

Chargé de développement de produits de tourisme

RNCP38017 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	334
Formacode(s)	42648, 42659
Code(s) ROME	G1302, G1301, G1102
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	20/09/2023
Date d'échéance	20/09/2026

Certificateur(s)

LEARNING MANAGEMENT DEVELOPPEMENT · SIRET : 49088549800082

INSTITUT PROMOTION FORMATION · SIRET : 32800778600077

Partenaires habilités

21 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 21 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACE EDUCATION	83102401300060	Former et organiser l'évaluation
ACE EDUCATION	83102401300086	Former et organiser l'évaluation
ACE EDUCATION	83102401300227	Former et organiser l'évaluation
ASS INSTITUT DE GESTION HOTELIERE	40297051100018	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION SUP DE VINCI (CFA LEONARD DE VINCI)	40955435900037	Former et organiser l'évaluation
CENTRE DE MANAGEMENT HOTELIER	73202862600065	Former et organiser l'évaluation
CENTRE DE MANAGEMENT HOTELIER	73202862600073	Former et organiser l'évaluation
CENTRE REGIONAL DE FORMATION MULTIPROFESSIONNEL	34182077700033	Former et organiser l'évaluation
CFP ECOLE NANTAISE DE COMMERCE-ENC	44229373400012	Former et organiser l'évaluation
COMPETENTIS	94953886200010	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 21 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp38017-charge-de-developpement-de-produits-de-tourisme/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Chargé de développement de produits de tourisme conçoit, développe et assure la commercialisation et le suivi du cycle de vie de produits touristiques, en fonction des opportunités repérées sur les marchés, des tendances de consommation ou de demandes exprimées par des commanditaires, pour des clients particuliers ou professionnels. Selon le type, le cadre et l'organisation de l'entreprise où il exerce, le Chargé de développement de produits de tourisme travaille sur des produits sur mesure pour des individuels ou des groupes (association, Comité d'entreprise,

groupistes, Office de tourisme...) ou sur des produits « tout compris » à grande échelle pour un Tour Opérateur. Il peut être spécialisé sur une gamme de produits spécifiques (forfait, hébergement, transport, excursion, dimension culturelle, sportive, gastronomique...) ou sur une zone géographique de destination. Dans tous les cas, son activité requiert de sa part de formuler des solutions associant créativité, pragmatisme économique et traitement des enjeux sociétaux et environnementaux.

ACTIVITÉS VISÉES

Réalisation d'une veille sur les marchés, l'offre et les tendances de consommation de produits de tourisme et de voyage

Conception de produits de tourisme et de voyage pour des tours opérateurs, des agences et des clients particuliers ou professionnels

Production de produits de tourisme et de voyage par l'achat et l'assemblage des différentes composantes de l'offre

Participation à la conception et la réalisation des outils et actions de communication et de promotion de produits de tourisme et de voyage en vue de leur commercialisation

Suivi, évaluation et pilotage du cycle de vie de produits de tourisme et de voyage

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Organiser une veille sur les tendances du secteur du tourisme en matière d'usage, de concepts, d'offre produit/service et d'innovation technologique, en sélectionnant les ressources documentaires à consulter et les manifestations professionnelles auxquelles participer, afin d'en repérer les facteurs d'évolution et d'évaluer leur impact sur le marché.

Evaluer l'état du marché du tourisme et du voyage sur un segment d'activité circonscrit, en s'appuyant sur des études existantes ou en réalisant ses propres études et en analysant les stratégies commerciales et marketing des entreprises concurrentes (positionnement, innovation produit, distribution, politique tarifaire...), afin d'identifier de nouveaux gisements de croissance et de qualifier leur potentiel d'opportunité, de menaces ou de risques.

Anticiper les évolutions des modes et tendances de consommation de produits touristiques, en identifiant les attentes émergentes des clients (destinations nationales et internationales, concepts, thématiques ou activités de séjours, exigences d'accessibilité ou de nouvelles mobilités...) à partir d'études quali/quantitatives et/ou de données internes ou externes (e-CRM, Big data), afin de renouveler son offre produit en conséquence.

