



# L'OBSERVATOIRE

du territoire Alès-Cévennes

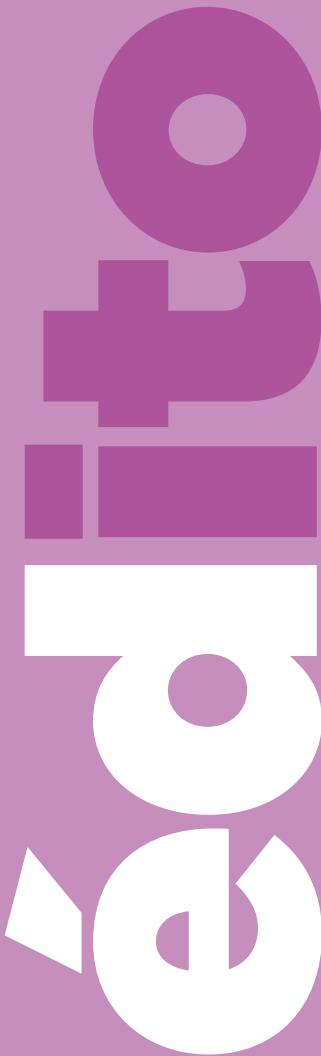
► Etude Sectorielle et Géographique

2012

## La filière RESTAURATION en Pays Cévennes







**L**a Maison de l'Emploi Alès Cévennes présente ci-après une étude sur la filière de la restauration qui apporte aux travaux déjà réalisés sur le sujet au niveau national une vision territorialisée et actualisée du secteur sous l'angle de l'emploi, la formation et le développement économique.

Cette étude fournit une vision complète, détaillée et neutre de la filière, sur un périmètre préalablement défini tant au niveau géographique que sectoriel, incluant ses forces, faiblesses et enjeux.

Cette vue d'ensemble a pour intérêt de permettre aux acteurs économiques de mieux connaître la filière de la restauration et de mesurer son poids sur le territoire, poids significatif puisque cette filière contribue à créer de l'emploi non délocalisable et accessible au plus grand nombre.

La plus-value de ce rapport réside dans l'articulation de pistes d'actions issues de l'identification de ses forces et faiblesses. Ces pistes d'actions, axes d'amélioration, réalistes, peuvent toutes être initiées par les partenaires, les acteurs du développement économique du territoire ou encore des acteurs influents de la filière.

L'étude s'est fondée sur un ensemble d'entretiens réalisés auprès de professionnels du secteur, que nous remercions sincèrement pour leur disponibilité. Le savoir faire de la MdE dans la réalisation d'études sectorielles ainsi que la relation avec les professionnels mise en œuvre aboutissent à cette étude que nous vous souhaitons enrichissante.

**Marc PEYROCHE**

*Président de la Maison de l'Emploi Alès Cévennes*



## INTRODUCTION



## PARTIE 1 • LA FILIÈRE RESTAURATION



## PARTIE 2 • PROFIL DU DIRIGEANT ET DES SALARIÉS



## PARTIE 3 • RECRUTEMENT ET PRATIQUES MANAGÉRIALES



## PARTIE 4 • FORMATION



## PARTIE 5 • DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE



## SYNTHÈSE

# Sommaire

---

CONTEXTE DU PROJET	6
OBJECTIFS DE L'ÉTUDE	
MÉTHODOLOGIE	
<i>Etapes-clés pour la réalisation de l'étude</i>	
<i>Population-mère et échantillonnage</i>	
<hr/>	
1. DONNÉES DE CADRAGE	13
<i>Au niveau national</i>	
<i>Au niveau local</i>	
2. STRUCTURATION DE LA FILIÈRE, RÉSEAUX ET ACTIVITÉS	
<i>Réseaux et labels</i>	
<i>Organisation de l'activité</i>	
<i>Tourisme et Saisonnalité</i>	
3. CONSTATS ET ENJEUX	
<hr/>	
1. PROFIL DU DIRIGEANT	21
<i>Âge et statut</i>	
<i>Projets des dirigeants</i>	
2. PROFIL DES SALARIÉS	
<i>Âge et localisation</i>	
<i>Types de contrats</i>	
<i>Compétences à développer</i>	
3. CONSTATS ET ENJEUX	
<hr/>	
1. PROJETS ET VECTEURS DE RECRUTEMENT	31
2. DIFFICULTÉS / FREINS AU RECRUTEMENT	
3. GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	
<i>Problématiques identifiées</i>	
<i>Organisation des postes de travail</i>	
<i>Dispositifs de management</i>	
4. CONSTATS ET ENJEUX	
<hr/>	
1. GESTION DE LA FORMATION	
2. FREINS À LA FORMATION	
3. BESOINS EN FORMATION	
4. CONSTATS ET ENJEUX	43
<hr/>	
1. PROJETS DANS LES 5 ANS À VENIR	
2. NOUVEAUX OUTILS POUR SE DÉVELOPPER	
3. CONSTATS ET ENJEUX	51
<hr/>	
CE QU'IL FAUT RETENIR	
CONCLUSION	58



# Contexte du projet

Dans la continuité de notre première étude en 2011 « L'impact du tourisme sur l'emploi en Pays Cévennes », la Maison de l'Emploi, dans le cadre de l'Observatoire Partenarial Alès Cévennes, souhaitait traiter la filière restauration relevant entre autre du tourisme dans un second volet lui étant uniquement réservé.

En effet, le premier volet de l'étude tourisme était consacré aux structures d'hébergements, institutionnels, artisans d'art et professionnels de l'agritourisme, le secteur de la restauration ayant été volontairement exclu pour être traité dans un second temps.

A l'issue de la présentation des résultats et suite aux préconisations suggérées dans



le premier volet de l'étude tourisme 2011, plusieurs mesures ont été prises par nos partenaires. Pour pallier les problèmes et difficultés identifiés au sein des structures enquêtées, une POE (Préparation Opérationnelle à l'Emploi) collective pour le secteur tourisme par AGEFOS-PME a été mise en place, un accompagnement renforcé au recrutement par Pôle Emploi et diverses actions ont été portées par les partenaires présents au comité de pilotage Tourisme.

L'implication de nos partenaires dans le premier volet de l'étude tourisme nous confortait donc dans la poursuite du second volet de notre étude sectorielle consacrée en 2012 à la restauration.

# Objectifs de l'étude

- Classer et géolocaliser les structures de la restauration, ressortissantes des Chambres Consulaires du territoire, selon leurs offres de service (6 codes NAF retenus)
- Etablir un diagnostic de l'emploi et des profils de salariés du secteur de la restauration (âge, sexe, niveau de qualification et de formation...)
- Evaluer le nombre d'emploi dans ce secteur et mesurer si possible l'impact de la saisonnalité
- Connaître les pratiques de recrutement et en identifier les freins
- Repérer et lister si possible les compétences nécessaires et attendues pour chaque profil métier afin de faciliter le recrutement
- Connaître les pratiques et identifier les besoins en formation
- Connaître les perspectives de développement de ces structures et les moyens déjà mis en place pour développer leurs activités

## Méthodologie

Pour cette étude, la MdE a choisi de travailler en autonomie sur la réalisation des entretiens (administration des questionnaires) à la rédaction et au maquettage du rapport final afin de minimiser les coûts liés à la sous-traitance de prestataires.

Un prestataire externe a cependant été sollicité pour la conception d'un outil de saisie des questionnaires remplis permettant de faire en interne le dépouillement/tris à plats/tris croisés (cet outil est similaire à l'outil traditionnellement utilisé par les professionnels -SPHINX- mais en version simplifiée et adaptée à nos besoins). Pour valider la méthodologie et les ori-

tations de ce rapport, la MdE a constitué et réuni un groupe de travail, composé d'acteurs du développement économique et de partenaires du territoire.

### Groupe de travail

- DIRECCTE (UT 30)
- Pôle Emploi
- INSEE LR
- CCI Alès Cévennes
- Agence de développement Alès Myriapolis
- NICAYA (Cabinet Conseil)
- AGEFOS PME
- OPCALIA

### *Etapes-clés pour la réalisation de l'étude*

- Validation des objectifs et de la démarche auprès des partenaires
- Récupération des fichiers des chambres consulaires
- Rédaction d'un nouveau questionnaire (réflexion avec les partenaires sur ce qu'ils souhaitent obtenir à l'issue de l'étude)
- Choix d'un prestataire pour l'enquête (plusieurs possibilités étaient à l'étude : recrutement d'un stagiaire en interne, sous-traitance d'un cabinet, mission auprès d'élèves universitaires, internalisation de l'étude)

et d'un mode de fonctionnement (transmission du questionnaire par mail, par téléphone, entretiens...)

- Rédaction et envoi d'un courrier d'information auprès d'un panel de structures de la restauration sur le Pays Cévennes
- Réalisation de l'enquête, saisie des questionnaires, récupération et traitement des résultats statistiques
- Rédaction du rapport d'étude : analyse, présentation des résultats et des préconisations aux partenaires

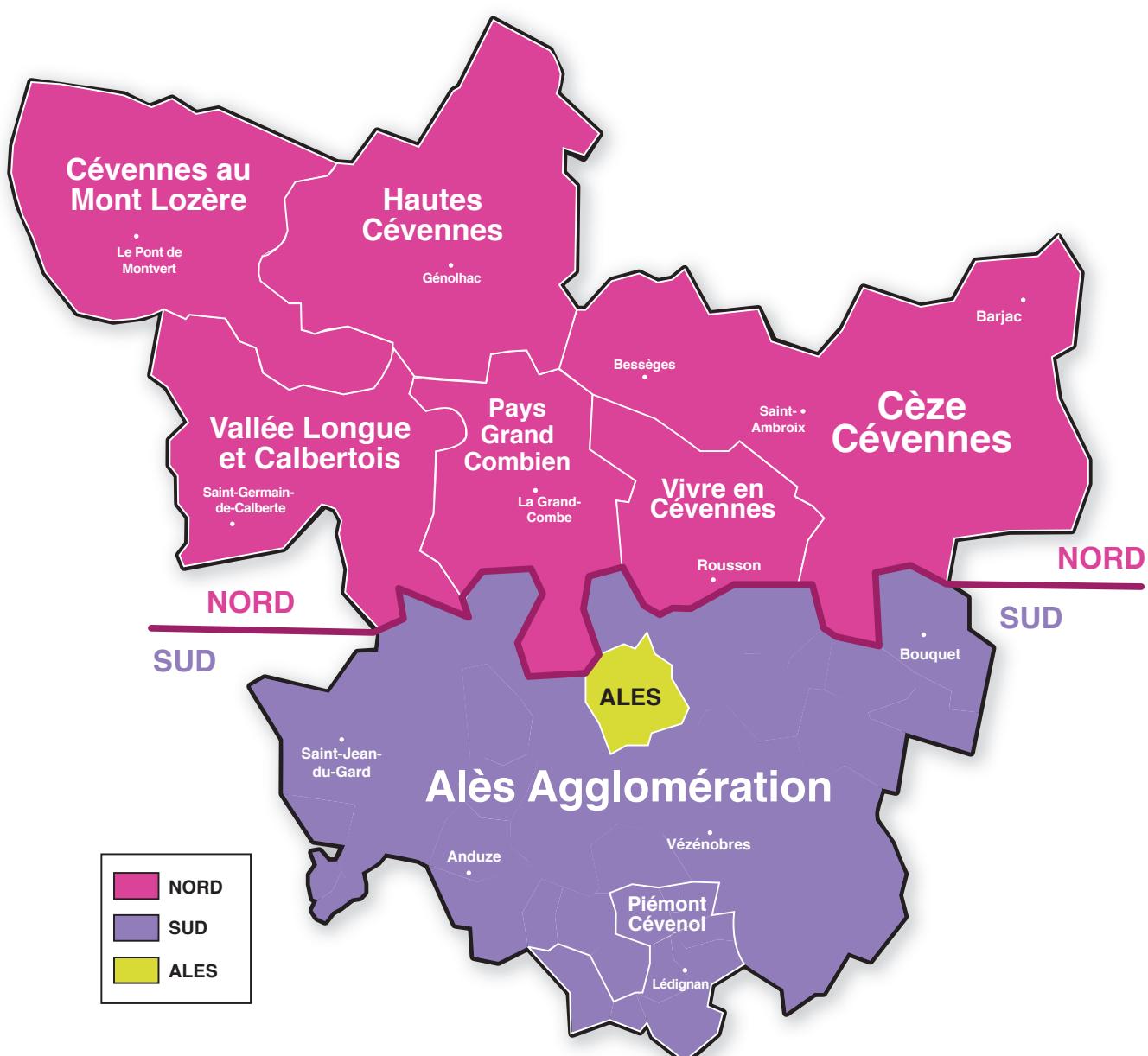
## Population-mère et échantillonnage

L'échantillon représentatif a été défini sur la base d'une combinaison de méthode empirique et probabiliste, cette combinaison de méthode étant la plus fréquemment utilisée par les cabinets d'enquête.

