

# Manager des activités du tourisme et des voyages

RNCP38491 · RNCP · Publiée

## L'essentiel

|                         |                                   |
|-------------------------|-----------------------------------|
| Niveau de qualification | Niveau 7                          |
| Code(s) NSF             | 334, 334w, 334s                   |
| Formacode(s)            | 42668, 42648, 42638, 42627, 42659 |
| Code(s) ROME            | D1406, M1707, G1301, G1302, M1705 |
| Type d'enregistrement   | Enregistrement sur demande        |
| Date d'enregistrement   | 21/12/2023                        |
| Date d'échéance         | 21/12/2026                        |

## Certificateur(s)

CENTRE ETUDES RECHERCHES TOURISTIQUES · SIRET : 32874572400018

## Résumé de la certification

### OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le tourisme, qui représente 8% du PIB, est l'une des locomotives essentielles de l'économie française.

En phase de vive reprise dans un contexte post-covid, ce secteur fait face à un double défi : reconstituer ses forces vives dans le voyage de loisirs, le voyage d'affaires et le tourisme d'affaires tout en intégrant les nouveaux usages et les nouvelles attentes de la clientèle touristique en matière de produits et de services qui sont par nature évolutifs.

Le manager des activités du tourisme et des voyages est un expert polyvalent du voyage de loisirs, du voyage d'affaires et du tourisme d'affaires. Il a pour mission de concevoir de nouveaux produits et services liés au tourisme et aux voyages et d'élaborer des stratégies pertinentes pour les promouvoir et les commercialiser, tout en répondant aux nouvelles exigences des clientèles.

### ACTIVITÉS VISÉES

Elaboration de la stratégie de développement d'une offre produit/service en lien ou à destination du secteur du tourisme et des voyages

Elaboration de la stratégie commerciale d'une offre produit/service du secteur du tourisme et des voyages

Mise en oeuvre de la stratégie commerciale d'une offre produit/service du secteur du tourisme et des voyages

Pilotage de la politique commerciale d'une offre produit/service du secteur du tourisme et des voyages

Elaboration de la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution des produits et services propre au secteur du tourisme et des voyages

Mise en oeuvre de la stratégie de-distribution des produits et services propre au secteur du tourisme et des voyages

Pilotage de de la stratégie de distribution des produits et services propre au secteur du tourisme et des voyages

Cadrage et conception d'un projet technique ou événementiel dans le secteur du tourisme et des voyages

Mise en oeuvre et pilotage d'un projet technique ou événementiel dans le secteur du tourisme et des voyages

Elaboration de la stratégie marketing et communication d'une offre produit/service du secteur du tourisme et des voyages

Mise en oeuvre de la stratégie marketing et communication d'une offre produit/service du secteur du tourisme et des voyages

Pilotage la stratégie marketing & communication d'une offre produit/service du secteur du tourisme et des voyages

Elaboration de la stratégie d'achat d'un produit/service du tourisme et des voyages

Mise en oeuvre de la stratégie d'achat d'une offre produit/service du tourisme et des voyages

Pilotage de la stratégie d'achat pour proposer une offre produit/service du tourisme et des voyages

## COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser les offres produits/services existantes de l'entreprise en utilisant les données internes en s'appuyant sur les outils adaptés afin d'évaluer le potentiel commercial de l'entreprise

Définir le positionnement marché et la valeur ajoutée de l'offre produit/service en étudiant l'offre de la concurrence et la demande pour contribuer à la prise de décision du développement

Intégrer la dimension durable et financière à la décision de développement de l'offre produit/service en établissant un plan d'affaires ( entrepreneuriat ) ou un budget prévisionnel (service en intrapreneuriat ) pour finaliser la décision de la stratégie développement

Intégrer les contraintes législatives, réglementaires et normatives à la décision de développement de l'offre produit/service en établissant un planning de mise en conformité pour finaliser la décision du développement

