels et interculturels, afin de créer des relations durables et équilibrées.

Piloter la performance commerciale à l'aide d'indicateurs clés (taux de conversion, panier moyen, fidélisation) afin d'améliorer la rentabilité et la satisfaction client.

Mettre en place une stratégie de développement de portefeuille client et de co-crédation de valeur pour renforcer la notoriété, la compétitivité et la croissance de la business-unit.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Business Game

Situation : Les étudiants participent à des simulations numériques de gestion d'hôtel, puis d'hôtel-restaurant, leur permettant d'expérimenter la prise de décision intégrée en matière de finance, marketing, ressources humaines et opérations dans un environnement concurrentiel.

Travail attendu : les étudiants analysent les données chiffrées issues du simulateur, identifient les écarts de performance et les risques majeurs, puis planifient et ajustent leurs décisions (prix, recrutement, offre, communication) pour améliorer la rentabilité et la satisfaction client.

Un rapport justifie les décisions prises, les résultats obtenus et les actions correctives proposées.

Capstone

Situation : Les étudiants travaillent sur une problématique réelle de pilotage de business unit proposée par une entreprise partenaire. Le projet nécessite une approche transversale mobilisant les compétences en diagnostic, budget, business model et plan d'action.

Travail attendu : En groupe, ils réalisent un diagnostic complet (économique, commercial, RSE), conçoivent un modèle économique simplifié, élaborent un budget prévisionnel et identifient les risques principaux. Ils défendent leurs recommandations lors d'un pitch professionnel devant un jury composé d'enseignants et de professionnels.

Étude de cas – Négociation et pilotage commercial

Situation : Les étudiants analysent une situation réelle ou simulée de développement commercial (partenariat B2B, contrat de distribution, appel d'offres, relation fournisseur) et doivent formuler une proposition de valeur avant de mener une négociation simulée. Ils construisent ensuite un tableau de bord commercial pour mesurer la performance et proposent un plan d'action correctif.

Travail attendu : Rapport écrit (4 à 6 pages) présentant les objectifs de négociation, les résultats et les indicateurs de suivi. Soutenance orale simulant la négociation et la restitution au comité de direction.

Mémoire

Situation : Les étudiants choisissent un thème sectoriel d'actualité (hospitality, food service, événements, RSE, digitalisation) et formulent une problématique managériale concrète. Le mémoire associe une analyse de terrain à une réflexion stratégique sur la performance d'une business-unit.

Travail attendu : Ils conçoivent une méthodologie de recherche appliquée, collectent et analysent des données qualitatives et/ou quantitatives, puis formulent des recommandations opérationnelles pour améliorer la performance ou la durabilité d'une organisation. La soutenance valorise la rigueur, la clarté et la faisabilité des solutions proposées.

RNCP42709BC05 — Créer de la valeur par l'innovation dans une démarche intrapreneuriale.

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier et interpréter les tendances émergentes et les signaux faibles en mobilisant les outils de veille stratégique et de creative thinking afin d'alimenter la génération d'idées innovantes.

Exploiter les bases de données sectorielles et technologiques pour repérer des opportunités de développement alignées avec la stratégie de l'organisation.

Structurer et diffuser une veille opérationnelle continue à l'aide d'outils numériques d'agrégation et de reporting afin de soutenir la décision stratégique et l'innovation.

Formaliser une opportunité intrapreneuriale (who/what pain/how big) et identifier des indicateurs simples de création de valeur (client, économique, RSE) afin de qualifier le potentiel d'innovation et d'investissement.

Planifier et piloter un projet d'innovation en intégrant durabilité, éthique et centricité utilisateur afin d'assurer sa pertinence et sa viabilité sur le marché.

Mettre en œuvre les méthodes de design thinking et d'agilité pour adapter la solution aux besoins identifiés et renforcer la créativité collective.

Animer une équipe pluridisciplinaire et accompagner la conduite du changement afin de garantir la cohérence et l'adhésion des acteurs du projet.

