

en partenariat avec



Passez des Titres-Restaurant aux Titres d'Engagement

- Découvrez comment valoriser votre politique sociale avec les titres-restaurant et révélez les atouts de votre marque employeur.



| | | |
|-----------|--------------|-----|
| 01 | Introduction | p.2 |
|-----------|--------------|-----|

| | | |
|-----------|---|-----|
| 02 | Le paysage actuel des titres-restaurant | p.3 |
|-----------|---|-----|

| | | |
|-----------|--|-----|
| 03 | Les avantages salariés : un outil fantastique mais inexploité | p.4 |
|-----------|--|-----|

| | | |
|-----------|--|-----|
| 04 | Comment renforcer l'engagement des employés grâce aux titres-restaurant ? | p.6 |
|-----------|--|-----|

| | | |
|-----------|---|-----|
| 05 | Une mise en œuvre stratégique pour les responsables RH | p.8 |
|-----------|---|-----|

| | | |
|-----------|---|-----|
| 06 | Nos meilleures pratiques pour maximiser l'impact | p.9 |
|-----------|---|-----|

| | | |
|-----------|------------|------|
| 07 | Conclusion | p.10 |
|-----------|------------|------|

Introduction

Dans un environnement professionnel en constante évolution ces dernières années – entre télétravail, restructurations ou retours au bureau – la guerre des talents s'intensifie.

Pour attirer - ou fidéliser - les meilleurs candidats, les avantages sociaux sont devenus plus qu'un atout concurrentiel. Ils sont désormais considérés comme des éléments de base qui fondent la politique RH des grandes entreprises.

Parmi ces avantages, les **Titres-restaurant** tiennent une place singulière.

94%

des bénéficiaires perçoivent les titres-restaurant comme un avantage social

Selon une étude du CRÉDOC Juillet 2021

92%

des bénéficiaires perçoivent les titres-restaurant comme un avantage économique

Selon une étude CRÉDOC Juillet 2021

Cette perception souligne leur statut de commodité pour les collaborateurs, et leur absence peut être perçue comme un manque d'intérêt de la part de l'employeur pour le bien-être des employés.

Longtemps perçu comme de simples facilitateurs pour les déjeuners, les titres-restaurant sont désormais considérés comme un des leviers essentiels pour améliorer l'engagement des employés, et il ne faut surtout pas sous-estimer l'impact qu'il peut avoir dans une stratégie RH.



Notre guide se penche sur les moyens de faire évoluer ces avantages afin qu'ils deviennent des outils stratégiques au service de l'engagement de vos collaborateurs et de la valorisation de votre politique sociale.



Un petit papier, une grande histoire

Les titres-restaurant ont été introduits en France en 1967 comme une solution visant à offrir aux salariés un moyen de se restaurer à des conditions avantageuses, alors que toutes les entreprises ne disposaient pas d'une cantine ou d'un espace de restauration.

**60
ans**

de fidèle service pour nos chers titres-restaurant

16%

des salariés français utilisent les titres-restaurant aujourd'hui.

Selon les dernières données de la CNTR 2024.

Depuis, les titres-restaurant ont connu diverses évolutions, passant de chèques papier à des cartes à puce et, plus récemment, à des applications mobiles. Ces solutions dématérialisées ont renforcé l'accessibilité et la praticité du ticket restaurant, favorisant son adoption même dans des environnements de travail hybrides, mais pas que.



Aujourd'hui, ils sont utilisés quotidiennement et ils sont devenus un enjeu majeur pour les entreprises et leur image employeur. Mais est-ce que cet enjeu est vraiment adressé à l'état actuel ? Comment faire mieux ?

Ce chiffre représente une proportion significative de la population active française, qui compte environ 30,6 millions de personnes en 2022 selon l'Insee.

5M

des salariés français bénéficient des titres-restaurant.

Selon les dernières données de la CNTR 2024.

Les titres-restaurant : le paiement qui met du beurre dans les épinards

Les titres-restaurant sont souvent cités parmi les avantages les plus appréciés par les salariés, utilisés quotidiennement par des milliers d'entre nous.