Définir le plan d'actions en s'appuyant sur un diagnostic des ressources nécessaires et des solutions technologiques de production, d'achat, de distribution, de gestion commerciale, de gestion de relation client et d'intelligence décisionnelle pour prioriser les actions de mise en oeuvre de la stratégie de développement

Présenter la stratégie de développement à destination de l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire pour obtenir la validation du développement

Analyser les pratiques commerciales (B2B et B2C) existantes de l'entreprise en utilisant les données internes et externes en s'appuyant sur les outils adaptés afin d'évaluer le potentiel de développement commercial de l'entreprise

Définir la stratégie commerciale (B2B et B2C) de manière concertée avec le pôle marketing et l'organe de direction et en s'appuyant sur l'analyse de l'environnement interne et externe pour déterminer les orientations commerciales stratégiques

Présenter la stratégie commerciale (B2B et B2C) et le budget annuel à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire pour en obtenir la validation

Déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires en interne et au travers du réseau de partenaires commerciaux (B2B) pour mettre en oeuvre la stratégie commerciale et atteindre les objectifs fixés

Mettre en oeuvre et piloter les actions nécessaires (physiques, hybrides ou digitales) à la fidélisation des clients et à l'acquisition de prospects de manière concertée avec le pôle communication et marketing pour atteindre les objectifs commerciaux fixés

Négocier avec les clients "grands comptes" en B2C et les partenaires commerciaux en B2B afin de parvenir à un accord commercial satisfaisant et durable, avec des volumes importants et/ou s'inscrivant sur la durée

Concevoir un tableau de bord en utilisant les outils adaptés et en sélectionnant les indicateurs permettant de mesurer la performance de la stratégie commerciale

Analyser l'efficacité des équipes commerciales et du réseau de partenaires commerciaux en identifiant des indicateurs de performance pour conduire des actions correctives nécessaires

Établir le bilan périodique de l'activité commerciale à partir d'outils de suivi et de reporting, de la gestion des budgets pour communiquer à l'organe de direction une vision d'ensemble des résultats obtenus pour permettre la prise de décision

Analyser les pratiques tarifaires existantes et les canaux de distribution de l'entreprise en utilisant les données internes et externes pour évaluer le potentiel de la mise en place d'une stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution

Définir la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution de manière concertée avec le pôle commercial et l'organe de direction et en s'appuyant sur l'analyse des données internes et externes pour maximiser la commercialisation et le rendement des produits et/ou services

Présenter la stratégie et le budget annuel d'optimisation des revenus et d'e-distribution à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire chiffré pour en obtenir la validation

Déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires pour mettre en oeuvre la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution et les objectifs fixés

Sélectionner et constituer un réseau de partenaires technologiques et commerciaux nécessaires à la mise en place et au pilotage de la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution.

Concevoir un tableau de bord en utilisant les outils adaptés et en sélectionnant les indicateurs propres au revenue management pour mesurer l'efficacité d'optimisation des revenus

Configurer et mettre à jour les outils (systèmes de réservation et/ou système de gestion de revenus) pour appliquer la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution.

Réaliser des recommandations régulières en analysant les indicateurs de performance propre au revenue management et à la e-distribution appliqué aux produits/services du tourisme et des voyages pour maximiser le

revenu

Collecter, analyser et hiérarchiser les besoins du client pour définir les objectifs, le périmètre et les priorités du projet (pour les projets événementiels en prenant en compte la politique RSE de l'entreprise cliente ou pour les projets techniques : en prenant en compte l'environnement technique de l'entreprise cliente)

Rédiger le cahier des charges à partir des besoins et des ressources (humaines, matérielles, financières techniques) mobilisables pour préciser le périmètre d'intervention contractuel et le budget à respecter.

