

Chargé de développement d'activités touristiques

RNCP40279 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	334
Formacode(s)	42668, 42648, 42625, 42677
Code(s) ROME	G1101, G1102, G1301, G1302, G1303
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	28/02/2025
Date d'échéance	28/02/2028

Certificateur(s)

ECOLE FR HOTESSE ET DE TOURISME - EFHT · SIRET : 48336413900020

Partenaires habilités

8 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 8 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASSOCIATION DE GESTION DE L'ECOLE SUPERIEURE DES SERVICES	80760437600028	Former et organiser l'évaluation
ECOLE FR HOTESSE ET DE TOURISME - EFHT	48336413900020	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUP COMMERCE AFFAIRES MANAGEMENT	81436722300017	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEUR DES SERVICES	41811390800036	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE DES AFFAIRES ET DU MANAGEMENT	81436722300041	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE DES AFFAIRES ET DU MANAGEMENT	81436722300066	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE SCE ENTREPRISES	41770807000061	Former et organiser l'évaluation
KEYCE ACADEMY - COLLEGE DE PARIS	51872913200069	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Chargé de développement d'activités touristiques vise à concevoir, développer et commercialiser des offres touristiques adaptées aux besoins du marché, aux tendances de consommation et aux attentes des clients.

Cette fonction stratégique s'exerce au sein d'entreprises variées du secteur touristique, telles que des tour-opérateurs, des offices de tourisme, ou des agences de voyages.

L'une de ses missions majeures est d'identifier les opportunités sur le marché, d'anticiper les nouvelles attentes des

consommateurs et de répondre aux tendances du tourisme durable et inclusif. Il doit allier créativité et pragmatisme, tout en intégrant des préoccupations sociétales et environnementales croissantes dans l'élaboration des offres touristiques. Dans un contexte de digitalisation rapide et d'évolution constante du secteur, la maîtrise des technologies numériques, des outils d'analyse de données, ainsi que des compétences en gestion de projets sont essentielles. Le développement commercial multicanal, la gestion des partenariats stratégiques et l'adaptabilité face aux crises sont des compétences indispensables pour ce poste.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse du marché de l'offre touristique
Élaboration d'une offre touristique inclusive et durable
Développement de l'offre touristique
Analyse de marché et élaboration de la stratégie commerciale
Gestion et développement de la vente de projets/produits touristiques
Gestion de la relation client et conformité
Analyse stratégique et veille concurrentielle
Développement et gestion de contenus en ligne
Élaboration de stratégies de communication et gestion de partenariats
Analyse financière et gestion des coûts
Stratégie financière et gestion des risques

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Identifier les différents segments de l'industrie du tourisme et du voyage et les nouvelles tendances en réalisant des analyses de marché afin de concevoir de nouveaux projets/produits touristiques, en intégrant des technologies innovantes pour améliorer l'expérience client en prenant compte des différentes formes de handicap et leurs particularités.

Appréhender les différentes composantes du tourisme d'affaires (séminaires, team building, Meetings Incentive Congress Events, Bleisure) en étudiant les besoins spécifiques de ce segment afin de développer des offres adaptées et attractives.

S'initier à la géopolitique et à ses conséquences dans le tourisme en suivant l'actualité territoriale, nationale et internationale afin d'anticiper les impacts sur les flux touristiques et de s'adapter aux évolutions du contexte global.

Développer une offre touristique durable et inclusive en appliquant les standards d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap afin de concevoir des produits répondant aux attentes du marché, tant pour le secteur incoming (la clientèle qui voyage en France) que pour le secteur outgoing (les Français qui voyagent à l'étranger).

Concevoir et gérer des packages touristiques durables outgoing en collaboration avec des Destination Management Companies (DMC) et les différents prestataires à destinations (agences réceptives locales, hôtels, restaurants) afin de garantir une expérience client de qualité et respectueuse de l'environnement.

Établir des partenariats stratégiques avec des fournisseurs locaux en développant des relations de confiance afin de créer des itinéraires touristiques sur mesure intégrant des expériences culturelles authentiques et durables.

Coordonner la logistique des voyages, incluant le transport à l'aide d'un GDS (type Amadeus), l'hébergement et les activités afin d'assurer un déroulement fluide des séjours.

Gérer les urgences et répondre aux imprévus en développant des protocoles de gestion de crise afin de garantir la sécurité et la satisfaction des clients en toutes circonstances.