Afin d'apporter le plus de précisions possible, l'échantillon a été défini selon 2 critères :

### Stratification géographique du Pays Cévennes

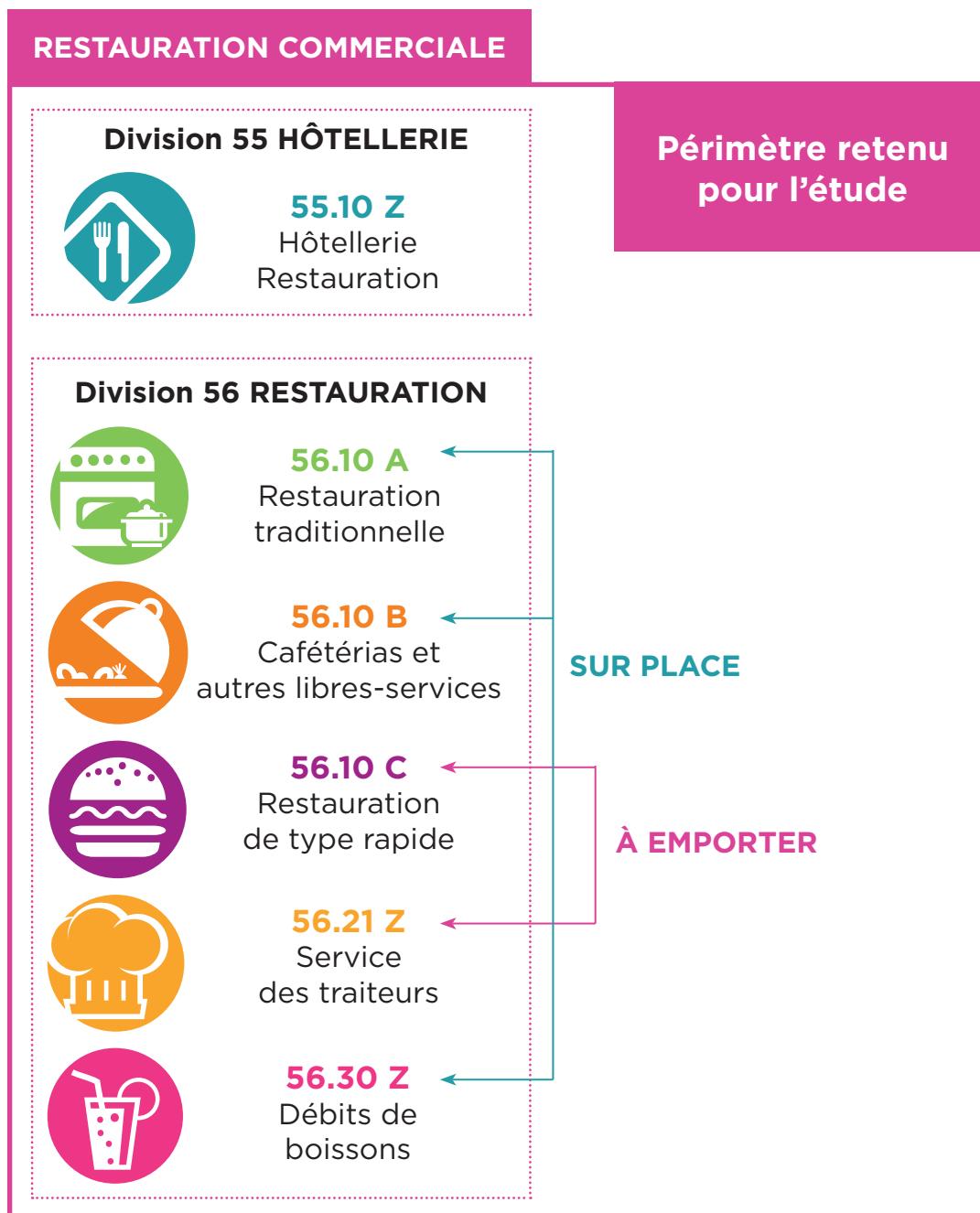
Division en 3 territoires comportant un nombre de structures équivalent du secteur de la restauration, tous sous-secteurs confondus (environ 250), avec méthode de quotas :  
NORD/SUD/ALES



# INTRODUCTION

## Analyse sectorielle détaillée selon 6 sous-secteurs

6 codes NAF inhérents aux activités génériques « RESTAURATION » et « HOTELLERIE ».



Source : INSEE (Sélection des activités par code NAF : Nomenclature 2008 ; NAF rév.2 - CPF rév.2)

## Réalisation de l'échantillonnage

Après croisement du fichier « entreprises » fourni par la CCI Alès Cévennes et de la base « SIRENE » INSEE juillet 2012, **758 structures ont été recensées sur le Pays Cévennes.**

De cette population mère, **nous avons retenu 171 structures dans un échantillon de base** (soit 22,5% de la population mère) **et avons finalement réalisé 82 questionnaires** (en face à face ou par téléphone) soit **10,8% de la population mère.**

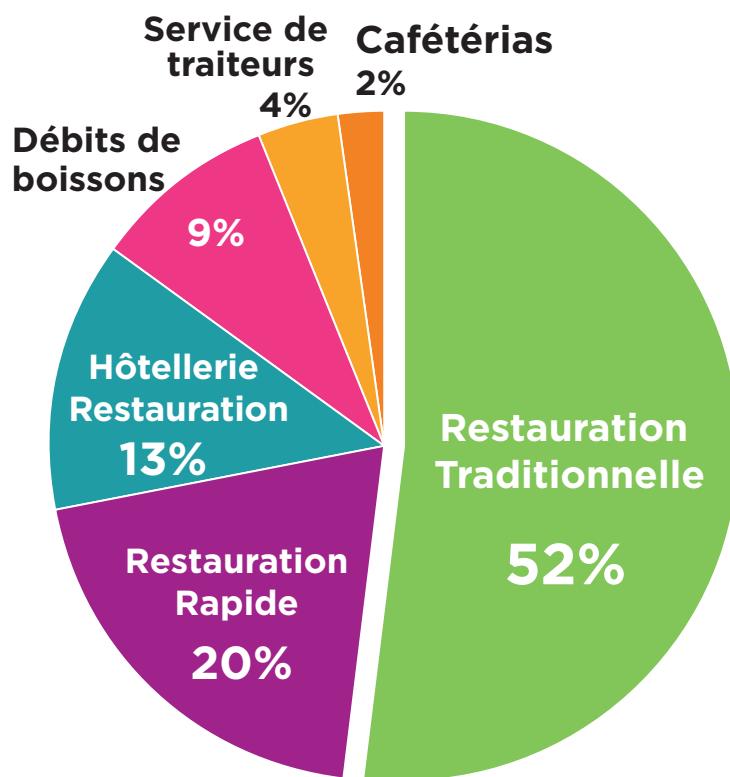
L'échantillon devant représenter à minima 5% de la population-mère afin qu'il soit représentatif, le nombre d'enquêtes est suffisant et fiable pour avancer les tendances observées.

### Nombre de structures enquêtées (tris croisés : géographique et sectoriel)

							Echantillon	% sur la pop. mère	Pop. mère						
			<b>56.30 Z</b> Débits de boissons		<b>56.21 Z</b> Service des traiteurs		<b>56.10 C</b> Restauration de type rapide		<b>56.10 B</b> Cafétérias et libres-services		<b>56.10 A</b> Restauration traditionnelle		<b>55.10 Z</b> Hôtellerie Restauration		
SUD	0			2		5		7	28	10,8%	244				
NORD	3			1		6		3	23	9,4%	254				
ALÈS	4			0		5		1	31	12,2%	260				
Echantillon	7			3		16		11	<b>82</b>	10,8%	758				
% sur la pop. mère	5,1%			12,5%		7,2%		19,3%		-	-				
Pop. mère	138			24		223		57		-	<b>758</b>				

# INTRODUCTION

## Représentativité des 6 sous-secteurs (= code NAF) dans l'échantillon





## PARTIE 1 : LA FILIERE RESTAURATION

---

# 1 • LA FILIERE RESTAURATION

### Dans cette partie

---

<b>1. DONNÉES DE CADRAGE</b>	<b>14</b>
<i>Au niveau national</i>	14
<i>Au niveau local</i>	14
<b>2. STRUCTURATION DE LA FILIÈRE, RÉSEAUX ET ACTIVITÉS</b>	<b>15</b>
<i>Réseaux et labels</i>	15
<i>Organisation de l'activité</i>	16
<i>Tourisme et Saisonnalité</i>	17
<b>3. CONSTATS ET ENJEUX</b>	<b>19</b>

# 1. Données de cadrage

## *Au niveau national (en France)*

### Quelques chiffres

- **50 Milliards d'€ de CA**
- **5<sup>e</sup> secteur pourvoyeur d'emplois : 600 000 emplois**
- **3,6% de l'emploi salarié total**
- **230 000 entreprises référencées**
- **Croissance de l'emploi global en France de 1993 à 2003 : +21%**
- **Croissance de l'emploi dans la restauration en France de 1993 à 2003 : +78%**

INSEE 2010

Selon une étude, réalisée par EUROGROUP Consulting en 2009 à l'échelle nationale, la filière de la restauration représente un poids économique très important en France (Cf. Quelques chiffres).

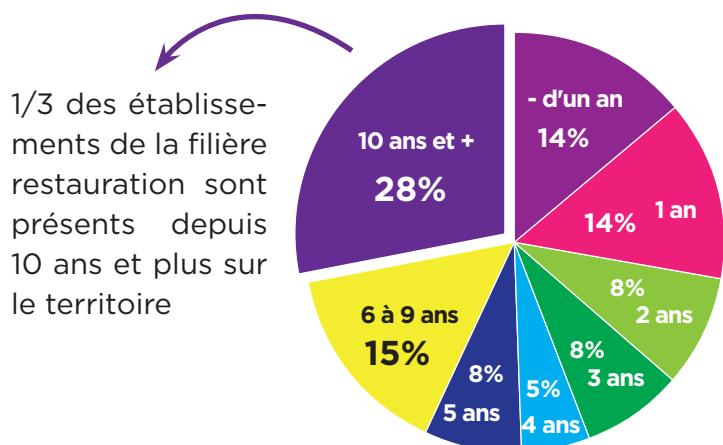
Cette filière impacte également indirectement d'autres secteurs comme le tourisme (classement en nov. 2010 du «repas gastronomique des Français» au patrimoine immatériel de l'humanité par l'UNESCO), l'agriculture, la viticulture, la pêche, l'industrie agroalimentaire...

Dans le domaine social, la filière de la restauration joue un rôle majeur d'intégrateur social, surtout chez les jeunes et les personnes sans qualification et propose, en parallèle, des formations qualifiantes.

## *Au niveau local (en Pays Cévennes)*

D'une manière générale, l'activité tourisme-cafés-hôtels-restaurants a généré plus de 52% d'emplois supplémentaires, 2 730 emplois en 2012 (sur une base de 1 107 ets, hébergement compris) soit + 1 000 emplois depuis 2008 sur le Pays Cévennes (contre +14% tous secteurs d'activités confondus).

### Ancienneté des établissements de la restauration sur le Pays Cévennes (INSEE 2010)



### Quelques chiffres

- **758 structures dont 41,3% dans la restauration traditionnelle (56.10A)**
- **9% du total des entreprises**
- **5,5% des créations d'activités**

INSEE 2011

En moyenne, tous sous-secteurs confondus, les établissements ont une capacité de **77 couverts** soit, par projection, un potentiel de **60 000 couverts** sur le Pays Cévennes.

# PARTIE 1 : LA FILIERE RESTAURATION

## 2. Structuration de la filière, réseaux et activités

### Réseaux et labels

**94% d'établissements sont indépendants et 6% sont franchisés** (au niveau national en 2009, les établissements indépendants représentent 73% du total des établissements du secteur). Ce sont ces établissements indépendants qui assurent le maillage territorial, en particulier sur le Nord du Pays Cévennes, considéré comme rural, qui n'intéresse pas les franchises, les zones de chalandises étant peu attractives (car inférieures à 30 000 habitants).

**40% des établissements franchisés sont des établissements de restauration rapide** (56.10 C) très créateurs d'emploi et qui concurrencent fortement les petits établissements indépendants, ces derniers constituant l'essentiel du tissu de la filière sur le Pays Cévennes.

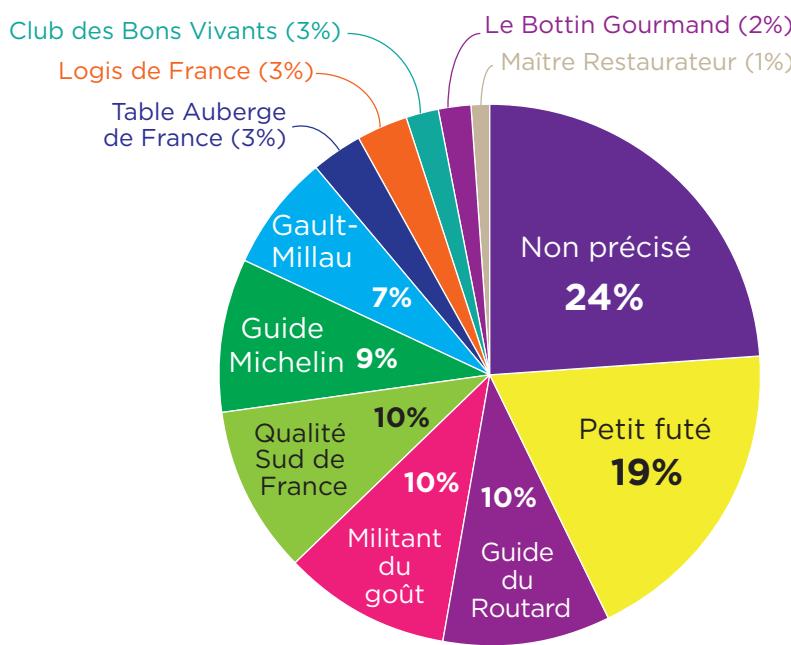
**70% des structures sont immatriculées à la CCI, 23% à la CMA et 7% possèdent la double immatriculation CCI/CMA.**

**1/3 (28%) des établissements sont labellisés**, ce taux est relativement faible au regard du fort atout que représente la labellisation pour de petites structures comme celles présentes sur le Pays Cévennes.

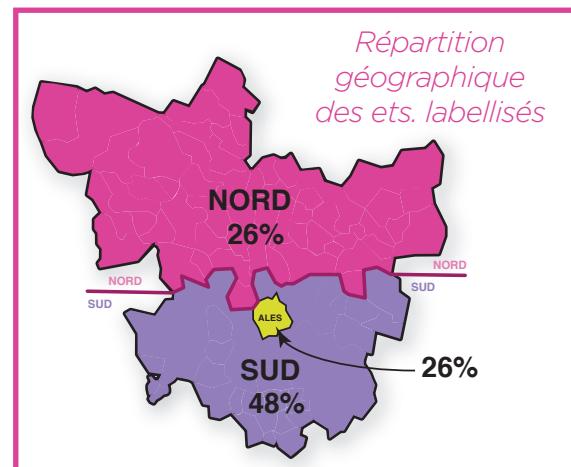
Elle permet entre autre de :

- gagner en crédibilité et en confiance auprès des consommateurs,
- évoluer vers de nouvelles pratiques,
- rassurer la clientèle par rapport aux normes de sécurité et d'hygiène.

#### Les labels les plus répandus dans le secteur de la restauration sur notre territoire

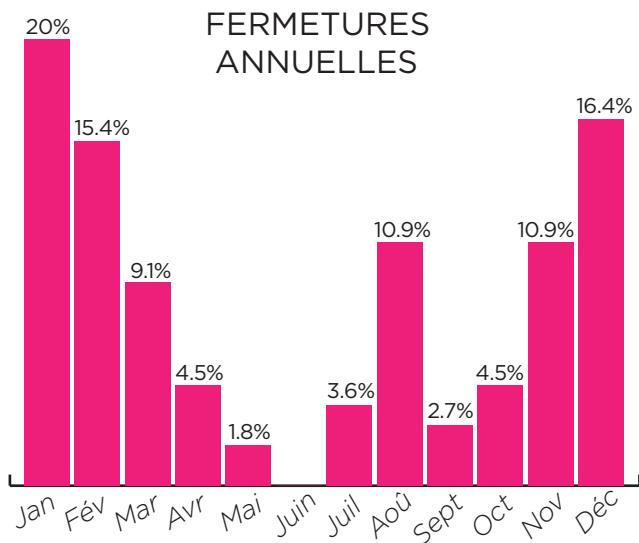


Répartition géographique des ets. labellisés



Le Sud bénéficie d'une proximité avec de grands pôles (Nîmes/Montpellier) et d'un autre type de clientèle, les structures de ce territoire sont plus largement labellisées que le Nord qui reste un territoire rural, en partie isolé, proposant d'autres types de service, tournés davantage vers l'agritourisme par exemple.