Structurer un cycle d'expérimentation intrapreneuriale (hypothèses, métriques, décisions go/kill/pivot) et en tirer des apprentissages actionnables pour améliorer les itérations futures.

Concevoir, tester et ajuster un produit ou service minimum viable (MVP) en validant la faisabilité et l'usage client afin d'évaluer le potentiel de mise sur le marché.

Exploiter les outils digitaux (analyse de données, intelligence artificielle générative, simulations) pour affiner la proposition et mesurer la valeur créée.

Définir et suivre des KPI de création de valeur (client, économique, RSE) pour évaluer la performance et orienter la décision.

Élaborer un plan de lancement (proposition de valeur, ciblage, canaux, prix test) et une stratégie de déploiement mesurable et durable afin d'assurer la réussite commerciale et la rentabilité du projet.

Construire une proposition de valeur fondée sur un besoin client validé et un avantage compétitif démontré afin de garantir la pertinence et l'attractivité de l'offre.

Élaborer un modèle économique viable et responsable, intégrant les flux financiers essentiels et les partenaires clés pour assurer la durabilité du projet.

Concevoir un budget prévisionnel simple et sélectionner des indicateurs de création de valeur mesurables afin d'assurer le pilotage et la rentabilité du modèle.

Présenter et défendre un pitch intrapreneurial convaincant et professionnel, en argumentant sur la valeur, la faisabilité

et l'impact du modèle afin de mobiliser des partenaires et investisseurs potentiels.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Pop-Up Project

Situation : Les étudiants réalisent la phase de recherche d'opportunité dans le cadre d'un mini-projet intrapreneurial en hospitality.

Travail attendu : Réaliser une analyse de tendances (sources multiples) et cartographier le marché (acteurs, concurrents, solutions existantes). Formuler un problème client/opportunité (who / what pain / how big) en s'appuyant sur des données vérifiées. Proposer deux pistes d'idéation et identifier 2 à 3 KPI de valeur potentiels (client, économique, RSE).

Hackathon

Situation : Sprint de veille concurrentielle accélérée sur une thématique imposée (innovation responsable, expérience client, digitalisation).

Travail attendu : Réaliser une veille stratégique rapide et synthétiser les insights sous forme de benchmark. Produire un one-pager d'opportunité précisant les besoins identifiés, les opportunités de valeur et les risques principaux.

Conduite de projets d'innovation et de transformation

Capstone

Situation : Les étudiants conduisent un projet d'innovation réel proposé par une entreprise (produit, service ou process).

Travail attendu : Réaliser un diagnostic des besoins et contraintes du client. Définir les objectifs, ressources et critères RSE du projet. Appliquer les cycles de design thinking (idéation ? prototype ? test) et documenter chaque étape. Rédiger un journal d'apprentissage présentant les hypothèses testées, les résultats observés et la décision go/pivot/stop.

Hackathon

Situation : Développement d'un prototype fonctionnel dans un temps limité, en équipe mixte (design, management, marketing).

Travail attendu : Créer un prototype testable ou une maquette interactive, assortie d'un plan de test et d'une note de décision go/pivot/stop. Tenir un backlog des tâches et documenter la répartition des rôles et des responsabilités.

Conception, expérimentation et déploiement d'offres innovantes à l'aide d'outils digitaux avancés

Hackathon

Situation : Conception d'un MVP digital lié à une problématique d'hospitality (expérience client, efficacité opérationnelle, impact environnemental).

Travail attendu : Concevoir un MVP ou une maquette fonctionnelle, en s'appuyant sur des outils de prototypage et d'analyse de données. Réaliser une campagne de test utilisateur et recueillir des feedbacks. Identifier les indicateurs de valeur créés (utilisation, satisfaction, impact).

Industry Research Project

Situation : Développement et test d'un MVP innovant pour un client réel ou pour un projet personnel à visée intrapreneuriale.

