

Manager en stratégies touristiques

RNCP32010 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	334p
Formacode(s)	42654, 42623
Code(s) ROME	G1403, G1302, M1707, D1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	18/12/2021

Certificateur(s)

GRAND SUD FORMATION · SIRET : 38035192400010

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Présentation du (des) métier(s)

Le manager en stratégies touristiques est un expert du secteur touristique dans sa dimension locale, nationale et internationale tant public que privé. Il conçoit, élabore et adapte des stratégies de développements touristiques pour des territoires, pour des pays, pour des opérateurs du tourisme en fonction des publics ciblés, des résultats visés, des attentes, des potentiels et des opportunités des opérateurs pour lesquels il travaille. Son expertise et son intervention visent aussi bien à augmenter des volumes de vente de produits touristiques spécifiques, des nombres de nuitées d'hôtels, des fréquentations par des types de clientèles... que d'améliorer l'image d'un territoire, d'une destination auprès de différents publics ciblés. Pour se faire, il intervient sur l'ensemble des problématiques touristiques : capacités d'accueil, structuration d'offres, politique événementielle. De la promotion des atouts touristiques et/ou de la mise en valeur du patrimoine naturel ou culturel d'un territoire, d'un pays auprès d'une clientèle spécifique, à un repositionnement de la stratégie touristique d'une région, d'une métropole, aux choix de produits touristiques en vue de positionner dans la pérennité un Tour Opérateur auprès d'une clientèle de masse et/ ou de niche, il intervient sur des problématiques variées : baisse de fréquentation touristiques d'un territoire ou de remplissage d'un hôtel/ d'une chaîne d'hôtels, d'une compagnie aérienne, enjeux internationaux tels que le lancement ex nihilo de destinations étrangères pour un acteur touristique..

Dans un contexte national et international en constante évolution, il appréhende les enjeux et gère les relations entre les acteurs privés et publics intervenant dans le financement et la réalisation de ces stratégies touristiques. Concepteur des stratégies, il pilote leur déploiement en termes de communication et de promotion, en définit la stratégie commerciale (politique événementielle, mobilisation des acteurs impliqués lors de salons professionnels, de voyages d'étude..), établit et modélise des prévisionnels de résultats financiers, valide des objectifs de remplissages (d'hôtels, d'avion par exemple), de développement du nombre de nuitées d'un territoire, organise un suivi des résultats, adapte et oriente la stratégie mise en place si nécessaire. Aujourd'hui ces stratégies sont souvent associées à la mise en place de stratégies événementielles dédiées. Au travers de ces événements, des destinations bénéficient de coups de projecteurs uniques pour gagner en visibilité.

Ses principales activités sont les suivantes :

- Il (elle) analyse un environnement touristique, ses problématiques, ses potentiels, ses différents facteurs d'évolution
- Il (elle) recherche des opportunités de développement de produits touristiques pour des Tours Opérateurs en

fonction de leurs orientations stratégiques

- Il (elle) réalise une veille permanente des évolutions de l'environnement touristique et de ses potentiels
- Il (elle) recherche des opportunités et des axes de développement touristiques à partir des potentiels détectés, en lien avec des politiques événementielles
- Il (elle) préconise des orientations et élabore des stratégies pour développer la fréquentation d'une clientèle internationale
- Il (elle) étudie la faisabilité de stratégies touristiques, en évalue les risques financiers, en détermine les éléments clefs de leur succès
- Il (elle) définit l'organisation, budgétise et pilote la mise en œuvre de stratégies touristiques
- Il (elle) mesure les résultats et évalue les impacts des stratégies touristiques et de politiques événementielles appliquées

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les titulaires de la certification sont capables de :

- Analyser des problématiques d'acteurs touristiques, identifier des potentiels et rechercher des opportunités de développement
- Préconiser des orientations et élaborer des stratégies touristiques pour des marchés internationaux
- Rechercher et proposer des concepts d'événements adaptés à des objectifs de développements touristiques
- Diriger des études de faisabilité de stratégies touristiques, en évaluer les risques et les enjeux
- Organiser et piloter la mise en œuvre d'une stratégie touristique
- mettre en place une stratégie de gestion des risques associés à la réalisation d'une opération stratégique touristique
- Gérer les imprévus impactant le déroulement prévu de la stratégie touristique, trouver des solutions adaptées pour les maîtriser
- Mesurer et valoriser les impacts d'une stratégie touristique, en exploiter les résultats pour orienter de nouvelles stratégies touristiques adaptées

Blocs de Compétences

Indiquer les blocs de compétences constituant la certification en complétant les tableaux suivants. Vous pouvez ajouter autant de blocs que nécessaire.