## Organisation de l'activité



Sur Alès, 75% des établissements enquêtés déclarent fermer au mois d'août, **41% de ces mêmes établissements déclarent, d'ailleurs, avoir une activité peu liée au tourisme.**

Alors que pour les territoires Nord et Sud, ils déclarent pour respectivement 64% et 50%

En détail :

	ALES	NORD	SUD
Janvier	23%	27%	50%
Février	0%	35%	65%
Mars	0%	30%	70%
Avril	0%	40%	60%
Mai	50%	0%	50%
Juin	0%	0%	0%
Juillet	50%	50%	0%
Août	<b>75%</b>	25%	0%
Septembre	67%	33%	0%
Octobre	0%	60%	40%
Novembre	0%	33%	67%
Décembre	6%	33%	61%

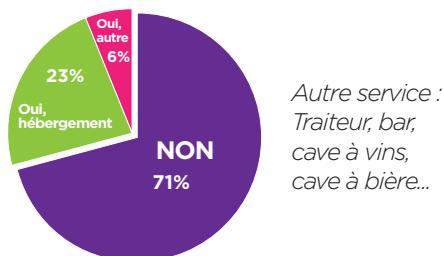
d'entre eux avoir une activité fortement liée au tourisme. C'est donc **les structures du Nord du Pays Cévennes qui ressentent le plus fortement un impact touristique.** Ces structures ferment généralement les mois de décembre, janvier et février.

## FERMETURES HEBDOMADAIRE

Les structures ferment majoritairement le dimanche et le lundi (tous sous-secteurs confondus).

## PLURIACTIVITÉ DES STRUCTURES

1/3 des établissements enquêtés déclarent proposer d'autres services dont 23% des services d'hébergement.



En détail :

	ALES	NORD	SUD
Oui, hébergement	6%	<b>53%</b>	31%
Non	<b>88%</b>	32%	62%
Autre	0%	16%	8%
Pas de réponse	6%	0%	0%

En zone rurale touristique, au Nord :

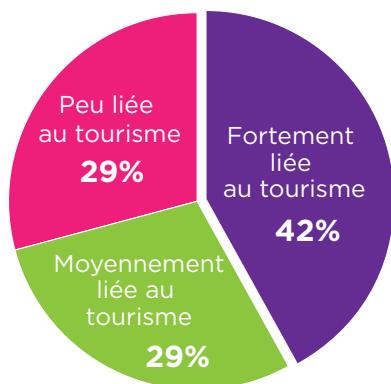
- développement d'une offre d'hôtellerie en parallèle/complément de la restauration.

Sur ce type de territoire, les petites structures de restauration indépendantes participent largement au développement du tourisme vert. Multi-activités, hors saison, elles concourent également au lien social dans les communes isolées, proposant également des solutions au manque de mobilité (offre de service variée : Point Poste, épicerie, boulangerie...) et dynamisant l'économie.

# PARTIE 1 : LA FILIERE RESTAURATION

## Tourisme et saisonnalité

### LE TOURISME : IMPACT ET COMMUNICATION



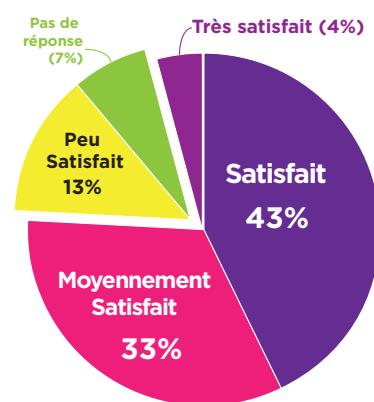
Par territoire :

**ALÈS** : 41% estiment que leur activité est peu liée et 19% fortement liée au tourisme.

**NORD** : 18% estiment que leur activité est peu liée et 64% fortement liée au tourisme.

**SUD** : 25% estiment que leur activité est peu liée et 50% fortement liée au tourisme.

La communication accordée au tourisme est d'ailleurs jugée satisfaisante, voire très satisfaisante pour près de la moitié des structures interrogées. L'effort concédé à la promotion du territoire par les acteurs du développement en Pays Cévennes porte ses fruits, il est à poursuivre notamment sur le Nord du territoire, le plus fortement impacté par le tourisme.



### LA SAISONNALITÉ DANS L'ACTIVITÉ DE LA FILIÈRE

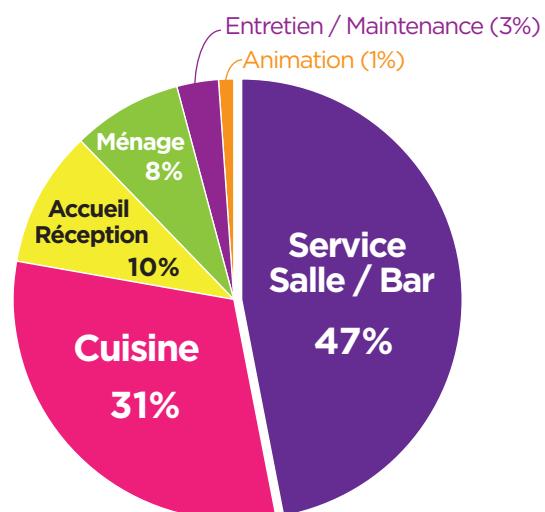
57% des dirigeants considèrent que la fidélisation des salariés n'est pas importante.

15% des dirigeants souhaitent recevoir un soutien et participer à une information relative à l'emploi saisonnier.

#### Projets de recrutements saisonniers

Sur 82 structures enquêtées, 126 postes saisonniers sont proposés dans le secteur de la restauration pour la saison estivale 2013 sur le Pays Cévennes (37% sur le Sud et le Nord et 26% sur Alès et cela dans les sous-secteurs de la restauration traditionnelle et la restauration rapide majoritairement)

#### Profils de postes saisonniers recherchés





# PARTIE 1 : LA FILIERE RESTAURATION

## CONSTATS

1/3 des établissements sont présents depuis 10 ans et plus sur le territoire

94% des établissements sont indépendants  
28% des établissements sont labellisés

Les structures du Nord du Pays Cévennes ressentent plus fortement l'impact du tourisme

Les structures du Nord proposent pour 53% d'entre elles un service d'hébergement et pour 16% d'autres services

15% des dirigeants souhaitent avoir plus d'information au sujet de l'emploi saisonnier

## ENJEUX

Pérenniser les nouvelles entreprises du secteur afin de développer un éventail varié d'offres de service sur le territoire

L'appartenance à un réseau permet de structurer une filière et la rendre plus compétitive face à la concurrence.  
La labellisation est un gage de qualité pour la clientèle.

Valoriser les activités touristiques existantes et proposer de nouveaux concepts pour attirer les touristes sur la ville d'Alès

Encourager l'économie rurale et les services de proximité pour développer le Nord du Pays Cévennes

Promouvoir l'emploi de jeunes étudiants par le biais d'emplois saisonniers

## PISTES D'ACTION

- Assurer/renforcer l'accompagnement au développement des structures implantées depuis moins de 2 ans (communication/marketing/nouvelles technologies de commercialisation...)

- Mettre en avant l'importance du réseau et des labels
- Encourager les indépendants à se structurer autour de clubs de restaurateurs ou se rapprocher des fédérations (par exemple, pour mutualiser les commandes de produits...)
- Développer un label local
- Encourager l'adhésion aux labels locaux / régionaux (identité forte > + crédibilité)

- Poursuivre la promotion du territoire et le développement de l'attractivité touristique de la Ville d'Alès (notamment à travers la promotion de la culture et des activités estivales)

- Proposer un accompagnement à l'évolution vers la diversification des offres proposées aux structures du Nord (aide au financement, information relative à l'évolution des normes...)

- Identifier les dirigeants qui souhaitent avoir de l'information et organiser une réunion avant la fin de l'année 2013



## PARTIE 2 : PROFIL DU DIRIGEANT ET DES SALARIES

---

# 2 • PROFIL DU DIRIGEANT ET DES SALARIES

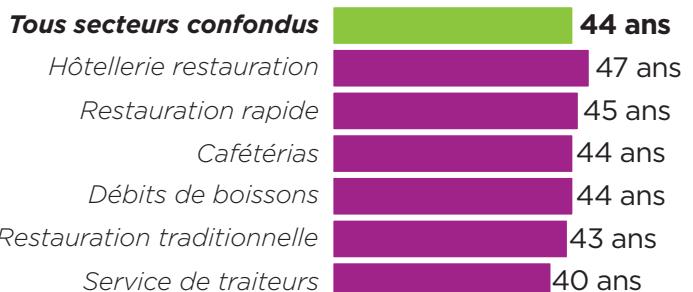
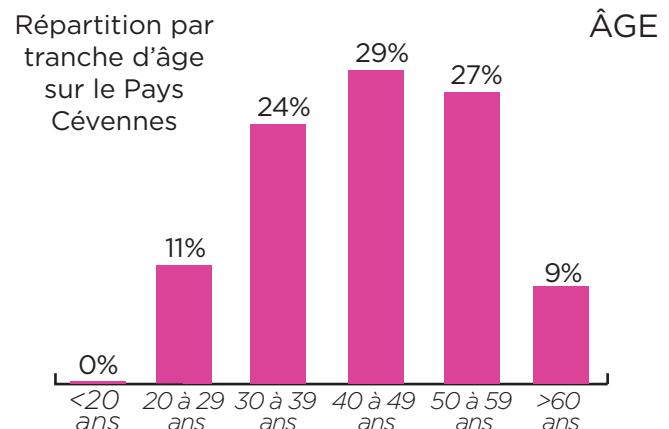
Dans cette partie

---

<b>1. PROFIL DU DIRIGEANT</b>	<b>22</b>
<i>Âge et statut</i>	22
<i>Projets des dirigeants</i>	23
<hr/>	
<b>2. PROFIL DES SALARIES</b>	<b>24</b>
<i>Âge et localisation</i>	25
<i>Type de contrats</i>	26
<i>Compétences à développer</i>	27
<hr/>	
<b>3. CONSTATS ET ENJEUX</b>	<b>29</b>

# 1. Profil du dirigeant

## Âge et statut

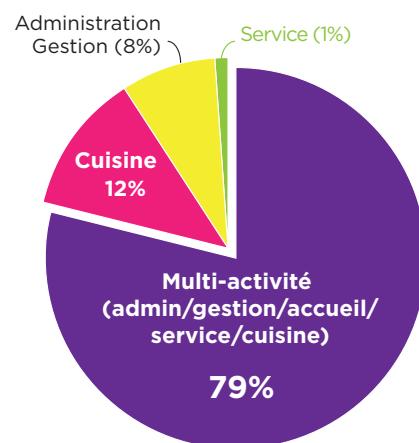
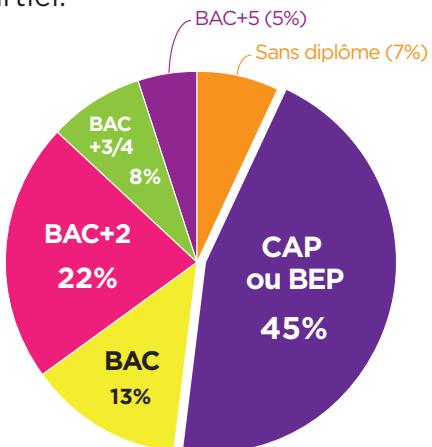


## QUALIFICATION, EXPÉRIENCE, ACTIVITÉ EXERCÉE

**40% des dirigeants sont qualifiés dans des métiers liés à la restauration** / cuisine / hôtellerie. En moyenne, les dirigeants travaillent depuis **16 ans dans le secteur de la restauration**.

**61% des dirigeants ont plus de 10 ans d'expérience** dans ce secteur contre 13% ayant moins de 2 ans d'expérience.

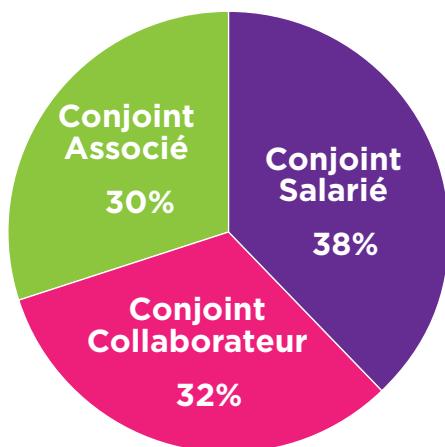
**73% des dirigeants ne sont pas salariés de leur structure**, 20% le sont à temps plein, 7% à temps partiel.



## PARTIE 2 : PROFIL DU DIRIGEANT ET DES SALARIES

### RÔLE DU CONJOINT DANS L'ACTIVITÉ

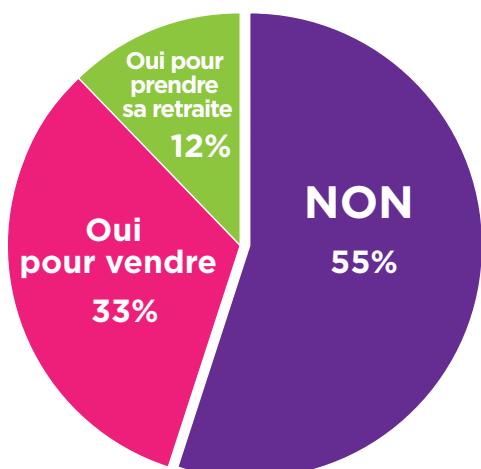
Dans 53% des cas, le conjoint participe à l'activité :



68% des conjoints participant à l'activité exercent plusieurs activités dans la structure (administration / gestion / cuisine / accueil / bar...)

### Projets des dirigeants

45% des dirigeants souhaitent cesser leur activité d'ici 5 ans.