Travail attendu : Réaliser un dossier complet intégrant : proposition de valeur, plan de lancement (go-to-market), KPI de valeur, analyse de tests et prochaines étapes. Évaluer la valeur créée et formuler un plan de déploiement durable.

Démarche intrapreneuriale et création de valeur

Pop-Up Project

Situation : Exploitation courte d'un concept intrapreneurial en conditions réelles et observation des résultats.

Travail attendu : Définir la proposition de valeur et le modèle économique de l'expérience. Élaborer un mini budget d'exploitation et un tableau de bord 3 KPI (client/éco/RSE). Présenter un bilan d'impact et proposer des ajustements.

Hackathon

Situation : Présentation d'un pitch deck intrapreneurial sur un cas imposé, devant jury académique et professionnel.

Travail attendu : Construire un business model clair (revenus, coûts, partenaires). Élaborer un budget prévisionnel simplifié et définir 2 à 3 KPI de valeur. Soutenir un pitch de 5 à 7 minutes démontrant la viabilité du projet.

Industry Research Project

Situation : Rédaction d'une note de cadrage intrapreneuriale pour un projet de lancement (réel ou simulé).

Travail attendu : Présenter les preuves d'usage, la proposition de valeur, le modèle économique, le budget, les KPI de création de valeur et un plan d'action T+90 jours. Défendre la décision go/no-go lors d'une soutenance orale.

RNCP42709BC06 — Piloter et développer la performance opérationnelle hôtelière (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Auditer les standards et procédures opérationnelles afin d'identifier les écarts de conformité et les leviers d'optimisation.

Évaluer la performance des dispositifs qualité et piloter les plans d'amélioration continue intégrant les critères RSE et d'accessibilité.

Diagnostiquer l'efficacité de l'organisation des ressources et recommander des ajustements en fonction des contraintes économiques, saisonnières et environnementales.

Superviser la mise en œuvre des outils de gestion intégrée (PMS, ERP, CRM) pour fiabiliser la planification et soutenir la prise de décision.

Conduire des projets d'optimisation à impact mesurable sur la productivité et la durabilité.

Exploiter les outils de business intelligence et de data visualisation pour suivre les performances et orienter les décisions d'amélioration.

Évaluer et renforcer la culture managériale et de service au sein d'une organisation hôtelière.

Accompagner le management d'une organisation hôtelière à développer leurs pratiques de leadership favorisant la coopération, la responsabilité et l'inclusion.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Situation?: Projet "Audit & Amélioration Continue"

Travaux attendus : Diagnostic global du room division ; rapport d'audit complet ; plan d'action certifiable (ISO, Green Key, marque).

Situation?: Étude de cas "Operational Planning & Resource Management"

Travaux attendus : Planification complète des ressources ; simulation de scénarios de haute activité ; tableau de bord de performance.

Situation?: Projet "Operational Excellence & Transformation"

Travaux attendus : Projet d'amélioration (ex : digitalisation du housekeeping, plan "green operations") ; mesure d'impact avant/après ; maintenance.

Situation?: Projet "Leadership & Service Culture"

Travaux attendus : Diagnostic de climat social, plan d'engagement et de formation, présentation orale au comité qualité.

RNCP42709BC07 — Concevoir, piloter et développer un concept entrepreneurial dans la restauration et l'hospitality (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir un concept entrepreneurial innovant et différenciant dans la restauration ou l'hospitality, aligné sur les attentes du marché et la stratégie de marque, afin de garantir la pertinence et la cohérence du positionnement.

Formaliser un business model cohérent et durable intégrant valeur client, rentabilité et impact environnemental, dans le but d'assurer la viabilité économique et la responsabilité du projet.

Élaborer un business plan structuré et réaliste intégrant les prévisions financières, les charges d'exploitation et les marges attendues, pour démontrer la faisabilité et la rentabilité du concept.

Identifier et mobiliser les sources de financement adaptées (investisseurs, subventions, partenariats), afin de soutenir le développement et la croissance du projet entrepreneurial.