Analyser les informations relatives au marché du tourisme en utilisant diverses techniques de benchmarking afin d'évaluer et d'intégrer les nouvelles tendances de consommation dans les stratégies commerciales.

Diagnostiquer la politique marketing et commerciale de l'entreprise ou de l'unité touristique en réalisant des audits et des analyses comparatives afin d'identifier les forces, les faiblesses et les axes d'amélioration.

Analyser et synthétiser l'ensemble des données récoltées en utilisant des outils d'analyse performants afin de les exploiter efficacement dans la prise de décisions stratégiques.

Nouer et développer des partenariats stratégiques avec les différents acteurs du tourisme (DMC, tour operators, réseaux de distribution, etc.) en maîtrisant les techniques de vente multi-canal et de négociation commerciale, en français et en anglais, afin d'élargir le réseau et d'optimiser les opportunités de vente.

Planifier les actions et définir les indicateurs de performance (KPI) en élaborant des plans d'action détaillés et en sélectionnant des métriques pertinentes afin de mesurer et d'optimiser les résultats des stratégies commerciales.

Mettre en œuvre des techniques de vente directe et indirecte en utilisant notamment le e-commerce afin de maximiser les ventes et atteindre une audience plus large.

Gérer la relation client (CRM) en utilisant des outils et des techniques de gestion de la relation client afin de fidéliser

et de développer la clientèle.

Fixer et piloter les objectifs commerciaux en établissant des objectifs clairs et en suivant leur réalisation afin d'assurer la croissance et la rentabilité de l'entreprise.

Appliquer les conditions générales et particulières de vente en respectant le droit du consommateur et le code du tourisme afin de garantir la conformité et la satisfaction des clients.

Réaliser une veille concurrentielle pour identifier les opportunités, analyser et synthétiser les données récoltées et intégrer des technologies innovantes, comme la réalité augmentée et virtuelle dans les projets/produits touristiques.

Analyser les données web pour mesurer les performances des campagnes et ajuster les stratégies en fonction des tendances du marché touristique.

Comprendre et analyser la visibilité en ligne des offres touristiques grâce au référencement naturel et payant (SEO et SEA).

Analyser et créer un cahier des charges afin d'élaborer des kits de communication visuelle (brochures, flyers, affiches...) en utilisant le storytelling pour promouvoir des projets/produits touristiques et en intégrant les principes de la communication et les fondamentaux de l'accueil adaptés aux personnes en situation de handicap.

Gérer le contenu en ligne afin d'optimiser le marketing entrant (inbound marketing) et de développer des campagnes publicitaires en ligne ciblées.

Utiliser les plateformes de médias sociaux selon les besoins (Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest...) afin de créer des campagnes interactives et innovantes.

Concevoir des stratégies de marketing promotionnelles par courriel (newsletters) et évaluer le retour sur investissement des campagnes marketing.

Mettre en place l'agilité en communication interne afin de fédérer les équipes autour d'une gestion de projet collaborative et innovante.

Organiser et gérer des événements promotionnels, établir des partenariats avec des créateurs de contenus (influenceurs) et des blogueurs de voyage.

Élaborer et accompagner les relations publiques en créant des communiqués de presse qui intègrent les principes de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) et gérer les crises de communication et la réputation en ligne en répondant efficacement aux avis.

Comprendre et appliquer les principes fondamentaux des états financiers en analysant les comptes de résultat, bilans, soldes intermédiaires de gestion et fonds de roulement afin d'évaluer la santé financière de l'entreprise.

Déterminer le coût de revient d'un projet/produit touristique en utilisant des outils bureautiques (Word, Excel) afin de calculer le retour sur investissement (ROI) et d'optimiser les marges bénéficiaires.

Appliquer les réglementations fiscales en suivant les lois et règlements en vigueur afin d'assurer la conformité fiscale et de minimiser les risques d'infractions.

Maîtriser la comptabilité et le reporting financier en tourisme en respectant les normes de reporting en matière de RSE et durabilité afin d'établir des tableaux de bord financiers permettant le suivi des performances.

Comprendre et appliquer la gestion prévisionnelle en maîtrisant les méthodes de valorisation de l'entreprise, en pilotant les activités et en élaborant des prévisions budgétaires afin d'anticiper les besoins financiers et de planifier les ressources.

Identifier et analyser les sources de financement en évaluant les options disponibles (prêts bancaires, subventions, investisseurs) afin de sécuriser les fonds nécessaires pour le développement des projets touristiques.