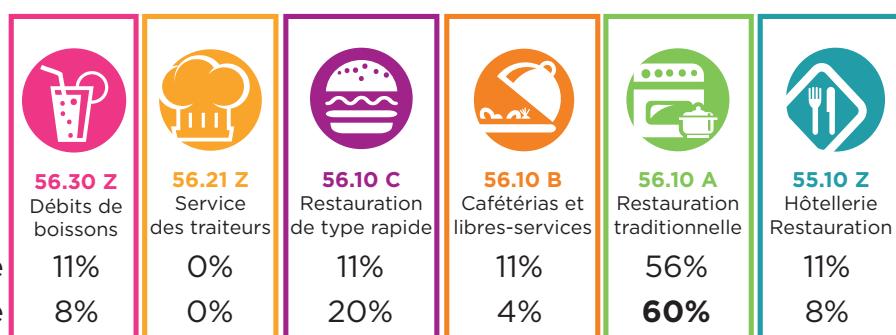
#### DÉTAIL PAR TERRITOIRE

	ALES	NORD	SUD
Oui pour vendre	32%	<b>40%</b>	28%
Oui pour prendre sa retraite	<b>56%</b>	0%	44%

Dans le Nord, les projets de cession d'activités sont moins importants que dans le Sud et sur Alès.

**56%** des dirigeants de structures sur Alès vont bientôt prendre leur retraite.

Prendre sa retraite  
Vendre



## 2. Profil des salariés

Par projection sur l'ensemble des structures de la restauration du territoire Pays Cévennes, **le nombre d'emplois salariés est estimé à environ 1 500 dont 24% sont des salariés saisonniers** (l'estimation se base sur une moyenne de 2 salariés par structure).

Cependant, le poids de ces derniers n'est pas proportionnel : chaque territoire comporte un nombre quasiment égal de structures mais les salariés ne se répartissent pas de manière égale :

**56% de ces salariés travaillent à Alès, 27% dans le Sud et 17% dans le Nord.**

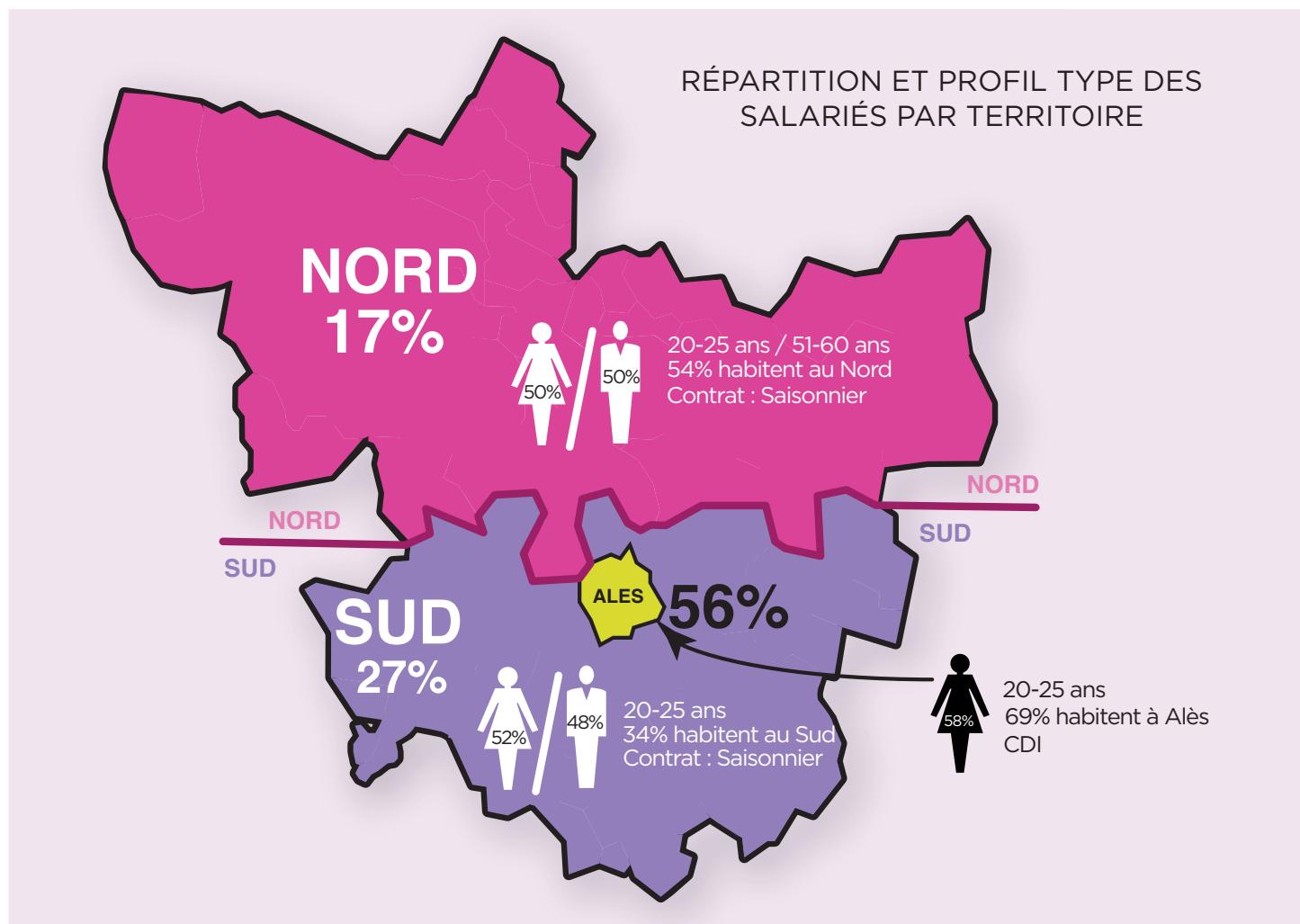
A noter : Le premier volet de l'étude concernant le tourisme (hébergements, activités tou-

ristiques) révélait 60% de salariés saisonniers. **La filière de la restauration est donc largement moins impactée par la saisonnalité sur notre territoire que l'hébergement par exemple.**

Au niveau du Pays Cévennes :  
**60% de femmes et 40% d'hommes**

Autres informations :  
Sur toutes les structures enquêtées, **seulement 3 embauchent un travailleur handicapé.**

Dans le cas où la structure propose plusieurs services, **19% de ses salariés sont polyvalents** (dans les activités liées à la restauration et à l'hébergement).

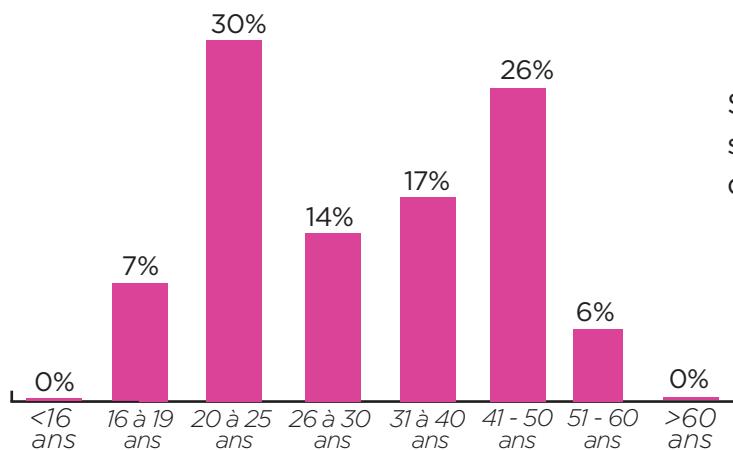


## PARTIE 2 : PROFIL DU DIRIGEANT ET DES SALARIES

### Âge et localisation

#### ÂGE

Répartition des salariés du Pays Cévennes par tranches d'âge



Seulement 3% des salariés de la restauration sur le territoire atteindront l'âge de la retraite dans les 5 prochaines années.

#### LIEU D'HABITATION / LIEU DE TRAVAIL

Au niveau du Pays Cévennes

56% des salariés habitent dans la commune où ils travaillent

44% des salariés habitent une autre commune du département où ils travaillent

#### DÉTAIL PAR TERRITOIRE

	Alès	Nord	Sud
Dans la commune	<b>69%</b>	54%	34%
Autre commune du département	31%	46%	<b>64%</b>
Autre commune de la LR	0%	0%	1%

**69% des salariés de la filière restauration travaillant à Alès y habitent également**

Ceci s'explique par le profil des salariés de la filière et ses conditions de travail :

- les salariés sont jeunes, célibataires ou en ménage/sans enfant et préfèrent habiter la ville centre (meilleure attractivité : loisirs, culture...)
- ils ont un besoin de proximité plus important avec leur lieu de travail à cause de l'irrégularité de leurs horaires

## Types de contrats

Au niveau du Pays Cévennes, de manière générale, **57% des salariés de la filière sont en CDI**.

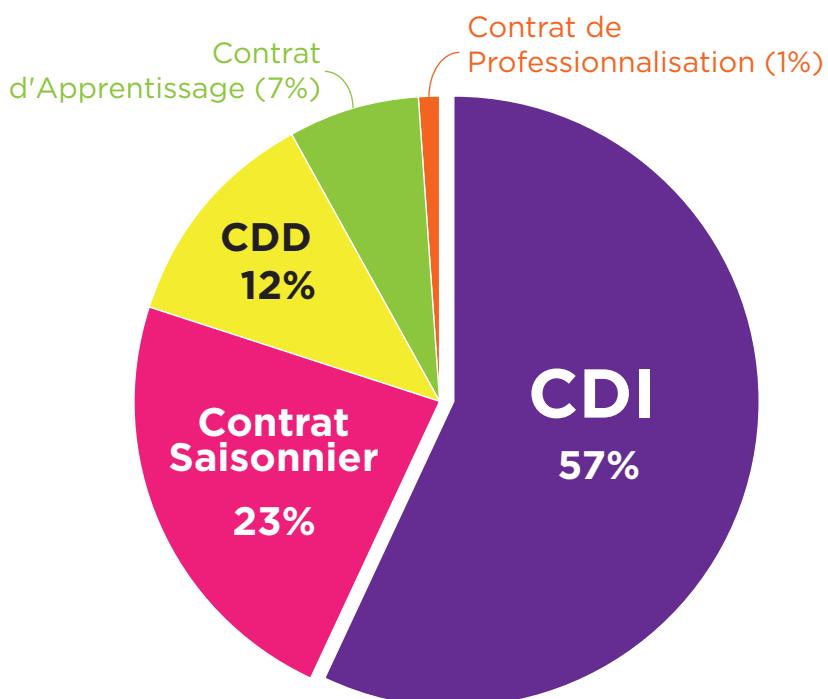
D'importantes disparités sont à relever entre les 3 territoires sur lesquels porte notre étude.

De même que les territoires Sud et Nord ressentent plus fortement l'impact du tourisme et de la saisonnalité sur leurs activités, les salariés, eux aussi, sont impactés par ces critères : **la majorité des salariés du Sud et du Nord sont en contrat saisonnier**.

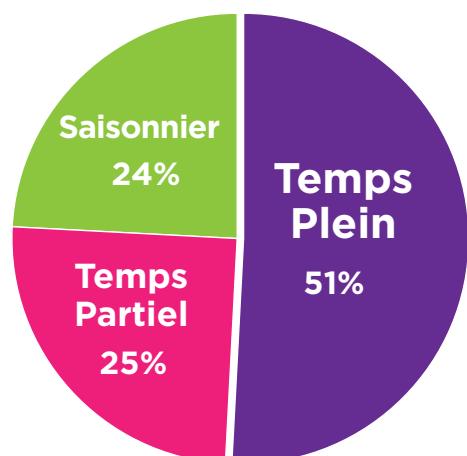
Le Nord est un territoire qui nécessite un aménagement du temps de travail pour les salariés travaillant dans la filière restauration : les contrats sont saisonniers, souvent à temps partiel.

Diverses solutions existent dont, entre autre :

- **Les groupements d'employeurs** afin de mutualiser les besoins.
- **La diversification de l'offre de services** (les structures proposant d'autres types de service peuvent ainsi rester ouvertes à l'année et encourager la polyvalence de leurs salariés pour pérenniser leur poste).



se répartissant ainsi (pour la durée)



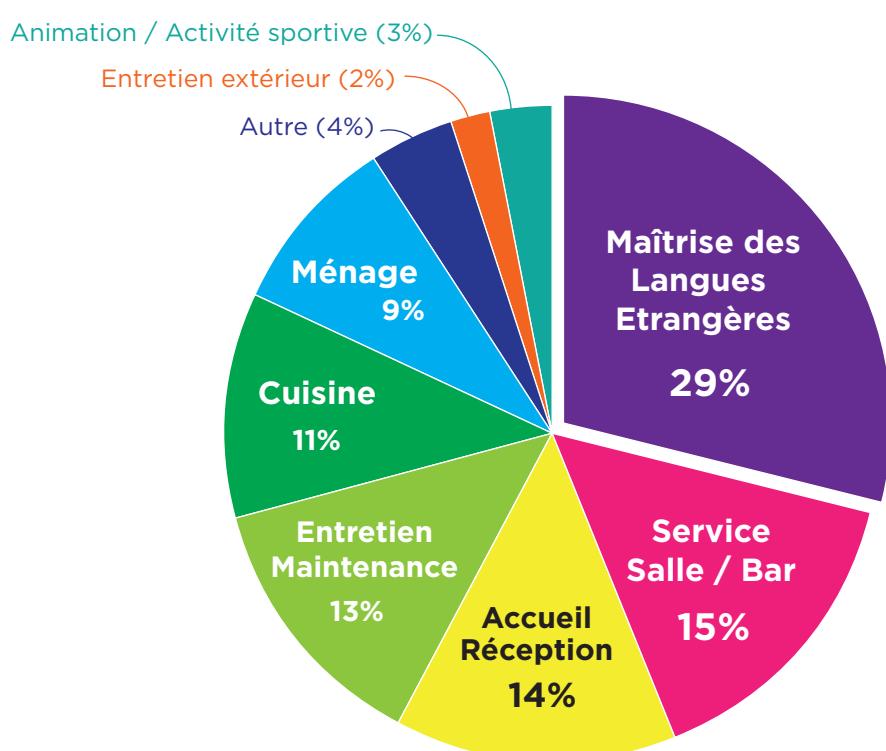
## PARTIE 2 : PROFIL DU DIRIGEANT ET DES SALARIES

### DÉTAIL PAR TERRITOIRE

	ALES	NORD	SUD
Contrat à Durée Déterminée (CDD)	50%	19%	31%
Contrat à Durée Indéterminée (CDI)	<b>79%</b>	5%	16%
Contrat Initiative Emploi (CIE)	100%	0%	0%
Contrat d'apprentissage	52%	11%	37%
Contrat de professionnalisation	67%	0%	33%
Contrat d'intérim	0%	0%	0%
Contrat d'extra	0%	<b>100%</b>	0%
Contrat Saisonnier	2%	<b>56%</b>	<b>42%</b>

### Compétences à développer

Parmi les dirigeants ayant constaté un manque de compétences chez leurs salariés : 29% déclarent que ce manque de compétences s'applique en matière de langues étrangères alors que lors du recrutement ces mêmes dirigeants n'exigent pas forcément de compétences en langues étrangères.