Piloter la performance à l'aide d'outils de contrôle et d'indicateurs clés de gestion (CA, marge, satisfaction client), afin d'assurer le suivi et l'amélioration continue de la performance opérationnelle.

Piloter la performance à l'aide d'outils de contrôle et d'indicateurs clés de gestion (CA, marge, satisfaction client).

Concevoir et piloter une stratégie de lancement cohérente avec le positionnement de la marque et les attentes du marché, pour assurer une entrée réussie sur le marché et une visibilité immédiate du concept.

Déployer une stratégie marketing mesurable fondée sur les leviers digitaux, relationnels et expérientiels, afin de renforcer la notoriété, l'engagement client et la fidélisation.

Intégrer l'innovation et la durabilité dans la conception et le pilotage du modèle entrepreneurial, pour anticiper les évolutions du marché et répondre aux attentes sociétales.

Adapter le modèle économique aux évolutions des comportements clients et aux tendances émergentes, afin d'assurer la pérennité et la compétitivité du concept sur le long terme.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Situation : Projet "Restaurant Concept Design"

Travaux attendus : Dossier conceptuel complet (positionnement, identité, business model, proposition de valeur).

Étude de cas "Business Plan & Investment"

Situation : Simulation de création d'un concept de restaurant ou d'hôtel-restaurant avec projection financière sur 3 ans.

Travaux attendus : Business plan chiffré, analyse de faisabilité et plan de financement.

Business Simulation Game "Hospitality Operations"

Situation : Simulation de gestion d'un établissement (restaurant ou hôtel-restaurant) en environnement concurrentiel.

Travaux attendus : Tableaux de bord, reporting d'exploitation, plan d'ajustement.

Projet "Launch & Communication Strategy"

Situation : Lancement d'un concept en conditions réelles ou simulées avec campagne digitale et événementielle.

Travaux attendus : Plan de communication, plan média et indicateurs de performance.

Hackathon "Sustainable Business Innovation"

Situation : Création en équipe d'une solution innovante et responsable pour un concept entrepreneurial.

Travaux attendus : Prototype de solution, argumentaire et présentation au jury.

RNCP42709BC08 — Concevoir et piloter la stratégie de design et de marketing des marques hôtelières (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir une identité de marque hôtelière cohérente, différenciante et alignée sur la stratégie de positionnement, afin de garantir la pertinence du message et la clarté de la promesse client.

Définir les éléments visuels, sensoriels et narratifs constituant la personnalité de marque et les décliner dans l'expérience client, pour renforcer la cohérence et la reconnaissance de la marque.

Développer un concept spatial et expérientiel aligné sur la stratégie de marque et les attentes clients, afin d'offrir une expérience immersive et émotionnelle valorisant l'identité de marque.

Intégrer les principes du design sensoriel et durable (lumière, son, matériaux, digital) dans la conception d'espaces expérientiels, pour promouvoir le bien-être, l'accessibilité et la durabilité.

Élaborer une stratégie de communication globale cohérente avec le positionnement de marque et les marchés cibles, dans le but d'assurer la visibilité et la différenciation à l'international.

Produire un storytelling créatif et impactant, en intégrant les dimensions émotionnelles, culturelles et durables, afin de renforcer la relation client et la fidélisation.

Déployer une stratégie de marketing digital cohérente avec les objectifs de marque et de fidélisation client, pour optimiser la performance et la notoriété en ligne.

Piloter la performance marketing et la e-réputation à l'aide d'outils de data analytics et d'intelligence artificielle, afin d'ajuster la stratégie de communication et d'améliorer l'expérience client en temps réel

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Situation : Brand Identity Project

Travaux attendus : Dossier complet d'identité de marque (territoire visuel, logo, valeurs, storytelling, moodboard).

Workshop "Hospitality Experience Design"

Situation : Les étudiants conçoivent un concept d'espace (lobby, restaurant, chambre, boutique) illustrant les valeurs d'une marque hôtelière.

Travaux attendus : Planche conceptuelle, zoning, maquette 3D, storytelling spatial.