Sans les titres-restaurant, le coût de la pause déjeuner représente un poids financier significatif, en particulier dans les zones urbaines où les prix sont élevés.

Leur absence dans le package salarial entraîne une perception négative de l'employeur, considéré comme peu sensible aux réalités de ses salariés et de leur condition de vie.

Les titres-restaurant jouent donc un rôle crucial dans l'amélioration du pouvoir d'achat des employés et leur contribution à la satisfaction au travail.

03

Les avantages salariés : un outil fantastique mais inexploité.

Les avantages salariés, et les titres-restaurant particulièrement, sont un véritable trésor, mais leur potentiel sur la marque employeur demeure largement sous-exploité.

Le fait de proposer une solution de financement à travers une carte de paiement liée à une application mobile résulte à une installation massive de cette application sur le portable personnel des collaborateurs.

98%

des français qui bénéficient des titres restaurant installent l'application sur leur téléphone

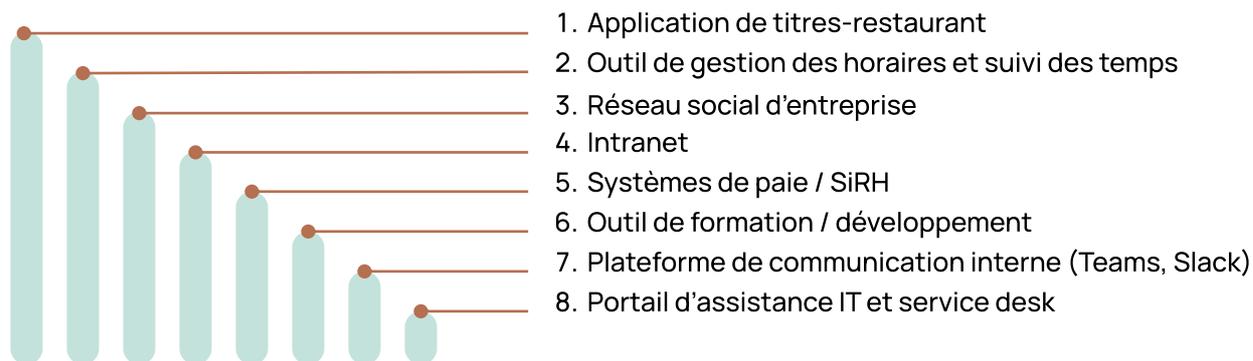
27%

seulement vont installer sur leur portable un intranet.

Au delà même de l'installation, cette application se démarque comme un des outils d'entreprise les plus consultés, tant chez les salariés col bleu que col blanc.

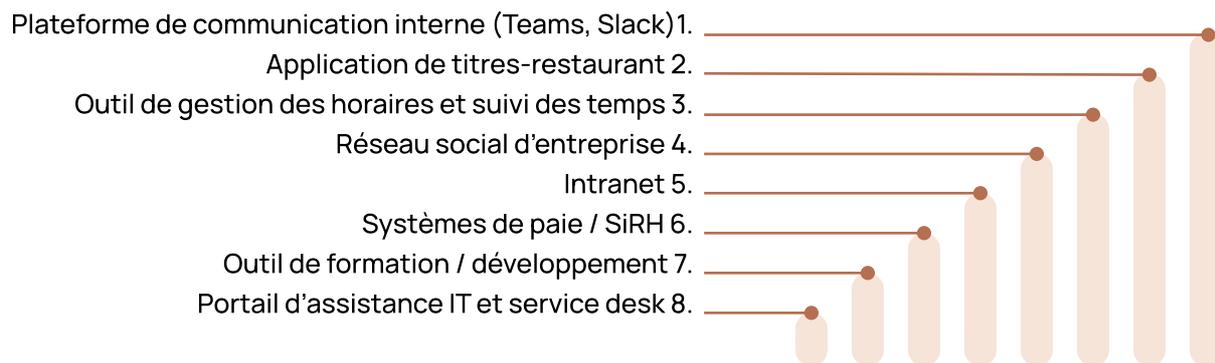


Applications consultées par ordre de nombre d'ouvertures par mois chez les salariés cols bleus :



Selon une étude interne Worklife 2024.