## PARTIE 2 : PROFIL DU DIRIGEANT ET DES SALARIES

### CONSTATS

45% des dirigeants ont pour projet de cesser leur activité d'ici 5 ans (33% pour vendre / 12% pour prendre leur retraite).  
Les projets de vente concernent en majorité le Nord et les projets de retraite Alès.

### ENJEUX

Favoriser la transmission/reprise d'entreprise afin d'éviter les fermetures définitives

### PISTES D'ACTION

- Identifier les structures dans ce cas (sur la base des questionnaires) et leur proposer un accompagnement/suivi dans la vente/transmission de leur entreprise
- Poursuivre la communication (déjà menée entre autre par les consulaires) sur la reprise/transmission d'activité

Environ 1 500 salariés recensés dans le secteur de la restauration sur le Pays Cévennes (1/4 sont saisonniers)

La restauration est un secteur de « main d'œuvre » dans lequel la professionnalisation des salariés mais aussi du chef d'établissement est primordiale pour pérenniser les emplois

- Développer des formations pour les chefs d'entreprises et les salariés (2 axes majeurs : cuisine et comptabilité)  
Cf. partie 4

56% des salariés total du secteur travaillent à Alès, 27% dans le Sud et 17% dans le Nord

Développer l'emploi dans ce secteur sur le Nord et le Sud du Pays Cévennes

- Réfléchir à la mise en place d'une solution alternative type groupement d'employeurs (ou GEIQ) dans la restauration
- Favoriser et développer la diversité des compétences chez les salariés afin de compléter leur activité dans la structure (hors saison)

69% des salariés du secteur travaillant à Alès y habitent (34% sont dans ce cas pour le Sud et 54% pour le Nord)

Encourager les salariés à habiter la commune dans laquelle ils travaillent participe au renforcement de l'économie résidentielle

- Faciliter les transports communaux et développer les services de proximité dans le Nord et le Sud du territoire



# 3 • RECRUTEMENT ET PRATIQUES MANAGÉRIALES

Dans cette partie

---

<b>1. PROJETS ET VECTEURS DE RECRUTEMENT</b>	<b>32</b>
<b>2. DIFFICULTES / FREINS AU RECRUTEMENT</b>	<b>34</b>
<b>3. GESTION DES RESSOURCES HUMAINES</b>	<b>35</b>
<i>Problématiques identifiées</i>	35
<i>Organisation des postes de travail</i>	36
<i>Dispositifs de management</i>	38
<b>4. CONSTATS ET ENJEUX</b>	<b>41</b>

# 1. Projets et vecteurs de recrutement

**Dans 90% des cas, c'est le dirigeant qui s'occupe du recrutement.**

**Selon notre enquête :**

**Sur 82 structures enquêtées, 126 postes saisonniers sont proposés dans le secteur de la restauration pour la saison estivale 2013 sur le Pays Cévennes** (37% sur le Sud et le Nord et 26% sur Alès et dans les sous-secteurs de la restauration traditionnelle et la restauration rapide majoritairement).

**Selon les Besoins en Main d'œuvre (BMO)**

**pour l'année 2013 de Pôle Emploi sur la zone emploi Alès-La Grand Combe (BMO Pôle Emploi 2013) :**

**Près de 500 projets de recrutement sont prévus au cours de l'année 2013** sur notre territoire (permanents et saisonniers), ces projets couvrent le secteur de la restauration et une partie du secteur de l'hôtellerie. Ils sont donnés, ici, à titre indicatif.

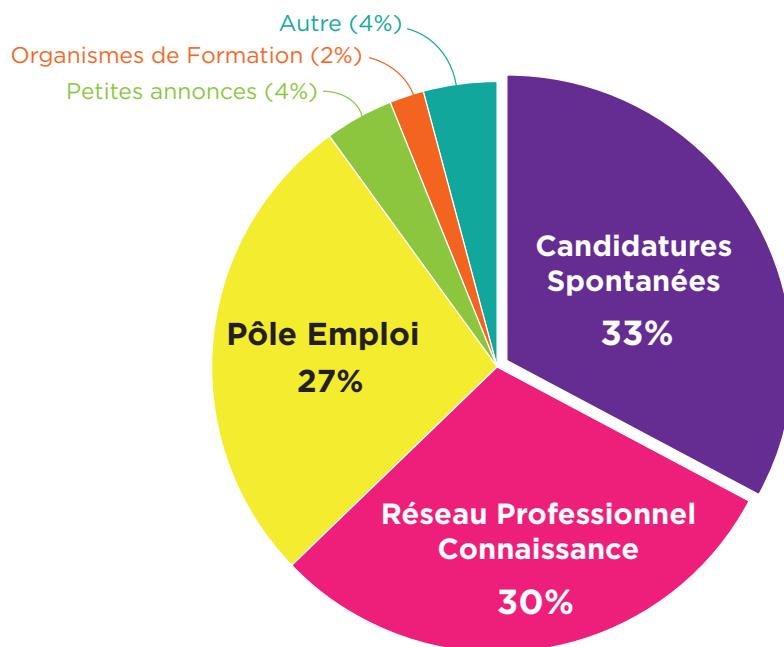
Libellé Métier	Projets de recrutement
Serveurs de cafés, de restaurants et commis	252
Cuisiniers	82
Employés de l'hôtellerie	71
Aides, apprentis, employés polyvalents de cuisine (y compris crêpes, pizzas, plonge ?)	54
Apprentis et ouvriers non qualifiés de l'alimentation (hors industries agro-alimentaires)	13
Cadres de l'hôtellerie et de la restauration (y compris établissements de restauration collective)	11
Maîtres d'hôtel, sommeliers	6
Chefs cuisiniers	5
<b>TOTAL Secteur de l'hôtellerie-restauration</b>	<b>494</b>

Source : <http://bmo.pole-emploi.org>

## PARTIE 3 : RECRUTEMENT ET PRATIQUES MANAGÉRIALES

### VECTEURS DE RECRUTEMENT

**33% des recrutements dans le secteur se font par candidatures spontanées**

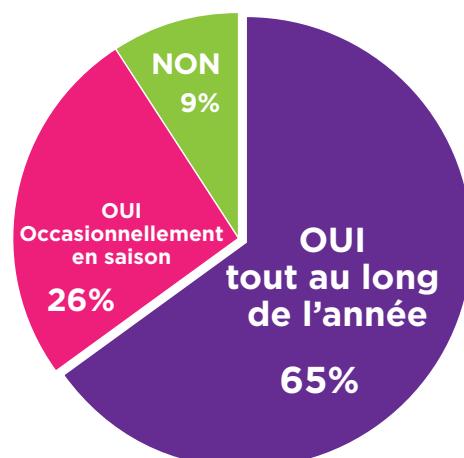


### DÉTAIL PAR TERRITOIRE

	NORD	SUD	ALES
Pôle emploi	40%	16%	28%
Petites annonces	4%	5%	4%
Candidatures spontanées	20%	35%	38%
Réseau professionnel / Connaissance	28%	35%	28%
Organisme de formation	0%	3%	2%
Autre	8%	5%	0%

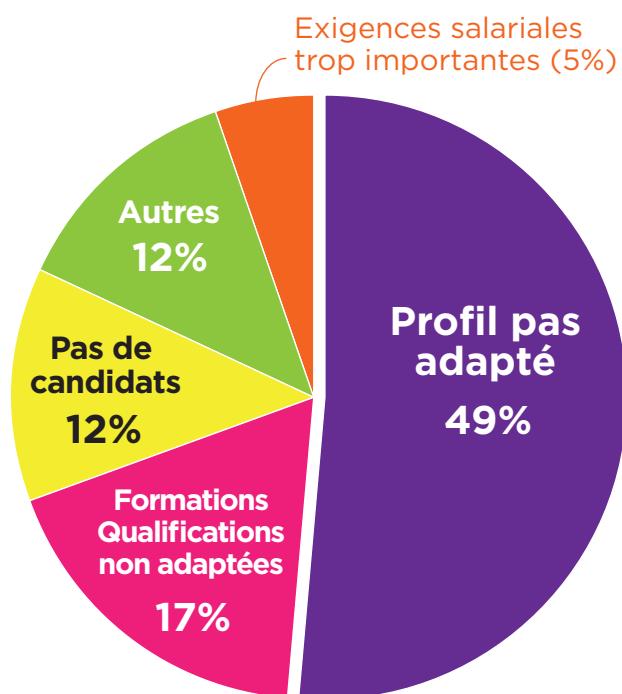
### PÉRIODICITÉ DE RECRUTEMENT

Le recrutement des salariés de la restauration n'est pas très impacté par la saisonnalité.



## 2. Difficultés / freins au recrutement

**36% des structures rencontrent des problèmes pour recruter.**  
**L'activité qui pose le plus de difficultés de recrutement est la CUISINE.**



**Autres :** Manque de motivation des candidats, problème de mobilité des candidats, lieu d'emploi trop excentré...

**Près de 10% des structures embauchent finalement leur apprenti en CDI.** Parmi les raisons évoquées pour ne pas avoir embauché leur apprenti, les deux récurrentes sont :

- les salariés souhaitent avoir une expérience ailleurs
- l'apprenti manque de sérieux

**55% des structures embauchent des stagiaires** (1-2 par an en moyenne).

Si non, les raisons principalement évoquées sont :

- manque de temps pour le dirigeant / peu de sollicitation de la part des stagiaires
- manque de sérieux des stagiaires

**Seulement 5% des structures ont recours à l'intérim** (pour des activités de service et de cuisine) **et 6% à de la sous-traitance** (pour des activités de boulangerie, maintenance et ménage principalement).

### EXIGENCES DE RECRUTEMENT

76% des dirigeants n'exigent pas la maîtrise d'une langue étrangère lors du recrutement d'un salarié tous sous-secteurs confondus alors que 29% de ces mêmes dirigeants déplorent les lacunes de leurs salariés dans les langues étrangères (Cf. p36).

Les qualités privilégiées pour le recrutement d'un salarié dans la restauration de la plus importante à la moins importante :

- 1 EXPÉRIENCE
- 2 DISPONIBILITÉ
- 3 SAVOIR-ÊTRE
- 4 QUALIFICATION
- 5 SALAIRE

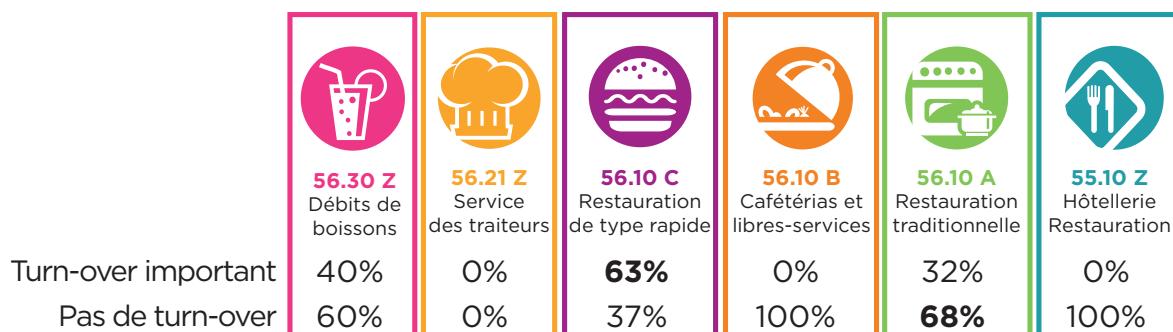
## PARTIE 3 : RECRUTEMENT ET PRATIQUES MANAGÉRIALES

### 3. Gestion des ressources humaines

#### Problématiques identifiées

##### TURN-OVER

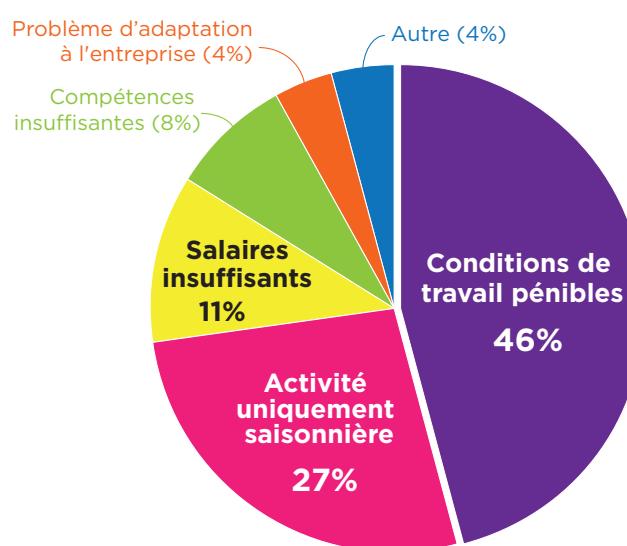
**59% des structures enquêtées connaissent des mouvements de personnel importants**  
(turn over = changement de salariés d'une année sur l'autre, salariés qui ne restent pas...).