Hackathon "Brand Storytelling Challenge"

Situation : Création en équipe d'une campagne de communication pour repositionner une marque hôtelière internationale.

Travaux attendus : Concept créatif, plan média, livrables visuels et présentation orale.

Projet "Digital Brand Strategy Lab"

Situation : Les étudiants créent et optimisent la stratégie digitale d'une marque hôtelière (CRM, réseaux sociaux, data marketing).

Travaux attendus : Tableau de bord digital, plan d'action d'amélioration continue et présentation orale.

RNCP42709BC09 — Concevoir et piloter la stratégie de design et de marketing des marques hôtelières (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Piloter la gestion d'inventaire et d'assortiment de vins et boissons premium en optimisant les critères de rentabilité, d'image et de durabilité, afin d'assurer la cohérence de l'offre et la compétitivité de la marque.

Sélectionner des produits adaptés aux positionnements de marque et aux marchés cibles, en intégrant la diversité culturelle et les tendances de consommation, pour garantir la pertinence et l'attractivité de l'offre.

Concevoir et animer des expériences de dégustation et d'accords mets-vins valorisant les terroirs et les savoir-faire, afin d'offrir des expériences sensorielles mémorables et différenciantes.

Adapter le discours, le rituel de service et le positionnement expérientiel aux différentes clientèles internationales, pour renforcer l'adéquation culturelle et émotionnelle des prestations.

Adapter l'offre vins et boissons aux attentes et aux normes des marchés internationaux, dans le but de garantir sa conformité, sa cohérence et son impact commercial à l'étranger.

Négocier et entretenir des relations professionnelles durables avec des partenaires multiculturels, pour soutenir la distribution, la collaboration et la croissance internationale.

Garantir la conformité réglementaire et fiscale de l'activité vins et spiritueux à l'échelle internationale, afin d'assurer la sécurité juridique et la fiabilité opérationnelle de la filiale.

Intégrer des outils digitaux et des indicateurs de durabilité pour assurer la traçabilité et la performance RSE de la filiale, dans le but de renforcer la transparence, la qualité et la responsabilité environnementale.

Concevoir des modules de formation expérientiels pour renforcer la connaissance produit et le storytelling sensoriel, afin de transmettre une culture du vin et de l'hospitalité à forte valeur ajoutée.

Développer les compétences commerciales et relationnelles des équipes autour d'une culture d'excellence et de conseil, pour promouvoir la performance, la satisfaction client et la fidélisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Situation – Projet “Wine & Beverage Experience”

Travaux attendus : Sélection produits et conception d'une carte internationale ; dossier de gestion d'assortiment et stratégie d'approvisionnement responsable.

Workshop expérientiel

Situation : Animation d'une expérience immersive de dégustation et conception d'accords mets-vins pour une clientèle étrangère.

Travaux attendus : Scénarisation, déroulé de dégustation, storytelling sensoriel et protocole de service. *

Business Case “International Beverage Strategy”

Situation : Étude d'un marché étranger et adaptation d'une offre boissons à ses attentes.

Travaux attendus : Étude de marché, proposition d'assortiment, plan d'implantation et dossier de négociation export.

Étude de cas “Sustainability & Compliance in Wine Business”

Situation : Les étudiants analysent la conformité et la durabilité d'une activité internationale d'import/export de vins.

Travaux attendus : Audit de conformité, plan d'action durable et rapport ESG.

Projet “Wine & Service Academy”

Situation : Création et animation d'un module de formation interne ou d'un atelier client premium.

Travaux attendus : Programme de formation, supports pédagogiques et animation.

RNCP42709BC10 — Concevoir et piloter des événements stratégiques dans l'hospitality, en intégrant logistique MICE, marketing multicanal et gestion des risques (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir un concept événementiel stratégique hybride (présentiel/digital) aligné sur les objectifs de communication et de marque, afin d'assurer la cohérence du positionnement et la valeur ajoutée de l'expérience client.