Réaliser le rétro planning du projet en attribuant les tâches identifiées aux collaborateurs de l'équipe projet constituée en prenant en compte les éventuelles spécificités d'un collaborateur en situation de handicap

pour coordonner sa mise en oeuvre

Définir les indicateurs de contrôle pour permettre le suivi de l'état d'avancement et limiter les risques pouvant entraver le projet

Assurer et suivre le lancement et la réalisation du projet en coordonnant les différents axes de pilotage (délais – coûts - qualité - rentabilité - résultats intermédiaires) pour mener celui-ci en cohérence avec le cahier des charges établi

Identifier et traiter les risques pouvant entraver le projet et prévoir les solutions pour les gérer et assurer la continuité des activités

Analyser les actions marketing, communication et social media existantes en interne et celles réalisées par la concurrence en s'appuyant sur les outils adaptés et réglementaires afin d'évaluer les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces du marché ciblé

Analyser les motivations et le comportement d'achat des clients en s'appuyant sur les outils adaptés et réglementaires afin d'évaluer le potentiel commercial

Définir une stratégie marketing, communication et social media en accord avec les objectifs commerciaux fixés et la politique RSE en s'appuyant sur l'analyse des cibles visées et de l'environnement concurrentiel pour maximiser la commercialisation auprès de nouvelles cibles et/ou fidéliser les clients existants et/ou développer la notoriété de la marque

Présenter le plan marketing, communication et social media aux différents pôles concernés et à l'organe de direction pour en obtenir l'adhésion

Mettre en oeuvre un plan d'actions marketing et de communication à l'appui des techniques marketing, d'une ligne éditorial et d'outils digitaux afin d'augmenter la visibilité et la notoriété de l'entreprise et réussir le développement commercial

Mettre en oeuvre un plan d'actions social media en planifiant et organisant la création, la publication et la modération des contenus pour atteindre les objectifs de la stratégie marketing et communication

Concevoir des tableaux de bord en utilisant les outils adaptés et en sélectionnant les indicateurs de performance pertinents afin de suivre les actions de marketing, communication et social media en temps réel

Analyser les résultats des actions de marketing, communication et social media en s'appuyant sur un tableau de bord pour conduire des actions correctives nécessaires

Etablir le bilan périodique du retour sur investissement (ROI) à partir d'outils de suivi et de reporting, et un rapport de gestion des budgets pour communiquer à l'organe de direction une vision d'ensemble des résultats obtenus et permettre la prise de décision

Identifier les besoins en prestations de voyages ou de services nécessaires à la production en intégrant la politique RSE et dans le cas des voyages d'affaires la politique voyage de l'entreprise (PVE) appliquée aux collaborateurs pour définir les objectifs stratégiques et opérationnels, pour cadrer son périmètre et définir ses priorités

Réaliser une veille des prestataires de voyages ou de services aux voyageurs en s'appuyant sur les outils adaptés pour détecter des opportunités de négociation auprès de prestataires

Définir la stratégie d'achat en s'appuyant sur l'analyse de l'environnement interne et externe pour déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires pour mettre en oeuvre la stratégie et les objectifs fixés dans le plan d'achat

Présenter la stratégie d'achat et ses orientations stratégiques à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire pour en obtenir la validation

Piloter les actions nécessaires à l'achat de prestations de voyages ou de services aux voyageurs en s'appuyant sur la stratégie d'achat pour atteindre les objectifs fixés

Constituer un réseau de fournisseurs en utilisant des techniques de sélection et de négociation en s'appuyant sur la stratégie d'achat pour atteindre les objectifs fixés

Concevoir un tableau de bord en utilisant les outils adaptés et en sélectionnant les indicateurs permettant de mesurer la performance de la stratégie achat et conduire des actions correctives si nécessaires

Établir le bilan périodique de la stratégie achat à partir d'outils de suivi et de reporting, de la gestion des budgets pour communiquer à l'organe de direction une vision d'ensemble des résultats obtenus pour permettre la prise de décision

## Blocs de compétences

### **RNCP38491BC01 — Conception d'une nouvelle offre de produit/service dans le secteur du tourisme et des voyages**

#### LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les offres produits/services existantes de l'entreprise en utilisant les données internes en s'appuyant sur les outils adaptés afin d'évaluer le potentiel commercial de l'entreprise.