Intégrer les principes de finance responsable et sociétale (ISR) en adoptant des pratiques financières éthiques et durables afin de répondre aux attentes des parties prenantes et de promouvoir la responsabilité sociale de l'entreprise.

Évaluer les risques financiers en identifiant les menaces potentielles et en mettant en place des stratégies de mitigation afin de protéger l'entreprise contre les pertes financières.

Suivre les tendances économiques et leur impact sur le tourisme en analysant les données économiques et en adaptant les stratégies de l'entreprise afin de tirer parti des opportunités et de minimiser les risques liés aux fluctuations économiques.

Blocs de compétences

RNCP40279BC01 — Concevoir une offre touristique

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les différents segments de l'industrie du tourisme et du voyage et les nouvelles tendances en réalisant des analyses de marché afin de concevoir de nouveaux projets/produits touristiques, en intégrant des technologies innovantes pour améliorer l'expérience client en prenant compte des différentes formes de handicap et leurs particularités.

Appréhender les différentes composantes du tourisme d'affaires (séminaires, team building, Meetings Incentive Congress Events, Bleisure) en étudiant les besoins spécifiques de ce segment afin de développer des offres adaptées et attractives.

S'initier à la géopolitique et à ses conséquences dans le tourisme en suivant l'actualité territoriale, nationale et internationale afin d'anticiper les impacts sur les flux touristiques et de s'adapter aux évolutions du contexte global.

Développer une offre touristique durable et inclusive en appliquant les standards d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap afin de concevoir des produits répondant aux attentes du marché, tant pour le secteur incoming (la clientèle qui voyage en France) que pour le secteur outgoing (les Français qui voyagent à l'étranger).

Concevoir et gérer des packages touristiques durables outgoing en collaboration avec des Destination Management Companies (DMC) et les différents prestataires à destinations (agences réceptives locales, hôtels, restaurants) afin de garantir une expérience client de qualité et respectueuse de l'environnement.

Établir des partenariats stratégiques avec des fournisseurs locaux en développant des relations de confiance afin de créer des itinéraires touristiques sur mesure intégrant des expériences culturelles authentiques et durables.

Coordonner la logistique des voyages, incluant le transport à l'aide d'un GDS (type Amadeus), l'hébergement et les activités afin d'assurer un déroulement fluide des séjours.

Gérer les urgences et répondre aux imprévus en développant des protocoles de gestion de crise afin de garantir la sécurité et la satisfaction des clients en toutes circonstances.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Quiz sur les tendances du tourisme et du voyage

Présentation en groupe sur un sujet géopolitique devant un jury

Projet sur l'accessibilité dans le tourisme

Étude de cas individuelle sous surveillance d'un jury

RNCP40279BC02 — Élaborer une stratégie commerciale afin de développer des offres touristiques

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les informations relatives au marché du tourisme en utilisant diverses techniques de benchmarking afin d'évaluer et d'intégrer les nouvelles tendances de consommation dans les stratégies commerciales.

Diagnostiquer la politique marketing et commerciale de l'entreprise ou de l'unité touristique en réalisant des audits et des analyses comparatives afin d'identifier les forces, les faiblesses et les axes d'amélioration.

Analyser et synthétiser l'ensemble des données récoltées en utilisant des outils d'analyse performants afin de les exploiter efficacement dans la prise de décisions stratégiques.

Nouer et développer des partenariats stratégiques avec les différents acteurs du tourisme (DMC, tour operators, réseaux de distribution, etc.) en maîtrisant les techniques de vente multi-canal et de négociation commerciale, en français et en anglais, afin d'élargir le réseau et d'optimiser les opportunités de vente.

Planifier les actions et définir les indicateurs de performance (KPI) en élaborant des plans d'action détaillés et en sélectionnant des métriques pertinentes afin de mesurer et d'optimiser les résultats des stratégies commerciales.

Mettre en œuvre des techniques de vente directe et indirecte en utilisant notamment le e-commerce afin de maximiser les ventes et atteindre une audience plus large.

Gérer la relation client (CRM) en utilisant des outils et des techniques de gestion de la relation client afin de fidéliser et de développer la clientèle.

Fixer et piloter les objectifs commerciaux en établissant des objectifs clairs et en suivant leur réalisation afin d'assurer la croissance et la rentabilité de l'entreprise.