Applications consultées par ordre de nombre d'ouvertures par mois chez les salariés cols blancs :



Selon une étude interne Worklife 2024.

L'application des titres-restaurant se classe ainsi parmi les plus consultées par les travailleurs, et elle est également la seule qui s'intègre légitimement sur le portable personnel des collaborateurs, grâce à sa place hybride entre le travail et la vie privée.

Une place très intéressante dans la poche des salariés mais qui est rarement utilisée pour la valorisation de la marque employeur et de l'engagement.

Comment renforcer l'engagement des employés grâce aux titres-restaurant ?

Une offre personnalisée

Pour transformer les titres-restaurant en un véritable vecteur d'engagement, il est essentiel que les entreprises aillent au-delà d'un programme standardisé et adoptent une approche personnalisée. Cela implique de proposer une solution qui, au-delà de promouvoir un émetteur de titres-restaurant A ou B, reflète l'identité de l'entreprise, avec ses couleurs et logos, renforçant ainsi le sentiment d'appartenance des collaborateurs.

Les employés voient ainsi leur avantage comme une initiative directe de leur employeur, et non simplement un service externalisé qui finance leur pause déjeuner.

Tirez-en parti !

On l'a vu, l'application des titres-restaurant sera une des plus consultées de vos salariés. Utilisez cette application pour mettre en valeur l'ensemble de votre socle social :

- ✓ **Avantages sociaux**
(Complémentaire sant, Épargne salariale, Ligne d'écoute psychologique, Lien vers le CSE)
- ✓ **Communications**
- ✓ **BSI (Bilan Social Individualisé)**

La personnalisation impacte fortement la satisfaction des salariés :

Elle donne une impression de reconnaissance et d'attention aux détails, augmentant leur engagement vis-à-vis de l'entreprise.



En fin de compte, le choix vous revient :

Souhaitez-vous mettre en avant votre propre marque employeur, ou celle d'une solution générique des titres-restaurant ?



Une communication impactante

Il est souvent difficile pour les RH d'avoir de l'impact dans leur communication. Entre des emails toujours plus nombreux chez les cols blancs et peu d'accès aux boîtes email chez les cols bleus, les newsletters sont rarement lues, l'intranet est peu consulté, etc.

Votre application de titres-restaurant peut jouer un rôle de relais formidable si elle vous permet par exemple d'envoyer des notifications push. Vos salariés reçoivent directement dans leur poche les informations importantes avec un lien vers votre intranet ou vos outils.

Par exemple, certaines entreprises vont pousser une notification lors des campagnes d'intéressement/participation ou sur un nouvel accord d'entreprise. Une application dédiée à la gestion des avantages salariés permet de créer une expérience immersive et sans distractions, offrant ainsi un canal direct pour interagir avec vos collaborateurs. En centralisant les échanges, vous renforcez le sentiment d'appartenance et consolidez la relation entre la marque et ses employés, favorisant une connexion plus authentique et un engagement accru.



Des titres-restaurant qui ont de la valeur

Alignez votre programme de titres-restaurant avec les valeurs de votre entreprise.

Par exemple, si votre entreprise est engagée dans des pratiques durables, choisissez un émetteur de titres-restaurant qui ne prélève pas de commissions sur les restaurateurs, comme Worklife.

0% de commission sur les restaurateurs

Cela renforce la perception positive des employés et leur sentiment d'appartenance à une entreprise qui a des valeurs et qui contribue activement au développement des activités locales.

Mécanismes de retour d'information

Il est crucial de mettre en place des mécanismes permettant aux employés de donner leur avis sur le programme de titres-restaurant. Cela peut inclure des sondages réguliers ou des groupes de discussion, pour recueillir des suggestions et apporter des améliorations.