Planifier et coordonner les aspects logistiques, techniques et budgétaires d'un événement, en intégrant innovation, durabilité et expérience client, pour garantir la qualité, la faisabilité et la rentabilité du projet.

Élaborer une stratégie de communication événementielle immersive et inclusive, intégrant les leviers du marketing digital et de la data expérience, afin d'optimiser la visibilité, l'engagement et la participation des publics.

Déployer un plan média multicanal et des actions de communication responsables pour valoriser la marque et renforcer l'engagement des participants, dans le but de maximiser l'impact et la cohérence de l'événement.

Identifier et gérer les risques liés à la logistique, à la sécurité et à la réglementation applicable aux événements internationaux, afin d'assurer la conformité et la maîtrise des incidents potentiels

Mettre en œuvre des procédures de contrôle et d'assurance qualité pour garantir la conformité, la sécurité et l'accessibilité universelle des événements, dans le but de protéger les participants et de préserver la réputation de la marque.

Mettre en œuvre un dispositif d'évaluation post-événement basé sur des indicateurs de performance économique, sociale et environnementale, pour mesurer l'efficacité et l'impact global du projet.

Interpréter les résultats et formuler des recommandations stratégiques d'amélioration et de durabilité, afin de

renforcer la qualité, la rentabilité et la responsabilité des éditions futures.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet "Event Experience Design"

Travaux attendus : Dossier complet d'appel d'offres (concept, storytelling, plan logistique et budget prévisionnel).

Hackathon "Immersive Event Communication"

Situation : Les étudiants créent une campagne de communication événementielle intégrant innovation digitale, inclusion et engagement durable.

Travaux attendus : Stratégie média, création de contenu immersif (storyboard, maquette, AR/VR), plan de mesure d'impact.

Étude de cas "Event Risk Management"

Situation : Étude et résolution d'un cas réel de crise ou d'incident sur un événement (annulation, cybersécurité, inclusion, sécurité publique).

Travaux attendus : Audit de conformité, plan de mitigation des risques, protocole de communication de crise.

Projet "Event Experience Design – Post Evaluation"

Situation : Les étudiants présentent une analyse complète des résultats d'un événement organisé ou simulé, en évaluant son efficacité et son impact global.

Travaux attendus : Rapport d'évaluation (ROI, satisfaction, impact environnemental), tableau de bord et plan d'amélioration continue.

RNCP42709BC11 — Analyser et optimiser la performance financière et stratégique des organisations hôtelières, en mobilisant revenue management, asset management et diagnostics financiers internationaux (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Produire un diagnostic financier complet en mobilisant les outils de comptabilité analytique, de contrôle de gestion et d'analyse de rentabilité, afin d'évaluer la santé économique d'un établissement et d'orienter les décisions managériales.

Identifier et interpréter les indicateurs clés de performance hôtelière (RevPAR, GOPPAR, TRevPAR, ratios d'exploitation), pour mesurer la rentabilité et détecter les leviers d'optimisation financière.

Déployer une stratégie de revenue management fondée sur la segmentation, la prévision et l'optimisation tarifaire, afin de maximiser le chiffre d'affaires et le taux d'occupation dans un environnement concurrentiel.

Utiliser des outils de simulation et d'analyse prédictive (business intelligence, IA, datavisualisation) pour piloter la performance financière et commerciale, dans le but d'anticiper les évolutions du marché et d'ajuster les décisions stratégiques.

Évaluer la valeur et la rentabilité d'un actif hôtelier (asset management) en intégrant les critères ESG et les risques de marché, afin d'optimiser la gestion patrimoniale et la performance à long terme.

Élaborer un plan d'investissement argumenté et cohérent avec la stratégie de développement et les contraintes budgétaires, pour soutenir la croissance durable et la création de valeur.

Construire un plan financier global et un budget prévisionnel intégrant rentabilité, risque et durabilité, afin d'assurer la cohérence entre objectifs économiques et stratégie d'entreprise.