Préconiser des créations ou des évolutions de produits touristiques, en s'inspirant des innovations repérées et évaluées au cours de la veille, afin de proposer à sa hiérarchie ou à ses clients de nouveaux formats de séjours touristiques, des concepts originaux et innovants, et des évolutions de commercialisation.

Analyser la demande émise par un commanditaire pour la création d'un produit touristique, en clarifiant le profil de la clientèle cible, les besoins et exigences exprimés et en évaluant les contraintes associées (budget, durée, calendrier...), afin de valider avec lui les caractéristiques et objectifs de l'offre à développer.

Elaborer un concept de produit touristique inclusif, durable et sécurisé correspondant aux attentes et besoins du commanditaire ou du marché, en identifiant ses destinations et activités constitutives en fonction des potentialités et caractéristiques du territoire, afin d'établir une proposition originale, attractive et satisfaisant ses exigences.

Déterminer les différentes composantes du produit touristique (solutions de mobilité, d'hébergement et de restauration, programme des visites, activités et excursions...), en tenant compte des contraintes temporelles, budgétaires et géographiques, afin d'établir une offre répondant aux aspirations du commanditaire ou du marché en vue de la formalisation d'une proposition.

Calculer le coût de production estimatif du produit touristique, en établissant la cotation de ses différentes composantes, afin de vérifier sa faisabilité et son dimensionnement au regard des moyens de la cible clients.

Rechercher les fournisseurs et prestataires des différentes composantes de produits touristiques, en collectant les informations concernant leur gamme de prestation et qualité de services, afin d'identifier ceux répondant favorablement à ses exigences de qualité, de prix et de RSE, conformément aux cahiers des charges établis.

Sélectionner les fournisseurs et prestataires des différentes composantes de produits touristiques, en choisissant les offres répondant favorablement à ses critères et exigences de qualité, de prix et de RSE, afin de disposer des ressources permettant la commercialisation de produits touristiques.

Participer à la négociation du marché avec les fournisseurs et prestataires des différentes composantes de produits touristiques en lien avec un service juridique, en s'assurant de la conformité et du contenu des contrats au regard des exigences de qualité, de prix et de RSE, afin de parvenir à la finalisation d'un accord formalisé garantissant un engagement mutuel entre les deux parties et de sécuriser la fourniture des prestations.

Etablir la tarification de produits touristiques, en tenant compte des coûts de production au regard des différents postes de dépense et en déterminant les seuils de rentabilité en fonction de ses impératifs de marge et du volume

d'affaires escompté, afin de garantir leur viabilité et leur rentabilité.

Créer les contenus rédactionnels des supports de communication phytgitaux de produits touristiques, en veillant à leur adaptation à leur format et canal de destination et en choisissant un vocabulaire optimisant leur référencement naturel, afin de diffuser des informations valorisantes et attractives auprès de la clientèle cible.

Contrôler la réalisation des supports de communication physiques (plaquettes, brochures...) et digitaux (sur site internet, réseaux sociaux, applications mobile...) de produits touristiques, en s'assurant de leur qualité et de leur attractivité, afin d'optimiser leur visibilité et de susciter le désir des clients potentiels.

Actualiser et dynamiser les informations publiées en ligne concernant les produits touristiques, en veillant à la mise à jour régulière des outils de communication numériques et en contribuant à l'animation de la communauté de clients sur les réseaux sociaux, afin de favoriser leur commercialisation et de contribuer à l'entretien de leur bonne image de marque.

Elaborer des argumentaires commerciaux adaptés aux produits touristiques, en sélectionnant leurs points forts et avantages au regard de leur clientèle cible, afin de transmettre aux équipes chargées de leur distribution des éléments convaincants pour les commercialiser.

Suivre à distance le déroulement du séjour des clients du produit touristique, en vérifiant la conformité de ses prestations constitutives et en trouvant les solutions à mettre en œuvre au regard des aléas et de la survenue d'éventuels problèmes, afin d'assurer le respect des engagements qualité pris contractuellement.