Définir le positionnement marché et la valeur ajoutée de l'offre produit/service en étudiant l'offre de la concurrence et la demande pour contribuer à la prise de décision du développement.

Intégrer la dimension durable et financière à la décision de développement de l'offre produit/service en établissant un plan d'affaires ( entrepreneuriat ) ou un budget prévisionnel (service en intrapreneuriat ) pour finaliser la décision de la stratégie développement.

Intégrer les contraintes législatives, réglementaires et normatives à la décision de développement de l'offre produit/service en établissant un planning de mise en conformité pour finaliser la décision du développement.

Définir le plan d'actions en s'appuyant sur un diagnostic des ressources nécessaires et des solutions technologiques de production, d'achat, de distribution, de gestion commerciale, de gestion de relation client et d'intelligence décisionnelle pour prioriser les actions de mise en oeuvre de la stratégie de développement.

Présenter la stratégie de développement à destination de l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire pour obtenir la validation du développement.

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

- épreuve écrite et orale - individuelle

### **RNCP38491BC02 — Management commercial des produits et services du tourisme et des voyages**

#### LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les pratiques commerciales (B2B et B2C) existantes de l'entreprise en utilisant les données internes et externes en s'appuyant sur les outils adaptés afin d'évaluer le potentiel de développement commercial de l'entreprise.

Définir la stratégie commerciale (B2B et B2C) de manière concertée avec le pôle marketing et l'organe de direction et en s'appuyant sur l'analyse de l'environnement interne et externe pour déterminer les orientations commerciales stratégiques.

Présenter la stratégie commerciale (B2B et B2C) et le budget annuel à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire pour en obtenir la validation.

Déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires en interne et au travers du réseau de partenaires commerciaux (B2B) pour mettre en œuvre la stratégie commerciale et atteindre les objectifs fixés.

Mettre en œuvre et piloter les actions nécessaires (physiques, hybrides ou digitales) à la fidélisation des clients et à l'acquisition de prospects de manière concertée avec le pôle communication et marketing pour atteindre les objectifs commerciaux fixés.

Négocier avec les clients "grands comptes" en B2C et les partenaires commerciaux en B2B afin de parvenir à un accord commercial satisfaisant et durable, avec des volumes importants et/ou s'inscrivant sur la durée.

Concevoir un tableau de bord en utilisant les outils adaptés et en sélectionnant les indicateurs permettant de mesurer la performance de la stratégie commerciale.

Analyser l'efficacité des équipes commerciales et du réseau de partenaires commerciaux en identifiant des indicateurs de performance pour conduire des actions correctives nécessaires.

Établir le bilan périodique de l'activité commerciale à partir d'outils de suivi et de reporting, de la gestion des budgets pour communiquer à l'organe de direction une vision d'ensemble des résultats obtenus pour permettre la prise de décision.

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas - épreuve écrite et orale - individuelle

## **RNCP38491BC03 — Revenue management et e-distribution dans le secteur du tourisme et des voyages**

### **LISTE DE COMPÉTENCES**

Analyser les pratiques tarifaires existantes et les canaux de distribution de l'entreprise en utilisant les données internes et externes pour évaluer le potentiel de la mise en place d'une stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution.

Définir la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution de manière concertée avec le pôle commercial et l'organe de direction et en s'appuyant sur l'analyse des données internes et externes pour maximiser la commercialisation et le rendement des produits et/ou services.

Présenter la stratégie et le budget annuel d'optimisation des revenus et d'e-distribution à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire chiffré pour en obtenir la validation.

Déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires pour mettre en œuvre la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution et les objectifs fixés.