Communiquer efficacement les résultats financiers et défendre des recommandations stratégiques devant un comité d'experts ou d'investisseurs, pour renforcer la crédibilité, la transparence et la prise de décision éclairée.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas financière

Situation : Les étudiants réalisent une étude financière d'un hôtel ou d'un portefeuille multi-sites à partir de données réelles ou simulées.

Travaux attendus : Diagnostic complet (bilan, compte de résultat, marges, ratios). Tableau de bord synthétique et recommandations managériales.

Business Simulation Game

Situation : Les étudiants participent à une simulation numérique de gestion d'hôtel-restaurant dans un environnement concurrentiel.

Travaux attendus : Décisions tarifaires et commerciales intégrées (segmentation, pricing, distribution). Analyse des résultats financiers (RevPAR, GOPPAR, marges). Présentation d'un plan d'ajustement stratégique.

Capstone Project

Situation : Les étudiants travaillent sur un cas réel ou simulé de repositionnement ou de valorisation d'un actif hôtelier (vente, franchise, rénovation).

Travaux attendus : Étude de valorisation complète et simulation financière (cash-flow, ROI, TRI). Élaboration d'un plan d'investissement durable et projections à 3–5 ans. Soutenance devant un jury d'experts finance & asset management.

Projet "Financial & Strategic Performance Lab"

Situation : Les étudiants conçoivent un plan stratégique et financier complet pour un établissement ou une marque hôtelière internationale.

Travaux attendus : Plan d'investissement chiffré (prévisions, scénarios, indicateurs de risque). Simulation de performance (forecast, cash-flow, scénarios ESG). Présentation orale argumentée devant un jury académique et professionnel.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteurs d'activité directs :

Hôtellerie traditionnelle de loisirs ou d'affaires, généralement haut de gamme (3, 4 étoiles et luxe)

Entreprises HR indépendantes ou appartenant à une chaîne volontaire ou intégrée, complexes hôteliers (resorts), parcs d'attraction et de loisirs, résidences hôtelières (de loisirs ou médicalisée)

Hébergement embarqué : compagnies de croisières maritimes et fluviales

Restauration d'hôtel, restauration commerciale indépendante ou de chaîne

Restauration embarquée : catering aérien, ferroviaire ou maritime - Restauration collective

Secteurs d'activités associés :

Congrès et événementiels

Conseil et audit

Gestion de réservation et distribution de service en ligne

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur d'hôtel

Directeur de l'hébergement

Directeur des opérations hôtelières

Gouvernant général

Responsable des stratégies de revenus

Responsable de marques

Responsable des ventes

Responsable du marketing digital

Responsable des réseaux sociaux

Responsable qualité

Responsable relation-client

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 3 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 806 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) 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)	23 403
Jugés difficiles à recruter	32 %
Emplois saisonniers	16 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés L6X90 — Cadres dirigeants des grandes entreprises de plus de 50 salariés 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

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant

Après un parcours de formation continue

Par expérience (VAE)

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Validation de tous les blocs de compétences et validation des 180 ECTS.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE

Conformément à l'art. 5 de l'arrêté ministériel du 8 mars 2001 paru au Journal Officiel du 16 mars 2001, le jury est nommé par le Recteur d'Académie qui désigne le président du jury appartenant à un corps enseignant-chercheur ainsi que le vice-président, qui le supplée en cas d'empêchement. Le Recteur ou son représentant participe au jury avec voix consultative lors des délibérations.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Conformément à l'art. 5 de l'arrêté ministériel du 8 mars 2001 paru au Journal Officiel du 16 mars 2001, le jury est nommé par le Recteur d'Académie qui désigne le président du jury appartenant à un corps enseignant-chercheur ainsi que le vice-président, qui le supplée en cas d'empêchement. Le Recteur ou son représentant participe au jury avec voix consultative lors des délibérations. Le jury comprend notamment deux représentants de la profession dont un titulaire du titre.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2031
-------------------------------------	------------

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	140	—	94 %	—
2023	147	—	100 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP37719

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42709/>