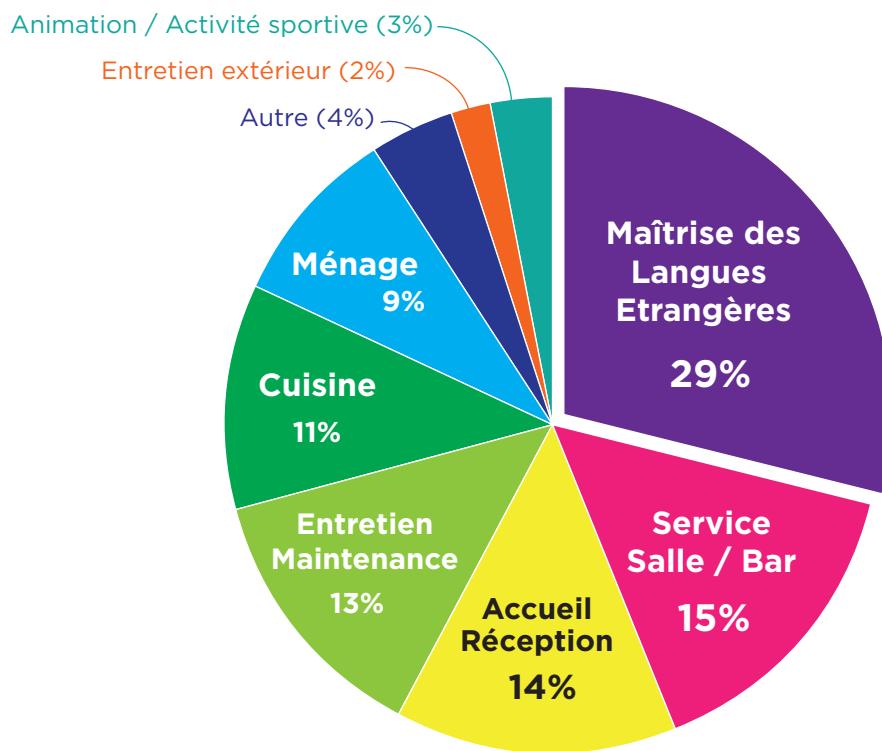
Les principaux postes concernés par le turn-over sont :

- le service (pour 14% des structures concernées)
- la cuisine (6%)

Raisons évoquées pour expliquer le turn over :



## MANQUE DE COMPÉTENCES DES SALARIÉS



D'après l'enquête, les principales difficultés rencontrées avec les salariés de la restauration sont :

- **36% des dirigeants de structures de la restauration admettent rencontrer des problèmes de démotivation** de leurs salariés permanents (et 50% pour leurs salariés saisonniers).
- **29% sont confrontés à des problèmes d'organisation du travail de leurs salariés.**

### *Organisation des postes de travail*

**Dans 88% des cas, c'est le dirigeant qui s'occupe du suivi du personnel.**

**57% des structures ont des profils de poste définis.**

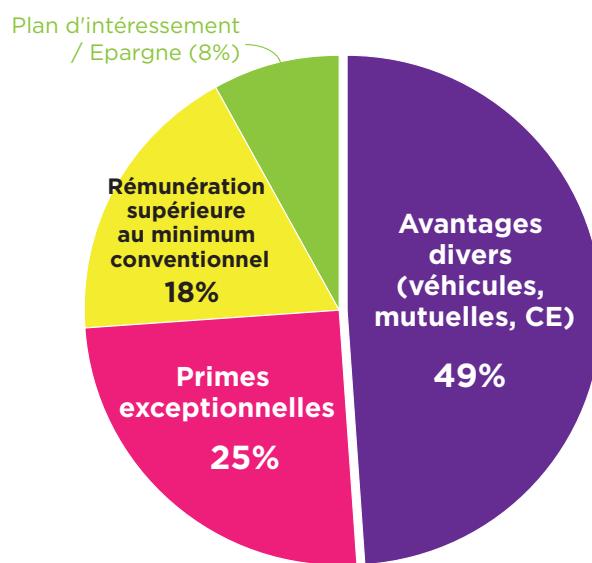
C'est dans les cafétérias et la restauration traditionnelle que les profils de poste sont les mieux définis (cafétérias = appartenance à de grands groupes - GMS - Grandes et Moyennes Surfaces... = gestion RH harmonisée).

## PARTIE 3 : RECRUTEMENT ET PRATIQUES MANAGÉRIALES

### PROFILS DE POSTE DÉFINIS ?

	56.30 Z Débits de boissons	56.21 Z Service des traiteurs	56.10 C Restauration de type rapide	56.10 B Cafétérias et libres-services	56.10 A Restauration traditionnelle	55.10 Z Hôtellerie Restauration
OUI	40%	0%	33%	100%	56%	0%
NON	60%	0%	67%	0%	44%	100%

Au delà des minima de la convention collective, la mise en place d'une politique de rémunération attractive passe par :

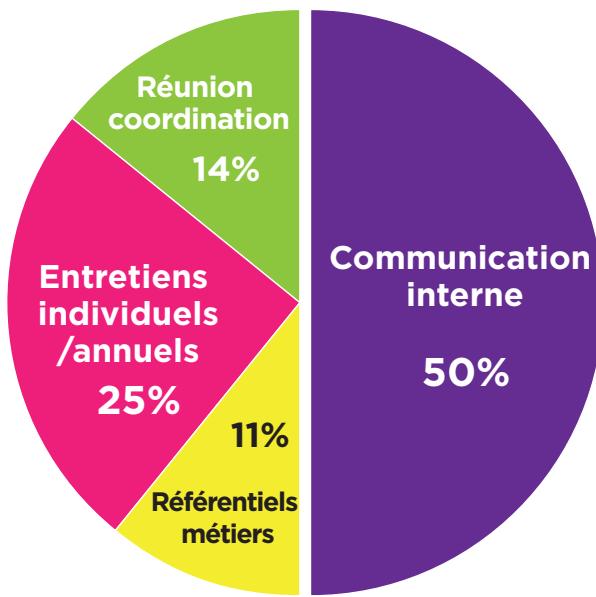


### POLITIQUE DE REMUNERATION ?

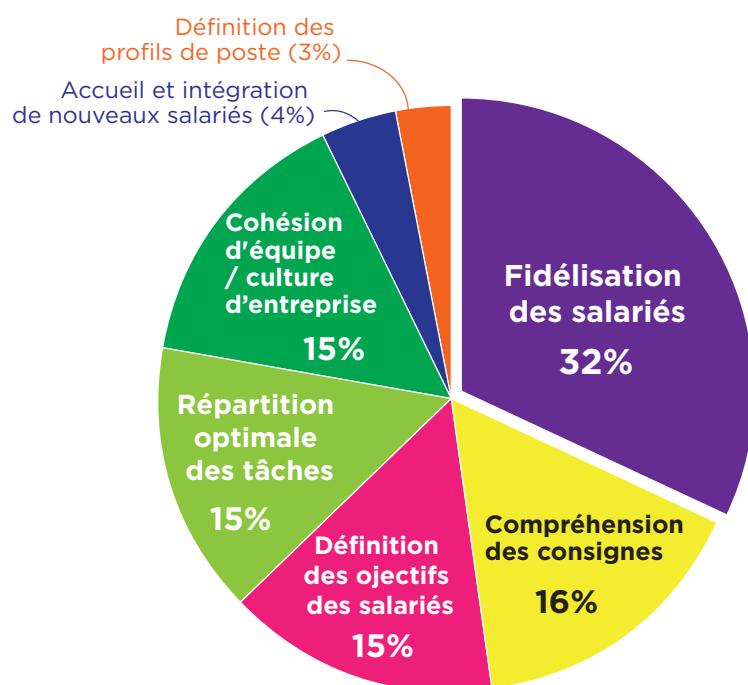
	56.30 Z Débits de boissons	56.21 Z Service des traiteurs	56.10 C Restauration de type rapide	56.10 B Cafétérias et libres-services	56.10 A Restauration traditionnelle	55.10 Z Hôtellerie Restauration
Avantages divers (véhicule, mutuelle, comité d'entreprise, logement...)	67%	0%	67%	0%	50%	40%
Plan d'intéressement / épargne	0%	0%	17%	100%	5%	7%
Primes exceptionnelles	33%	0%	17%	0%	26%	27%
Rémunération supérieure au minimum conventionnel	0%	0%	0%	0%	18%	27%

Dans le secteur de la restauration, le chef d'entreprise doit proposer une mutuelle à ses salariés. Or, ce n'est pas encore systématiquement le cas dans toutes les structures.

## Dispositifs de management



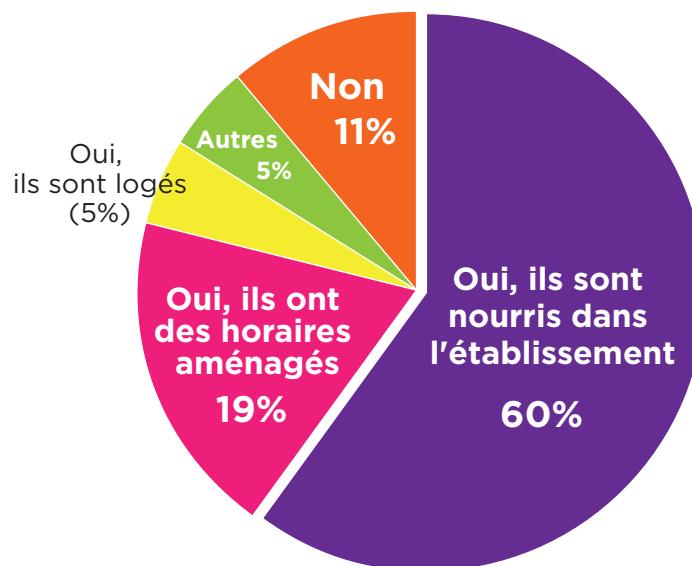
## AMÉLIORATION DU MANAGEMENT



## PARTIE 3 : RECRUTEMENT ET PRATIQUES MANAGÉRIALES

### AIDES PROPOSÉES

A la question, proposez-vous des aides à vos salariés, les dirigeants ont répondu :



« Deux règles juridiques déterminent le nombre de repas devant être accordé quotidiennement à un salarié.

La première règle est un usage en vigueur dans les hôtels, cafés, restaurants. En vertu de cet usage, un salarié a droit à :

- un repas par jour s'il travaille moins de 5 heures et jusqu'à 5 heures de travail par jour,
- deux repas s'il travaille plus de 5 heures par jour.

[...]

Une seconde règle est issue d'une circulaire administrative du 9 mars 1990 n° 15-90, qui précise que l'obligation de nourriture ne s'impose qu'à la double condition :

- que l'entreprise soit ouverte à la clientèle au moment des repas,
- et pour autant que le salarié soit présent au moment desdits repas.

Source : [www.hotellerie-restauration.fr](http://www.hotellerie-restauration.fr)

Malgré les aides proposées et l'accès à l'emploi pour les personnes (notamment jeunes) non qualifiées qu'elle permet, **la filière souffre d'un déficit d'image important qui explique les difficultés de recrutement (conditions de travail perçues comme trop pénibles, salaires insuffisants...).**

**Un effort important de professionnalisation des salariés de la filière est à fournir afin de pérenniser les postes (principalement pour les activités liés à la cuisine et au service).**



## PARTIE 3 : RECRUTEMENT ET PRATIQUES MANAGÉRIALES

### CONSTATS

500 projets de recrutement sur l'année 2013 dans la filière dont environ 1/3 se feront par le biais de candidatures spontanées, 1/3 par le réseau

36% des structures ont des difficultés pour recruter notamment en cuisine (pour 49% des cas, le profil du candidat n'est pas adapté au poste)  
L'expérience est estimée plus importante que la qualification dans ce secteur

46% des salariés estiment que les conditions de travail dans la restauration sont trop pénibles

57% des structures ont des fiches de poste

### ENJEUX

Accompagner les acteurs de la filière restauration et les demandeurs d'emploi pour créer de l'emploi et s'assurer de l'adéquation offres/demandes

Professionnaliser les demandeurs d'emploi dans les métiers liés à la cuisine pour proposer aux structures une main d'œuvre immédiatement employable et disponible à proximité

Revaloriser la filière de la restauration, promouvoir cette filière notamment auprès des jeunes au moment de leur orientation

Structurer la filière afin d'optimiser les démarches de recrutement et pérenniser les postes

### PISTES D'ACTION

- Préparer les demandeurs d'emploi du secteur à la candidature spontanée (ateliers, clubs de recherche, simulation d'entretiens d'embauche...)

- Proposer des formations dans le secteur de la restauration (cuisine)
- Organiser des informations collectives sur ce secteur qui recrute
- Poursuivre les actions en faveur du développement de l'alternance et notamment dans la filière restauration

- Développer une stratégie de promotion de la filière sur le territoire (par exemple en transposant le concept d'émissions culinaires actuelles à notre gastronomie locale avec l'appui du réseau : campus de l'apprentissage / Miam / militant du goût...)

- Accompagner les chefs d'entreprise à la mise en place de fiches de poste, de référentiels métier (réunion d'information RH...)



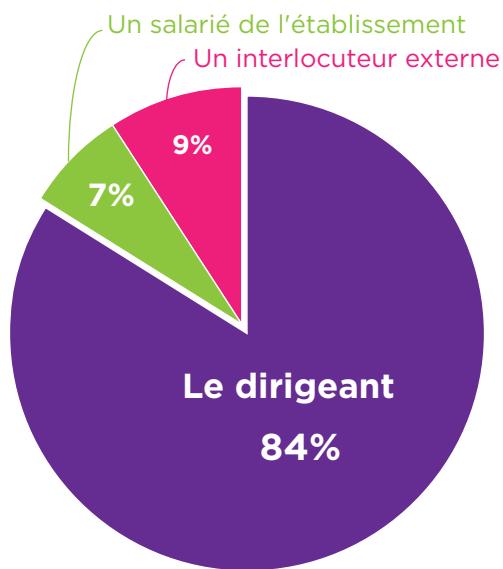
## 4 • FORMATION

Dans cette partie

---

<b>1. GESTION DE LA FORMATION</b>	<b>44</b>
<b>2. FREINS À LA FORMATION</b>	<b>46</b>
<b>3. BESOINS EN FORMATION</b>	<b>46</b>
<b>4. CONSTATS ET ENJEUX</b>	<b>49</b>

# 1. Gestion de la formation

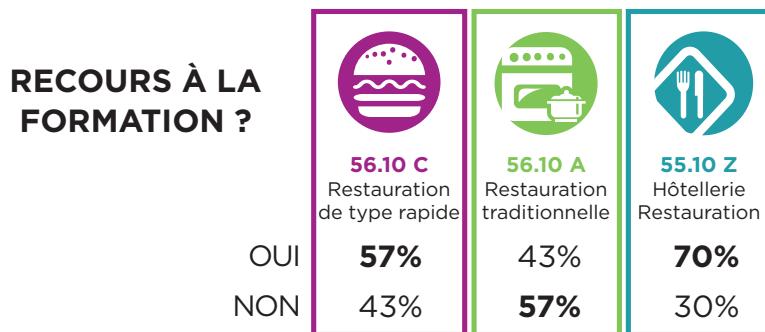


D'après l'enquête, c'est majoritairement le dirigeant qui s'occupe de gérer les questions de formation dans sa structure.

Quand il s'agit d'un interlocuteur externe, c'est le comptable / expert comptable qui s'occupe de ce volet.

Quand il s'agit d'un salarié, c'est une personne ayant un poste de gestion administrative ou de direction des ressources humaines.