Bloc 1

Intitulé : Analyser des problématiques touristiques, rechercher des axes de développement adaptés à partir de potentiels touristiques identifiés

Descriptif et modalités d'évaluation :

Mise en situation professionnelle : Analyser une problématique stratégique d'un acteur du secteur touristique

Objectifs associés

Analyser des stratégies d'acteurs du tourisme, identifier et caractériser un marché cible, rechercher des potentiels et des opportunités de développement, valider des opportunités pour des acteurs du tourisme

Bloc 2

Intitulé : Elaborer des stratégies de développement touristique pour des acteurs de marchés locaux, nationaux et internationaux

Descriptif et modalités d'évaluation :

Mise en situation professionnelle : Elaborer une stratégie de développement touristique pour un marché cible

Objectifs associés

Analyser et interpréter des données statistiques d'évolution de fréquentation d'un marché étranger vers les pays de destination, Identifier les facteurs d'évolution des fréquentations, les déterminants du choix des destinations les plus fréquentées, identifier les usages culturels significatifs d'un marché cible étranger, concevoir des produits ou offres touristiques adaptés en intégrant les différents acteurs de tourisme locaux, rechercher des méthodes originales de communication auprès des touristes étrangers ciblés, élaborer le contenu et les opérations de diffusion d'une campagne de communication vers le marché cible émetteur

Bloc 3

Intitulé : Diriger des études de faisabilité de stratégies touristique, évaluer les risques, les enjeux, les clefs de réussite
Descriptif et modalités d'évaluation
Rapport d'expérience professionnelle : Rédaction d'un mémoire sur les enjeux des études de faisabilité liées à la mise en œuvre de stratégies touristiques
Objectifs associés

Analyser des problématiques d'un acteur du tourisme, Définir des objectifs prévisionnels de développement qualitatif ou quantitatif, déterminer les enjeux, préconiser des orientations de développement, budgétiser la mise en œuvre évaluer des échéances de réalisation des objectifs, évaluer la capacité financière et opérationnelle du donneur d'ordre de porter le projet, déterminer les ressources humaines et techniques à engager, préalables à une mise en œuvre réussie, identifier et hiérarchiser des risques à la réalisation des objectifs prévus et leurs impacts financiers, élaborer des plans d'actions de limitation des risques

Bloc 4

Intitulé : Organiser et piloter la mise en œuvre d'une stratégie touristique
Descriptif et modalités d'évaluation
Mise en situation professionnelle : Définir une organisation adaptée au pilotage d'une stratégie touristique
Objectifs associés
Définir des profils compétents, dessiner une organisation adaptée, Préparer et conduire des entretiens d'embauche, sélectionner des profils, Animer des réunions de d'organisation et de motivation, manager des équipes

Bloc 5

Intitulé : Mesurer les résultats et valoriser les impacts de stratégies touristiques
Descriptif et modalités d'évaluation
Mise en situation professionnelle : Etudier des impacts d'une stratégie touristique mise en place
Objectifs associés
Sélectionner une méthodologie de recueil et d'exploitation de données, modéliser des outils d'analyse de résultats, Déployer des outils de suivi et de contrôle de résultats, réaliser des enquêtes de satisfaction, comparer et interpréter des résultats, identifier des facteurs positifs et/ou négatifs, valoriser des impacts d'une stratégie touristique, préconiser des orientations de développement ajustés

Blocs de compétences

RNCP32010BC01 — Analyser des problématiques touristiques, rechercher des axes de développement adaptés à partir de potentiels touristiques identifiés

LISTE DE COMPÉTENCES

Mise en situation professionnelle : Analyser une problématique stratégique d'un acteur du secteur touristique
Objectifs associés
Analyser des stratégies d'acteurs du tourisme, identifier et caractériser un marché cible, rechercher des potentiels et des opportunités de développement, valider des opportunités pour des acteurs du tourisme