Sélectionner et constituer un réseau de partenaires technologiques et commerciaux nécessaires à la mise en place et au pilotage de la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution.

Concevoir un tableau de bord en utilisant les outils adaptés et en sélectionnant les indicateurs propres au revenue management pour mesurer l'efficacité d'optimisation des revenus.

Configurer et mettre à jour les outils (systèmes de réservation et/ou système de gestion de revenus) pour appliquer la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution.

Réaliser des recommandations régulières en analysant les indicateurs de performance propre au revenue management et à la e-distribution appliqué aux produits/services du tourisme et des voyages pour maximiser le revenu.

### **MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Étude de cas - examen écrit - individuel

## **RNCP38491BC04 — Management de projet dans le secteur du tourisme et des voyages**

### **LISTE DE COMPÉTENCES**

Collecter, analyser et hiérarchiser les besoins du client pour définir les objectifs, le périmètre et les priorités du projet (pour les projets événementiels en prenant en compte la politique RSE de l'entreprise cliente ou pour les projets techniques: en prenant en compte l'environnement technique de l'entreprise cliente)

Rédiger le cahier des charges à partir des besoins et des ressources (humaines, matérielles, financières, techniques) mobilisables pour préciser le périmètre d'intervention contractuel et le budget à respecter.

Réaliser le rétro planning du projet en attribuant les tâches identifiées aux collaborateurs de l'équipe projet constituée en prenant en compte les éventuelles spécificités d'un collaborateur en situation de handicap pour coordonner sa mise en œuvre.

Définir les indicateurs de contrôle pour permettre le suivi de l'état d'avancement et limiter les risques pouvant entraver le projet.

Assurer et suivre le lancement et la réalisation du projet en coordonnant les différents axes de pilotage (délais – coûts - qualité - rentabilité - résultats intermédiaires) pour mener celui-ci en cohérence avec le cahier des charges établi.

Identifier et traiter les risques pouvant entraver le projet et prévoir les solutions pour les gérer et assurer la continuité des activités.

### **MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Mise en situation professionnelle - épreuve écrite et orale - individuelle

## **RNCP38491BC05 — Management du marketing et de la communication dans le secteur du tourisme et des voyages**

### **LISTE DE COMPÉTENCES**

Analyser les actions marketing, communication et social media existantes en interne et celles réalisées par la concurrence en s'appuyant sur les outils adaptés et réglementaires afin d'évaluer les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces du marché ciblé.

Analyser les motivations et le comportement d'achat des clients en s'appuyant sur les outils adaptés et réglementaires afin d'évaluer le potentiel commercial.

Définir une stratégie marketing, communication et social media en accord avec les objectifs commerciaux fixés et la politique RSE en s'appuyant sur l'analyse des cibles visées et de l'environnement concurrentiel pour maximiser la commercialisation auprès de nouvelles cibles et/ou

fidéliser les clients existants et/ou développer la notoriété de la marque.

Présenter le plan marketing, communication et social media aux différents pôles concernés et à l'organe de direction pour en obtenir l'adhésion.

Mettre en oeuvre un plan d'actions marketing et de communication à l'appui des techniques marketing, d'une ligne éditorial et d'outils digitaux afin d'augmenter la visibilité et la notoriété de l'entreprise et réussir le développement commercial

Mettre en oeuvre un plan d'actions social media en planifiant et organisant la création, la publication et la modération des contenus pour atteindre les objectifs de la stratégie marketing et communication

Concevoir des tableaux de bord en utilisant les outils adaptés et en sélectionnant les indicateurs de performance pertinents afin de suivre les actions de marketing, communication et social media en temps réel.

Analyser les résultats des actions de marketing,

communication et social media en s'appuyant sur un tableau de bord pour conduire des actions correctives nécessaires.

Etablir le bilan périodique du retour sur investissement (ROI) à partir d'outils de suivi et de reporting, et un rapport de gestion des budgets pour communiquer à l'organe de direction une vision d'ensemble des résultats obtenus et permettre la prise de décision.