Des KPIs pour suivre votre activité

Les responsables RH doivent établir des indicateurs de performance clairs pour évaluer l'impact de leur politique sociale sur l'engagement des employés.



Suivre le taux d'utilisation des titres-restaurant



Suivre le niveau de satisfaction des employés peut fournir des indications précieuses sur l'efficacité du programme.

En complément, des KPI peuvent aussi mettre en évidence les effets des titres-restaurant sur l'attractivité de l'entreprise :

- Le taux de rétention
- la satisfaction liée aux avantages sociaux
- Le bien-être général





Encourager l'utilisation

En tant qu'employeur, vous avez tout intérêt à encourager l'utilisation régulière des titres-restaurant par des communications ciblées et des incitations. Organiser des concours ou des défis basés sur l'utilisation des titres-restaurant peut stimuler leur adoption.



Surveiller les performances

Il est essentiel de surveiller en continu les performances du programme de titres-restaurant et d'apporter des ajustements en fonction des retours d'expérience des employés. La flexibilité et l'adaptabilité sont clés pour garantir la pérennité de l'engagement envers ce programme.



Maximiser les bénéfices communautaires

Worklife offre aux entreprises la possibilité de maximiser les bénéfices communautaires en intégrant des initiatives de responsabilité sociale directement liées aux titres-restaurant. Les employés peuvent, par exemple, faire don de leurs titres à des œuvres caritatives, permettant ainsi à l'entreprise de renforcer son image tout en augmentant son impact social.

Les titres-restaurant peuvent devenir bien plus que de simples avantages financiers en s'inscrivant dans une stratégie globale d'engagement et de bien-être des collaborateurs.



Intégrés à des solutions numériques adaptées aux besoins de chaque entreprise, ils se transforment en outils puissants pour fidéliser et valoriser les équipes.



Une expérience utilisateur simple, fluide et personnalisée, renforce le sentiment d'appartenance des collaborateurs à leur entreprise et souligne l'attention de l'employeur à leur bien-être.



Offrir des titres-restaurant alignés avec les valeurs et l'identité de votre entreprise permet donc d'en faire de véritables leviers de satisfaction et de motivation.

En ce sens, Worklife propose de renforcer durablement la relation entre votre entreprise et ses collaborateurs avec une carte et une application entièrement personnalisés à votre image. Au-delà des titres-restaurant, c'est l'ensemble de votre politique sociale qui est centralisée et valorisée.



Cette approche fait passer vos titres-restaurant à des titres d'engagement.

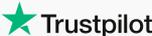
*Commission Nationale des Titres-Restaurant. (n.d.). Récupéré de Commission Nationale des Titres-Restaurant.

** Worklife. (n.d.). Pourquoi choisir des titres-restaurant dématérialisés et solidaires. Récupéré de Worklife.

Vous souhaitez mettre en place des titres d'engagement pour vos collaborateurs ?



Prendre RDV avec un expert 

Excellent  

Parlons RH est l'agence
de marketing éditorial et digital dédiée
à 100% à l'écosystème RH.

Pour vous faire gagner en visibilité, nous vous accompagnons
dans votre communication RH: marketing, éditorial, social media.
Nous dynamisons votre image et éditorialisons
votre promesse au marché.

Avec Parlons RH, vous créez la différence.

www.parlonsRH.com

1^{er} 
MEDIA RH SUR
LINKEDIN

2 
MILLIONS
DE PAGES VUES

800 
ARTICLES PRODUITS PAR
AN POUR LE COMPTE
DE NOS CLIENTS

13 000
INTERACTIONS/MOIS
EN ORGANIQUE SUR
LES RÉSEAUX SOCIAUX

 190
RÉFÉRENCES
CLIENTS



CONTACTEZ-NOUS



Sandrine Vienot
Responsable Service Business Development
sandrine.vienot@parlonsrh.com
07 49 94 53 67



Nora Messaoudi
Business Developer
nora.messaoudi@parlonsrh.com
06 60 58 25 85