**50% des dirigeants ont déjà eu recours à la formation pour eux ou l'un de leurs salariés.**

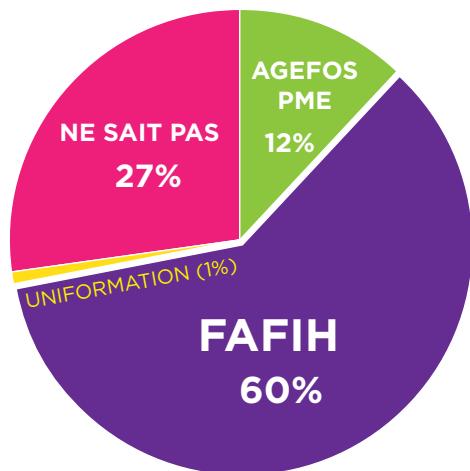


## CONNAISSANCE DES DIFFÉRENTS DISPOSITIFS

	Inconnu	Connu	Utilisé
DIF	35%	51%	14%
Plan de formation entreprise	52%	37%	11%
Période de professionnalisation	60%	38%	2%
CIF	52%	47%	2%
VAE	40%	55%	5%
Bilan de compétences	37%	54%	10%
Préparation Opérationnelle à l'Emploi / AFPR	72%	25%	3%
Contrat de professionnalisation	43%	52%	5%

D'une manière générale, les dispositifs existants autour de la formation sont mal connus des dirigeants et pourraient pourtant participer au développement des compétences de leurs salariés.

### ADHÉSION OPCA



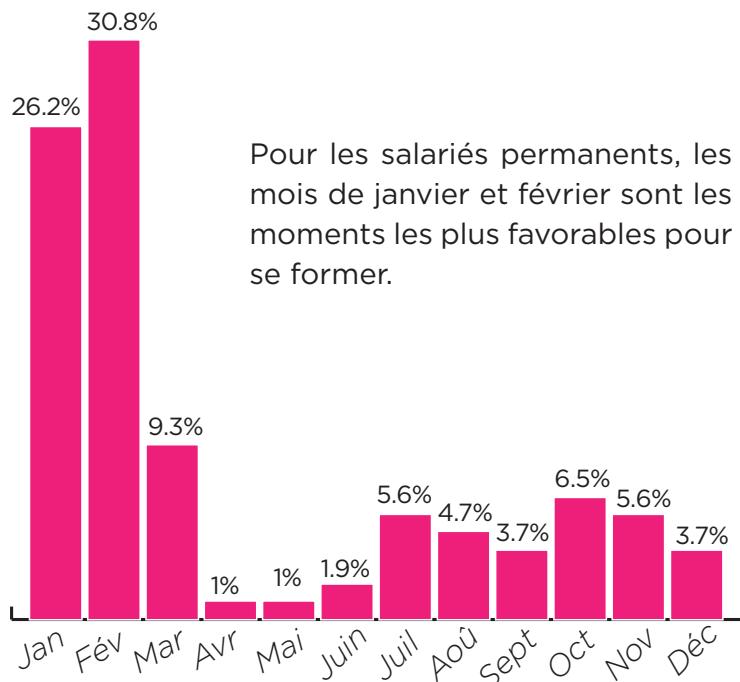
FAFIH : OPCA de l'hôtellerie, de la restauration et des activités de loisirs.

Association régie par la loi de 1901, le Fafih est administré paritairement par les organisations professionnelles d'employeurs et les organisations syndicales de salariés de l'Hôtellerie, de la Restauration et des activités de loisirs.

Plus d'infos: [www.fafih.com](http://www.fafih.com)

**74% des structures enquêtées n'ont pas utilisé les fonds versés à leur OPCA en 2012**

### PÉRIODES FAVORABLES POUR LA FORMATION

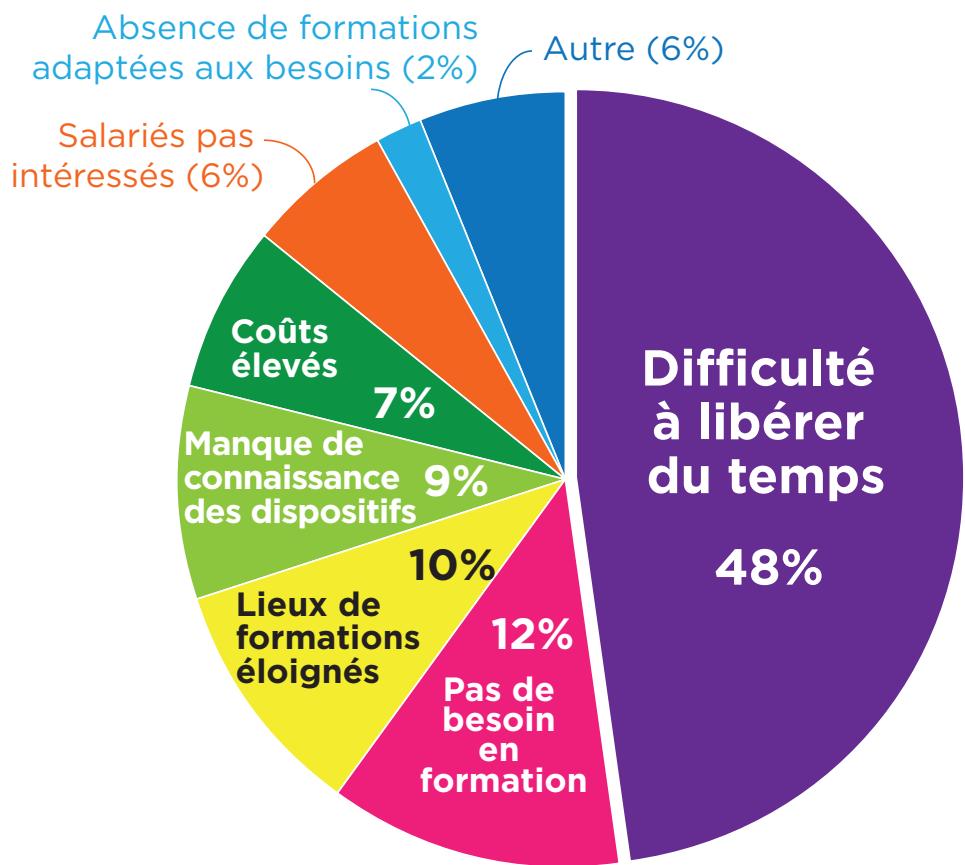


Pour les salariés permanents, les mois de janvier et février sont les moments les plus favorables pour se former.

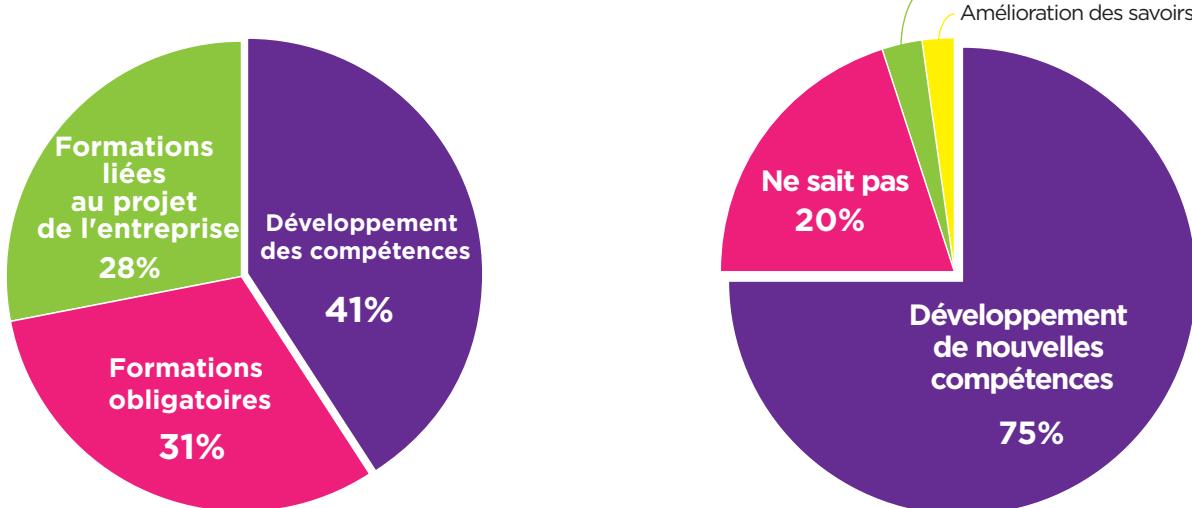
Pour les salariés saisonniers, les mois de septembre et octobre sont les moments les plus favorables pour se former. Cependant, seulement 11% des structures enquêtées ont répondu à cette question.

## 2. Freins la formation

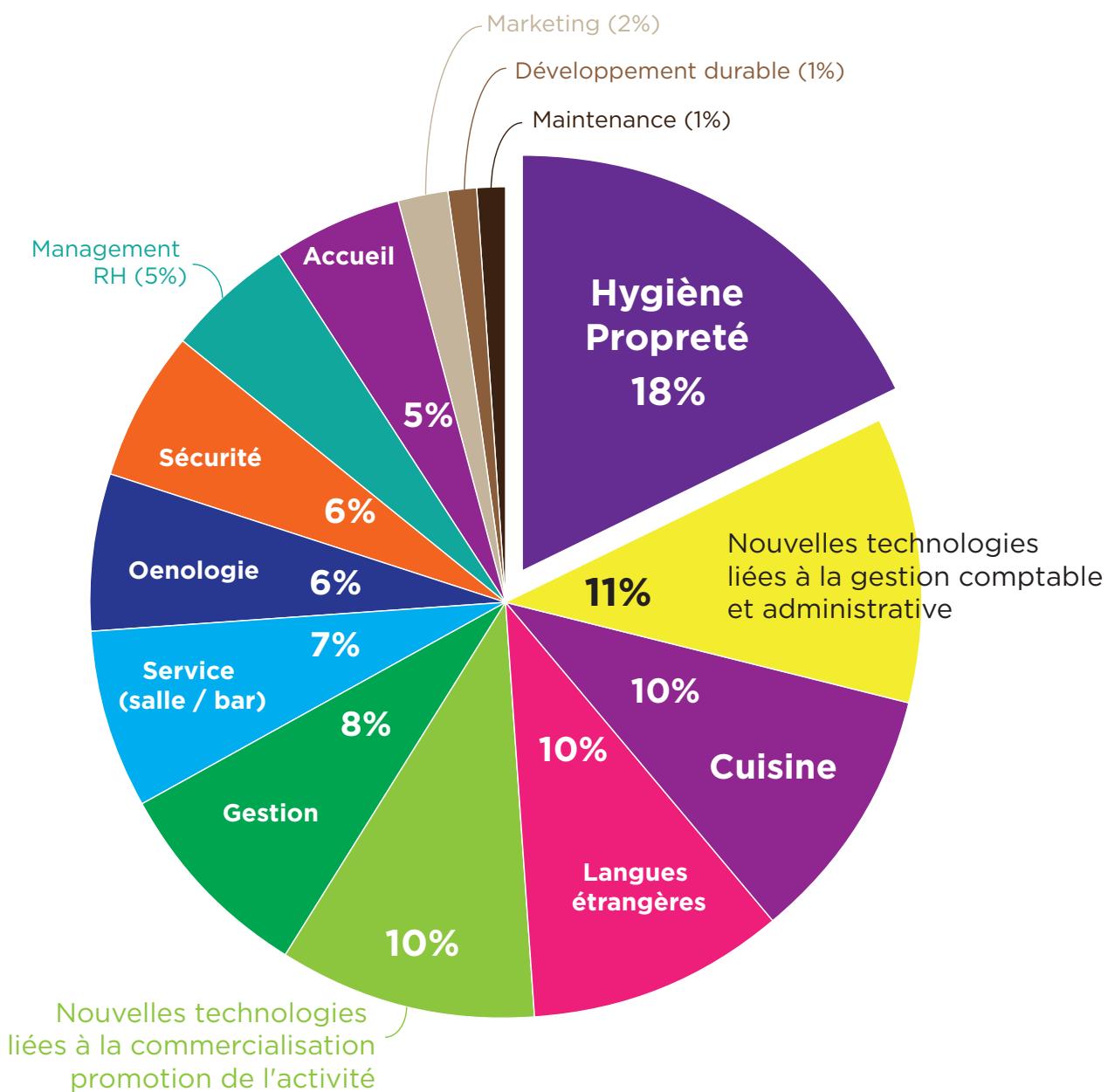
Raisons pour lesquelles la structure n'utilise pas la formation continue :



## 3. Besoins en formation



### IDENTIFICATION DES BESOINS EN FORMATION PAR THÈMES



**14% des structures enquêtées ont des difficultés concernant la mise en place des normes d'hygiène et de sécurité**



### CONSTATS

57% des dirigeants des structures de la restauration traditionnelle n'ont jamais eu recours à la formation pour eux ou l'un de leurs salariés

La moitié des dirigeants évoquent comme raison principale au non recours à la formation des difficultés à libérer du temps

- 1/3 des dirigeants ne savent pas à quel OPCA ils cotisent
- 60% cotisent à la FAFIH
- 74% des structures n'ont pas utilisé les fonds versés à leur OPCA en 2012

18% des dirigeants souhaitent faire évoluer les compétences de leurs salariés en terme de normes d'hygiène et de sécurité

### ENJEUX

Promouvoir la formation et informer les dirigeants sur les nouvelles obligations liées à la formation professionnelle tout au long de la vie

Mettre en place des solutions alternatives pour la formation des salariés de la filière

Sensibiliser les dirigeants à l'importance d'utiliser les fonds versés à leur OPCA et à la nécessité de se tenir informé des possibilités de formation pour évoluer vers de nouvelles compétences

Accompagner les structures vers la normalisation de leurs installations en termes d'hygiène et de sécurité pour assurer leur compétitivité face aux franchises et maintenir leur attractivité

### PISTES D'ACTION

- Organiser des sessions de formation/réunions d'information sur la formation et sur les obligations des dirigeants de la filière
- Créer un outil / support de communication à destination des chefs d'entreprise de la filière pour les informer des dispositifs existants

- Communiquer sur les dispositifs de FOAD (Formation Ouverte et À Distance) existants et ayant fait leurs preuves dans la filière
- Ou éventuellement réfléchir à la mise en œuvre de formation à distance pour les salariés de la restauration (adapter des formations existantes à la FOAD)

- Organiser des réunions de présentation des OPCA (rôle, missions...)