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle - épreuve écrite et orale - individuelle

### **RNCP38491BC06 — Management des achats dans le secteur du tourisme et des voyages**

#### LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les besoins en prestations de voyages ou de services nécessaires à la production en intégrant la politique RSE et dans le cas des voyages d'affaires la politique voyage de l'entreprise (PVE) appliquée aux collaborateurs pour définir les objectifs stratégiques et opérationnels, pour cadrer son périmètre et définir ses priorités.

Réaliser une veille des prestataires de voyages ou de services aux voyageurs en s'appuyant sur les outils adaptés pour détecter des opportunités de négociation auprès de prestataires.

Définir la stratégie d'achat en s'appuyant sur l'analyse de l'environnement interne et externe pour déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires pour mettre en œuvre la stratégie et les objectifs fixés dans le plan d'achat.

Présenter la stratégie d'achat et ses orientations stratégiques à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire pour en obtenir la validation.

Piloter les actions nécessaires à l'achat de prestations de voyages ou de services aux voyageurs en s'appuyant sur la stratégie d'achat pour atteindre les objectifs fixés.

Constituer un réseau de fournisseurs en utilisant des techniques de sélection et de négociation en s'appuyant sur la stratégie d'achat pour atteindre les objectifs fixés.

Concevoir un tableau de bord en utilisant les outils adaptés et en sélectionnant les indicateurs permettant de mesurer la performance de la stratégie achat et conduire des actions correctives si nécessaires.

Établir le bilan périodique de la stratégie achat à partir d'outils de suivi et de reporting, de la gestion des budgets pour communiquer à l'organe de direction une vision d'ensemble des résultats obtenus pour permettre la prise de décision.

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle - épreuve écrite - individuelle

## **Secteur d'activité et type d'emploi**

#### SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tour opérateur

Agence de voyages de loisirs et/ou d'affaires et/ou 100% en ligne

Comparateur et moteur de recherche de voyages

Agence de voyages de loisirs et/ou d'affaires

indépendantes, franchisée ou intégrée à un réseau, Agence de voyage réceptive

Opérateur d'activités de loisirs

Organisme institutionnel du tourisme

Agence de tourisme d'affaires et événementielle

## Hébergement

indépendant ( hôtellerie, hôtellerie de plein air, gîtes & chambres d'hôtes), Chaîne d'hébergement ( hôtellerie, hôtellerie de plein air, gîtes & chambres d'hôtes)

Entreprise de transport de voyageurs (compagnie aérienne, compagnie maritime, compagnie ferroviaire, transport automobile de personnes, loueur de voitures et vélos)

Entreprise d'informatique dédiée à des activités du tourisme et des voyages : Global Distribution System (système de distribution mondiale), éditeur de solutions de gestion et de réservation ou de paiement des voyages de loisirs et des voyages d'affaires

### TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de produit tourisme

Chef de projet événementiel

Chargé de voyage en entreprise, Travel Manager, Mobility Manager

Responsable développement, Business Developer

Chargé de mission tourisme

Responsable Commercial

Responsable Marketing, Responsable Webmarketing, Responsable Communication, Responsable Digital,

Responsable e-commerce, Responsable Community Management

Responsable Grands Comptes, Customer Success Manager

Responsable Ventes

Directeur de structure d'hébergement touristique

## Marché du travail

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

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tension de recrutement (DARES 2024)</b> | Faible (2/5)<br>Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Facteurs principaux</b>                 | Manque de main-d'œuvre disponible                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Salaire médian (mensuel)</b>            | 3 149 €                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Familles professionnelles (FAP)</b>     | J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme · tension 2/5 (Faible)<br>J6X90 — Cadres des transports et du tourisme · tension 3/5 (Modérée)<br>R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée)<br>R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) |
| <b>Projets de recrutement (BMO 2026)</b>   | 10 093                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Jugés difficiles à recruter</b>         | 31 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Emplois saisonniers</b>                 | 9 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Familles professionnelles (FAP)</b>     | J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme<br>J6X90 — Cadres des transports et du tourisme<br>R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)<br>R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique                                                                                               |