Evaluer la satisfaction des clients du produit touristique, en analysant leurs avis exprimés sur les réseaux sociaux, par le biais d'échanges informels et d'enquêtes dématérialisées, afin d'identifier les points forts et les axes d'amélioration du produit.

Mesurer en continu la réussite commerciale du produit touristique, en interprétant les données chiffrées et statistiques liées à ses ventes, au chiffre d'affaires généré et aux marges réalisées au moyen d'une solution logicielle dédiée, afin de vérifier factuellement l'atteinte des objectifs commerciaux fixés et, le cas échéant, d'identifier les solutions correctives permettant de les atteindre.

Déterminer les adaptations et évolutions commerciales et marketing du produit touristique à mettre en œuvre, en s'appuyant sur l'analyse de ses indicateurs de performance (vente, satisfaction clients...) et en formulant les solutions appropriées (évolution de la tarification, repositionnement au regard de la cible client, promotions, vente flash...), afin de dynamiser ses ventes et de garantir son niveau de rentabilité.

Réaliser le bilan qualitatif et quantitatif du produit touristique, en croisant l'analyse de sa performance économique et de la satisfaction des clients, afin de proposer à sa direction le maintien, l'évolution ou l'arrêt de sa commercialisation compte tenu de sa maturité et de ses perspectives de développement.

Blocs de compétences

RNCP38017BC01 — Concevoir des produits de tourisme et de voyage alignés avec les attentes du marché

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser une veille sur les tendances du secteur du tourisme en matière d'usage, de concepts, d'offre produit/service et d'innovation technologique, en sélectionnant les ressources documentaires à consulter et les manifestations professionnelles auxquelles participer, afin d'en repérer les facteurs d'évolution et d'évaluer leur impact sur le marché.

Evaluer l'état du marché du tourisme et du voyage sur un segment d'activité circonscrit, en s'appuyant sur des études existantes ou en réalisant ses propres études et en analysant les stratégies commerciales et marketing des entreprises concurrentes (positionnement, innovation produit, distribution, politique tarifaire...), afin d'identifier de nouveaux gisements de croissance et de qualifier leur potentiel d'opportunité, de menaces ou de risques.

Anticiper les évolutions des modes et tendances de consommation de produits touristiques, en identifiant les attentes émergentes des clients (destinations nationales et internationales, concepts, thématiques ou activités de séjours, exigences d'accessibilité ou de nouvelles mobilités...) à partir d'études quali/quantitatives et/ou de données internes ou externes (e-CRM, Big data), afin de renouveler son offre produit en conséquence.

Préconiser des créations ou des évolutions de produits touristiques, en s'inspirant des innovations repérées et évaluées au cours de la veille, afin de proposer à sa hiérarchie ou à ses clients de nouveaux formats de séjours touristiques, des concepts originaux et innovants, et des évolutions de commercialisation.

Analyser la demande émise par un commanditaire pour la création d'un produit touristique, en clarifiant le profil de la clientèle cible, les besoins et exigences exprimés et en évaluant les contraintes associées (budget, durée,

calendrier...), afin de valider avec lui les caractéristiques et objectifs de l'offre à développer.

Elaborer un concept de produit touristique inclusif, durable et sécurisé correspondant aux attentes et besoins du commanditaire ou du marché, en identifiant ses destinations et activités constitutives en fonction des potentialités et caractéristiques du territoire, afin d'établir une proposition originale, attractive et satisfaisant ses exigences.

Déterminer les différentes composantes du produit touristique (solutions de mobilité, d'hébergement et de restauration, programme des visites, activités et excursions...), en tenant compte des contraintes temporelles, budgétaires et géographiques, afin d'établir une offre répondant aux aspirations du commanditaire ou du marché en vue de la formalisation d'une proposition.

Calculer le coût de production estimatif du produit touristique, en établissant la cotation de ses différentes composantes, afin de vérifier sa faisabilité et son dimensionnement au regard des moyens de la cible clients.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossiers écrits

Présentations orales

RNCP38017BC02 — Produire des produits de tourisme et de voyage par l'achat et l'assemblage des différentes composantes de l'offre

LISTE DE COMPÉTENCES

Rechercher les fournisseurs et prestataires des différentes composantes de produits touristiques, en collectant les informations concernant leur gamme de prestation et qualité de services, afin d'identifier ceux répondant favorablement à ses exigences de qualité, de prix et de RSE, conformément aux cahiers des charges établis.