RNCP32010BC02 — Elaborer des stratégies de développement touristique pour des acteurs de marchés locaux, nationaux et internationaux

LISTE DE COMPÉTENCES

Mise en situation professionnelle : Elaborer une stratégie de développement touristique pour un marché cible
Objectifs associés
Analyser et interpréter des données statistiques d'évolution de fréquentation d'un marché étranger vers les pays de destination, Identifier les facteurs d'évolution des fréquentations, les déterminants du choix des destinations les plus fréquentées, identifier les usages culturels significatifs d'un marché cible étranger, concevoir des produits ou offres touristiques adaptés en intégrant les différents acteurs de tourisme locaux, rechercher des méthodes originales de communication auprès des touristes étrangers ciblés, élaborer le contenu et les opérations de diffusion d'une campagne de communication vers le marché cible émetteur

RNCP32010BC03 — Diriger des études de faisabilité de stratégies touristique, évaluer les risques, les enjeux, les clefs de réussite

LISTE DE COMPÉTENCES

Rapport d'expérience professionnelle : Rédaction d'un mémoire sur les enjeux des études de faisabilité liées à la mise en œuvre de stratégies touristiques

Objectifs associés

Analyser des problématiques d'un acteur du tourisme, Définir des objectifs prévisionnels de développement qualitatif ou quantitatif, déterminer les enjeux, préconiser des orientations de développement, budgétiser la mise en œuvre évaluer des échéances de réalisation des objectifs, évaluer la capacité financière et opérationnelle du donneur d'ordre de porter le projet, déterminer les ressources humaines et techniques à engager, préalables à une mise en œuvre réussie, identifier et hiérarchiser des risques à la réalisation des objectifs prévus et leurs impacts financiers, élaborer des plans d'actions de limitation des risques

RNCP32010BC04 — Organiser et piloter la mise en œuvre d'une stratégie touristique

LISTE DE COMPÉTENCES

Mise en situation professionnelle : Définir une organisation adaptée au pilotage d'une stratégie touristique

Objectifs associés

Définir des profils compétents, dessiner une organisation adaptée, Préparer et conduire des entretiens d'embauche, sélectionner des profils, Animer des réunions de d'organisation et de motivation, manager des équipes

RNCP32010BC05 — Mesurer les résultats et valoriser les impacts de stratégies touristiques

LISTE DE COMPÉTENCES

Mise en situation professionnelle : Etudier des impacts d'une stratégie touristique mise en place

Objectifs associés

Sélectionner une méthodologie de recueil et d'exploitation de données, modéliser des outils d'analyse de résultats, Déployer des outils de suivi et de contrôle de résultats, réaliser des enquêtes de satisfaction, comparer et interpréter des résultats, identifier des facteurs positifs et/ou négatifs, valoriser des impacts d'une stratégie touristique, préconiser des orientations de développement ajustés

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le manager en stratégies touristiques exerce son activité dans toute entreprise, structure, organisation opérant dans des activités liées au tourisme :

Hôtellerie – Agences de voyage - Tours opérateurs – Parcs de loisirs – Agences de tourisme d'affaires – Agences de tourisme événementiel -

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Manager en stratégies touristiques
- Manager en développement touristique
- Directeur du développement touristique
- Chef de projet Tourisme
- Expert en optimisation de produits touristiques
- Dirigeant d'entreprises touristiques
- Directeur d'infrastructures touristiques et d'hébergements
- Manager opérationnel dans les administrations territoriales
- Directeur événementiel
- Directeur d'office du tourisme

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Sans Objet

Marché du travail

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

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 862 €
Familles professionnelles (FAP)	J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme · tension 2/5 (Faible) J6X90 — Cadres des transports et du tourisme · tension 3/5 (Modérée) R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) 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)	40 882
Jugés difficiles à recruter	36 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme J6X90 — Cadres des transports et du tourisme R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique 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, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

5 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury (membres du collège employeur et membres du collège employé)

+ le Directeur de Grand Sud Formation;

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	18/12/2021
--	------------

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/32010/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	7
Montant total engagé	16 310 €
Coût moyen par dossier	2 330 €
Durée moyenne	21 h
Période	09/2021 – 11/2021
France compétences	95 %
Reste à charge titulaire	3 %
État	3 %

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