## Voies d'accès

### MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, VAE

## PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Être titulaire d'une certification de niveau 6 dans les domaines du tourisme, de l'économie, du droit, de la gestion, des langues étrangères, de la géographie, des lettres, du business ou du management

## COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, VAE

1 représentant du certificateur

2 professionnels minimum exerçant ou ayant exercé le métier visé

## 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 | 10 625 €           |
| Selon la branche        | 7 000 € – 11 846 € |

| Prise en charge | Branches concernées                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10 625 €        | Valeur par défaut · 201 branches                                                                                                                                                                                    |
| 11 846 €        | CPNE Casinos, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC), CPNEF des organismes de tourisme, CPNEF du golf |
| 9 803 €         | CPNEFP Agences de voyages et tourisme                                                                                                                                                                               |
| 8 696 €         | CPNEFP Import-Export                                                                                                                                                                                                |
| 8 400 €         | CPNEFP de la branche de la promotion immobilière                                                                                                                                                                    |
| 8 199 €         | CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie                                                                                                                    |
| 8 000 €         | CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil                                                                                                                                                      |
| 7 000 €         | CPNEFP de la métallurgie                                                                                                                                                                                            |

## Base légale

|                                      |            |
|--------------------------------------|------------|
| Date de décision                     | 21/12/2023 |
| Durée de l'enregistrement            | 3 ans      |
| Date d'échéance de l'enregistrement  | 21/12/2026 |
| Date de dernière délivrance possible | 21/12/2030 |

## Statistiques

| Année | Certifiés | Dont VAE | Insertion 6 mois | Métier 2 ans |
|-------|-----------|----------|------------------|--------------|
| 2023  | 79        | 1        | 93 %             | —            |
| 2022  | 75        | 5        | 94 %             | —            |
| 2021  | 89        | 5        | 80 %             | 68 %         |

## Liens avec d'autres certifications

### ANCIENNES VERSIONS

RNCP36576

### NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42171

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)  
RNCP36576

## Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

En formation initiale:

En formation continue: <https://www.escaet.fr/formation-pro/obtenir-diplome/mba/>

Par la VAE:

### Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38491/>

## Où se former

|                        |          |
|------------------------|----------|
| Formations référencées | 1        |
| Organismes             | 1        |
| Régions couvertes      | 1        |
| Prix indicatif         | 10 900 € |
| Durée                  | 1589 h   |

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

## Se former en apprentissage

|                                |                      |
|--------------------------------|----------------------|
| Formations en apprentissage    | 1                    |
| Organismes gestionnaires (CFA) | 1                    |
| Organismes formateurs          | 1                    |
| Régions couvertes              | 1                    |
| Départements couverts          | 1                    |
| Organismes certifiés Qualiopi  | 1                    |
| Sessions                       | de 10/2025 à 09/2028 |

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

## Entrées et sorties de formation

|                        |                   |
|------------------------|-------------------|
| Entrées en formation   | 9                 |
| Parcours menés à terme | 8                 |
| Taux d'achèvement      | 89 %              |
| Période                | 06/2024 – 03/2026 |

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

## Demande CPF — formations engagées

|                      |    |
|----------------------|----|
| Dossiers CPF engagés | 19 |
|----------------------|----|

|                          |                   |
|--------------------------|-------------------|
| Montant total engagé     | 58 231 €          |
| Coût moyen par dossier   | 3 065 €           |
| Durée moyenne            | 891 h             |
| Période                  | 04/2024 – 08/2026 |
| France compétences       | 80 %              |
| France Travail           | 17 %              |
| Reste à charge titulaire | 3 %               |

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