Sélectionner les fournisseurs et prestataires des différentes composantes de produits touristiques, en choisissant les offres répondant favorablement à ses critères et exigences de qualité, de prix et de RSE, afin de disposer des ressources permettant la commercialisation de produits touristiques.

Participer à la négociation du marché avec les fournisseurs et prestataires des différentes composantes de produits touristiques en lien avec un service juridique, en s'assurant de la conformité et du contenu des contrats au regard des exigences de qualité, de prix et de RSE, afin de parvenir à la finalisation d'un accord formalisé garantissant un engagement mutuel entre les deux parties et de sécuriser la fourniture des prestations.

Etablir la tarification de produits touristiques, en tenant compte des coûts de production au regard des différents postes de dépense et en déterminant les seuils de rentabilité en fonction de ses impératifs de marge et du volume d'affaires escompté, afin de garantir leur viabilité et leur rentabilité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier écrit

Présentation orale

RNCP38017BC03 — Optimiser la commercialisation de produits de tourisme et de voyage

LISTE DE COMPÉTENCES

Créer les contenus rédactionnels des supports de communication phygitaux de produits touristiques, en veillant à leur adaptation à leur format et canal de destination et en choisissant un vocabulaire optimisant leur référencement naturel, afin de diffuser des informations valorisantes et attractives auprès de la clientèle cible.

Contrôler la réalisation des supports de communication physiques (plaquettes, brochures...) et digitaux (sur site internet, réseaux sociaux, applications mobile...) de produits touristiques, en s'assurant de leur qualité et de leur attractivité, afin d'optimiser leur visibilité et de susciter le désir des clients potentiels.

Actualiser et dynamiser les informations publiées en ligne concernant les produits touristiques, en veillant à la mise à jour régulière des outils de communication numériques et en contribuant à l'animation de la communauté de clients sur les réseaux sociaux, afin de favoriser leur commercialisation et de contribuer à l'entretien de leur bonne image de marque.

Elaborer des argumentaires commerciaux adaptés aux produits touristiques, en sélectionnant leurs points forts et avantages au regard de leur clientèle cible, afin de transmettre aux équipes chargées de leur distribution des éléments convaincants pour les commercialiser.

Suivre à distance le déroulement du séjour des clients du produit touristique, en vérifiant la conformité de ses prestations constitutives et en trouvant les solutions à mettre en œuvre au regard des aléas et de la survenue d'éventuels problèmes, afin d'assurer le respect des engagements qualité pris contractuellement.

Evaluer la satisfaction des clients du produit touristique, en analysant leurs avis exprimés sur les réseaux sociaux, par le biais d'échanges informels et d'enquêtes dématérialisées, afin d'identifier les points forts et les axes d'amélioration du produit.

Mesurer en continu la réussite commerciale du produit touristique, en interprétant les données chiffrées et statistiques liées à ses ventes, au chiffre d'affaires généré et aux marges réalisées au moyen d'une solution logicielle dédiée, afin de vérifier factuellement l'atteinte des objectifs commerciaux fixés et, le cas échéant, d'identifier les solutions correctives permettant de les atteindre.

Déterminer les adaptations et évolutions commerciales et marketing du produit touristique à mettre en œuvre, en s'appuyant sur l'analyse de ses indicateurs de performance (vente, satisfaction clients...) et en formulant les solutions appropriées (évolution de la tarification, repositionnement au regard de la cible client, promotions, vente flash...), afin de dynamiser ses ventes et de garantir son niveau de rentabilité.

Réaliser le bilan qualitatif et quantitatif du produit touristique, en croisant l'analyse de sa performance économique et de la satisfaction des clients, afin de proposer à sa direction le maintien, l'évolution ou l'arrêt de sa commercialisation compte tenu de sa maturité et de ses perspectives de développement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossiers écrits

Présentations orales

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Chargé de développement de produits de tourisme exerce au sein du secteur du tourisme et plus particulièrement dans celui du voyage. L'activité de ce dernier est principalement et traditionnellement articulée autour de la médiation d'une offre de loisirs et de mobilité à destination d'une clientèle de particuliers ou de professionnels.