- Identifier les dirigeants intéressés (grâce aux questionnaires) et organiser des réunions d'information et des sessions courtes de formation sur ces thématiques



# 5 • DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE

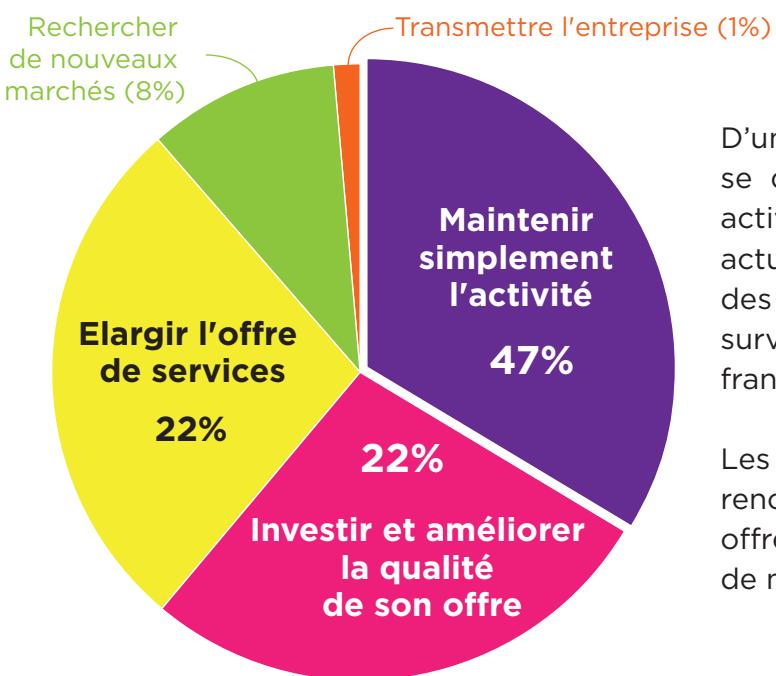
Dans cette partie

---

<b>1. PROJETS DANS LES 5 ANS À VENIR</b>	<b>52</b>
<b>2. NOUVEAUX OUTILS POUR SE DÉVELOPPER</b>	<b>53</b>
<b>3. CONSTATS ET ENJEUX</b>	<b>57</b>

# 1. Projets dans les 5 ans à venir

**74% des structures interrogées envisagent de développer leur activité pour :**



D'une manière générale, les structures souhaitent se développer uniquement pour maintenir leur activité, la crise économique traversant le pays actuellement ne faisant qu'alimenter les craintes des petits restaurateurs de la filière quant à leur survie, notamment face à de grands groupes et franchises.

Les traiteurs, n'ayant pas beaucoup de concurrence sur le territoire, cherchent, eux, à élargir leur offre de service, en améliorer la qualité et obtenir de nouveaux marchés.

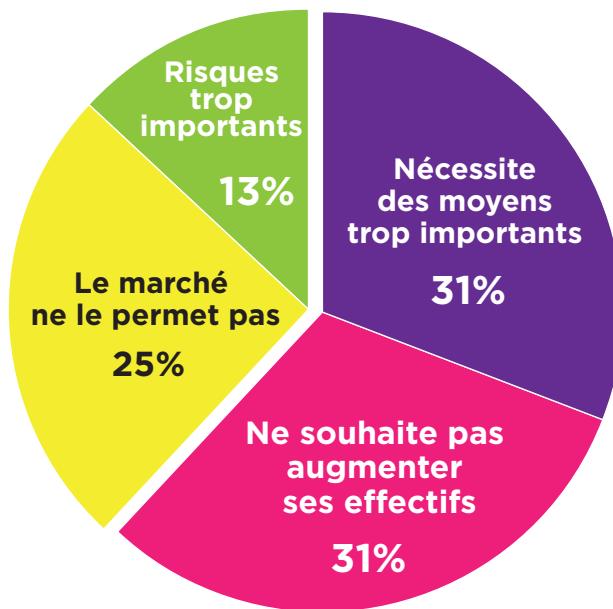
## EN DETAILS :

Transmettre l'entreprise	56.30 Z	Débits de boissons	0%
Elargir la gamme de services proposés	56.21 Z	Service des traiteurs	0%
Investir et améliorer la qualité de l'offre	56.10 C	Restauration de type rapide	0%
Maintenir simplement l'activité	56.10 A	Restauration traditionnelle	2%
Rechercher de nouveaux marchés	55.10 Z	Hôtellerie Restauration	0%

## PARTIE 5 : DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE

**26% des structures ne souhaitent pas développer leur activité dans les années à venir.**

Raisons évoquées :



## 2. Nouveaux outils pour se développer

**14% des structures tous sous-secteurs confondus possèdent un outil de gestion des disponibilités**, de réservation en ligne pour proposer leurs prestations et organiser leur activité.

**Les structures ayant pour activité l'hôtellerie restauration sont 83% à posséder un outil de gestion/réservation.**

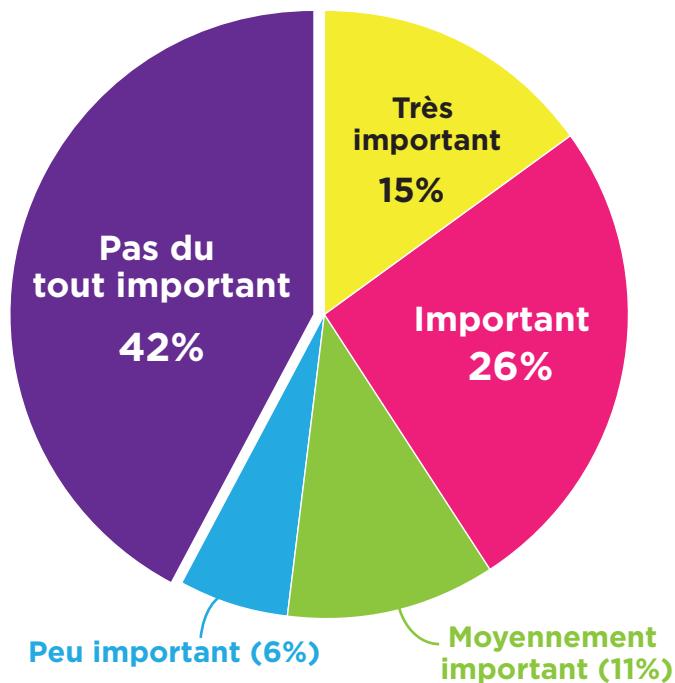
**47% ont un site Internet**

**43% sont adhérentes auprès d'un Office de Tourisme.** 42% d'entre elles considèrent qu'elles ne sont pas visibles sur le site de l'Office auquel elles adhèrent.

**42% apparaissent dans des guides touristiques.**

**67% des structures enquêtées connaissent le site Cévennes Tourisme, porté par le Pays Cévennes. 23% en sont adhérentes.**

## IMPACT DU CLASSEMENT AU PATRIMOINE MONDIAL DE L'HUMANITÉ PAR L'UNESCO



Selon les territoires, les professionnels de la restauration se sentent plus ou moins concernés par le classement des Causses Cévennes au Patrimoine Mondial de l'Humanité par l'UNESCO :

**39% des structures d'Alès et 43% des structures du Sud pensent que ce classement ne constitue pas du tout un axe de développement pour leur activité.**

**Les structures du Nord sont 35% à être sans opinion.**

## PARTIE 5 : DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE

---

### ÉVOLUTION DE LA CLIENTÈLE

**43% des structures enquêtées ont remarqué une évolution de leur clientèle ces trois dernières années**, notamment dans l'hôtellerie restauration et la restauration traditionnelle (globalement au niveau du volume de fréquentation, plus ou moins important selon les structures).

**13% estiment que cette évolution concerne le développement d'un tourisme thématique** (recherche de nouvelles activités, de nouveaux types d'hébergement, de restauration : oenotourisme, tourisme bio...)



## PARTIE 5 : DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE

<b>CONSTATS</b>	<b>ENJEUX</b>	<b>PISTES D'ACTION</b>
Pour 47% d'entre elles, les structures souhaitent se développer uniquement pour maintenir leur activité	Faire face à la crise et à la concurrence des grands groupes / franchises	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communiquer sur l'ensemble des leviers existants pour le développement de l'activité (accès au crédit/micro-crédit, formation, recrutement en alternance, diversification de l'offre de services...)</li> </ul>
26% des dirigeants ne souhaitent pas développer leur activité (dont 1/3 car ils ne souhaitent pas augmenter leurs effectifs)	Informer les structures sur les aides au recrutement, les contrats aidés...	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiser des réunions d'information collective / communiquer auprès de ces dirigeants sur les aides au recrutement (nouveaux types de contrats...)</li> </ul>
47% des structures possèdent un site Internet	Utiliser les nouvelles technologies pour valoriser son activité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poursuivre la promotion du territoire et des structures à travers le site Cévennes Tourisme</li> <li>• Poursuivre la mutualisation des restaurants du territoire par exemple sur la plateforme achat-ville.com</li> </ul>
La moitié des dirigeants estiment que le classement des Causses Cévennes au Patrimoine Mondial de l'Humanité par l'UNESCO représente un axe de développement peu ou pas du tout important	Sensibiliser les dirigeants de structures à l'importance d'un tel classement, s'en servir pour communiquer sur sa propre structure et sa situation géographique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communiquer / poursuivre la communication sur ce classement, les retombées perçues grâce au classement (si possible)</li> <li>• Organiser des réunions d'informations collectives sur l'importance de se positionner dans un territoire « les atouts du territoire pour favoriser l'attractivité touristique » auprès des professionnels eux-mêmes</li> </ul>



## CE QU'IL FAUT RETENIR

- ▶ Sur le Pays Cévennes, on compte **758 structures** (soit **9% du total des entreprises**) dont **41,3% dans la restauration traditionnelle** (56.10A)  
Ce secteur représente en moyenne **5,5% des créations d'activité**
- ▶ **1/3 des établissements sont présents depuis 10 ans et plus** sur le Pays Cévennes
- ▶ **1/3 des établissements sont labellisés** sur le Pays Cévennes (dont 48% dans le Sud et 26% sur Alès et dans le Nord)
- ▶ Le dirigeant «type» du secteur est un **homme de 44 ans** en moyenne, ayant un **niveau CAP-BEP et 16 ans d'expérience** dans la restauration. Il a le statut de **dirigeant non salarié**
- ▶ **45% des dirigeants souhaitent cesser leur activité dans les 5 ans à venir** (33% pour vendre et 12% pour prendre leur retraite)
- ▶ **On recense environ 1 500 salariés dans le secteur de la restauration (commerciale, hors tourisme-hébergement...)** sur le Pays Cévennes dont 24% en contrats saisonniers et 54% en CDI
- ▶ **69% des salariés du secteur travaillant à Alès y habitent également**
- ▶ **500 projets de recrutement sur l'année 2013 dans la filière** (dont environ 1/3 se feront par le biais de candidatures spontanées et 1/3 par le réseau)
- ▶ **1/3 des dirigeants ne savent pas à quel OPCA ils cotisent, 60% cotisent à la FAFIH, 74% des structures n'ont pas utilisé les fonds versés à leur OPCA en 2012**
- ▶ **26% des dirigeants ne souhaitent pas développer leur activité** (dont 1/3 car ils ne souhaitent pas augmenter leurs effectifs)

## CONCLUSION

**A**u terme de cette étude ayant fait l'objet d'une enquête prospective démarlée en 2012 et finalisée début 2013 sur les structures de la restauration, plusieurs constats ont été proposés au groupe de travail.

L'exposé de ces constats fera l'objet de réunions partenariales afin de mettre en place une stratégie transversale dans le cadre du projet de territoire dans le courant de l'année 2013.

Dans cette filière, l'inadéquation entre l'offre et la demande d'emploi est forte et de nombreuses pistes d'actions sont déjà en place pour rééquilibrer cette tendance. Cependant, d'autres pistes d'actions

peuvent encore contribuer à développer et favoriser l'emploi dans ces métiers.

Ce type d'étude spécifique permet d'avoir un éclairage territorialisé sur une filière et peut être réactualisé, au besoin, sur demande de la Gouvernance de l'Observatoire Partenarial.

La Maison de l'Emploi Alès Cévennes remercie l'ensemble des professionnels ayant répondu à cette enquête pour leur accueil ainsi que les membres du groupe de travail pour leur participation.

## RÉFÉRENCES

- INSEE : [www.insee.fr](http://www.insee.fr)
- EUROGROUP Consulting, Etude économique sur le secteur de la restauration, fév. 2012
- Hôtellerie Restauration : [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)
- UMIH : [www.umih.fr](http://www.umih.fr)
- FAFIH : [www.fafih.com](http://www.fafih.com)

En application de la loi du 11 mars 1957 (article 41) et du Code de la propriété intellectuelle du 1er juillet 1992, complétés par la loi du 3 janvier 1995, toute reproduction partielle ou totale à usage collectif de la présente publication est strictement interdite sans l'autorisation expresse de l'éditeur.



## Les membres de l'Observatoire Partenarial Alès Cévennes

### Maison de l'Emploi Alès Cévennes

Tél. : 04 66 52 04 05 - site web : [www.mde-alescevennes.fr](http://www.mde-alescevennes.fr)  
Contact Observatoire : [erobert@mde-alescevennes.fr](mailto:erobert@mde-alescevennes.fr) / 04 34 13 85 58



### Chambre de Commerce et d'Industrie Alès Cévennes

Tél. : 04 66 78 49 49 - site web : [www.ales.cci.fr](http://www.ales.cci.fr)



### Agence de Développement Alès Myriapolis

Tél. : 04 66 55 84 84 - site web : [www.alesmyriapolis.fr](http://www.alesmyriapolis.fr)

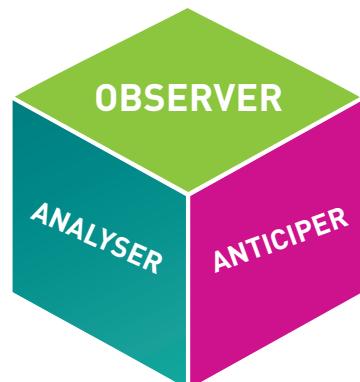


### Membres constitutifs et Partenaires du groupe de travail



Pour télécharger les publications en ligne de l'Observatoire, rendez-vous sur le site web de la Maison de l'Emploi Alès Cévennes :

[www.mde-alescevennes.fr](http://www.mde-alescevennes.fr)



### Enquête réalisée par la MdE Alès Cévennes

Traitement des données (INSEE / MdE) :

Observatoire - MdE Alès Cévennes

Cartographie / Conception graphique : MdE Alès Cévennes

Crédits photos, illustrations : Fotolia, MdE Alès Cévennes

Publication : Juillet 2013