Dans ce contexte, les entreprises pour lesquelles il travaille sont principalement :

- Les « producteurs », généralement tour-opérateurs (TO), qui imaginent et élaborent les voyages, du simple vol au forfait (circuits, séjours ou tout autre prestation complémentaire, en groupe, accompagné, ou en individuel). Les TO proposent ensuite ces forfaits aux consommateurs par l'intermédiaire des « distributeurs » ou en direct. Pour construire ces voyages, les TO font appel à des hôtels ou à des compagnies aériennes et à de nombreux autres prestataires.
- Les « distributeurs », qui fournissent aux consommateurs les conseils, l'expertise, la garantie et la vente de billetterie, d'hébergements, de locations de voitures, de forfaits et de voyages à la carte dans les agences de voyages ou via leur site internet.
- Les « réceptifs », qui accueillent et prennent en charge les visiteurs sur le territoire national. Ils conçoivent des produits touristiques, excursions ou séjours, pour l'accueil des clients des agences de voyages françaises et étrangères.

Il peut également travailler pour des structures d'hébergement touristiques, ainsi que pour les collectivités territoriales, qui renforcent leur valorisation et leur attractivité à travers des offres de produits de tourisme.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chef/fe de produit tourisme ou touristique
- Concepteur/rice de produits ou prestations touristiques
- Chargé/e de production touristique
- Chargé/e de projet touristique
- Commercial/e en produit touristique
- Forfaitiste ou forfaitiste groupe

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)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible, Inadéquation géographique
Salaire médian (mensuel)	2 351 €

Familles professionnelles (FAP)	J4X63 — Employés du tourisme et agent de billetterie des transports · tension 2/5 (Faible) J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme · tension 2/5 (Faible) J6X90 — Cadres des transports et du tourisme · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	6 225
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	66 %
Familles professionnelles (FAP)	J4X63 — Employés du tourisme et agent de billetterie des transports J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme J6X90 — Cadres des transports et du tourisme

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

L'accès à la formation préparant à la certification est réservé aux candidats pouvant justifier d'un titre ou diplôme de niveau 5.

A titre dérogatoire, les candidats ne possédant pas ces prérequis mais justifiant d'une expérience professionnelle d'une durée minimale de deux ans peuvent être admis au processus de sélection pour l'entrée dans le dispositif de formation.

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

Le jury est composé de 5 personnes :

- 3 personnalités extérieures à l'établissement certificateur, tous professionnels qualifiés dans le domaine du tourisme, exerçant des fonctions de chef de produits touristiques ou ayant dirigé des chefs de produits touristiques.
- 2 représentants de l'établissement certificateur.

Le président est un professionnel qualifié, extérieur à l'établissement certificateur ; il est désigné par l'ensemble des membres du jury.

60 % du jury sont des membres extérieurs à l'établissement certificateur.

Financement en alternance (NPEC)

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

Prise en charge usuelle	7 906 €
Selon la branche	4 500 € – 10 125 €
Prise en charge	Branches concernées
7 906 €	Valeur par défaut · 210 branches
10 125 €	CPNEF des organismes de tourisme
7 200 €	CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC)
4 500 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil

Base légale

Date de décision	20/09/2023
Durée de l'enregistrement	3 ans

Date d'échéance de l'enregistrement 20/09/2026

Date de dernière délivrance possible 20/09/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	8	0	100 %	33 %
2020	29	0	73 %	27 %
2019	18	0	100 %	29 %
2018	16	0	100 %	30 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35962

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42051

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35201, RNCP35962, RNCP36234, RNCP37502

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38017/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	4
Organismes gestionnaires (CFA)	4
Organismes formateurs	4
Régions couvertes	4
Départements couverts	4
Organismes certifiés Qualiopi	4
Sessions	de 09/2026 à 09/2027

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).