Appliquer les conditions générales et particulières de vente en respectant le droit du consommateur et le code du tourisme afin de garantir la conformité et la satisfaction des clients.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de marché et benchmarking

Mise en situation/Jeu de rôle avec présentation devant un jury : développement de partenariats stratégiques

Étude de cas individuelle sous surveillance d'un jury

RNCP40279BC03 — Promouvoir une activité ou un projet touristique

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une veille concurrentielle pour identifier les opportunités, analyser et synthétiser les données récoltées et intégrer des technologies innovantes, comme la réalité augmentée et virtuelle dans les projets/produits touristiques.

Analyser les données web pour mesurer les performances des campagnes et ajuster les stratégies en fonction des tendances du marché touristique.

Comprendre et analyser la visibilité en ligne des offres touristiques grâce au référencement naturel et payant (SEO et SEA).

Analyser et créer un cahier des charges afin d'élaborer des kits de communication visuelle (brochures, flyers, affiches...) en utilisant le storytelling pour promouvoir des projets/produits touristiques et en intégrant les principes de la communication et les fondamentaux de l'accueil adaptés aux personnes en situation de handicap.

Gérer le contenu en ligne afin d'optimiser le marketing entrant (inbound marketing) et de développer des campagnes publicitaires en ligne ciblées.

Utiliser les plateformes de médias sociaux selon les besoins (Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest...) afin de créer des campagnes interactives et innovantes.

Concevoir des stratégies de marketing promotionnelles par courriel (newsletters) et évaluer le retour sur investissement des campagnes marketing.

Mettre en place l'agilité en communication interne afin de fédérer les équipes autour d'une gestion de projet collaborative et innovante.

Organiser et gérer des événements promotionnels, établir des partenariats avec des créateurs de contenus (influenceurs) et des blogueurs de voyage.

Élaborer et accompagner les relations publiques en créant des communiqués de presse qui intègrent les principes de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) et gérer les crises de communication et la réputation en ligne en répondant efficacement aux avis.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Production d'une analyse concurrentielle et intégration de technologies innovantes

Présentation orale devant un jury

Étude de cas individuelle sous surveillance d'un jury

RNCP40279BC04 — Piloter une activité ou un projet touristique

LISTE DE COMPÉTENCES

Comprendre et appliquer les principes fondamentaux des états financiers en analysant les comptes de résultat, bilans, soldes intermédiaires de gestion et fonds de roulement afin d'évaluer la santé financière de l'entreprise.

Déterminer le coût de revient d'un projet/produit touristique en utilisant des outils bureautiques (Word, Excel) afin de calculer le retour sur investissement (ROI) et d'optimiser les marges bénéficiaires.

Appliquer les réglementations fiscales en suivant les lois et règlements en vigueur afin d'assurer la conformité fiscale et de minimiser les risques d'infractions.

Maîtriser la comptabilité et le reporting financier en tourisme en respectant les normes de reporting en matière de RSE et durabilité afin d'établir des tableaux de bord financiers permettant le suivi des performances.

Comprendre et appliquer la gestion prévisionnelle en maîtrisant les méthodes de valorisation de l'entreprise, en pilotant les activités et en élaborant des prévisions budgétaires afin d'anticiper les besoins financiers et de planifier les ressources.

Identifier et analyser les sources de financement en évaluant les options disponibles (prêts bancaires, subventions, investisseurs) afin de sécuriser les fonds nécessaires pour le développement des projets touristiques.

Intégrer les principes de finance responsable et sociétale (ISR) en adoptant des pratiques financières éthiques et durables afin de répondre aux attentes des parties prenantes et de promouvoir la responsabilité sociale de l'entreprise.

Évaluer les risques financiers en identifiant les menaces potentielles et en mettant en place des stratégies de mitigation afin de protéger l'entreprise contre les pertes financières.

Suivre les tendances économiques et leur impact sur le tourisme en analysant les données économiques et en adaptant les stratégies de l'entreprise afin de tirer parti des opportunités et de minimiser les risques liés aux fluctuations économiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Production d'une analyse financière sous surveillance d'un jury

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Chargé de développement d'activités touristiques exerce dans plusieurs secteurs liés au tourisme. Il peut travailler au sein d'agences de voyages distributrices, qui conçoivent et vendent des séjours en France ou à l'étranger, ou encore dans des agences réceptives, qui accueillent des touristes étrangers. Il est aussi employable chez des tours-opérateurs, qui élaborent des produits touristiques, ou dans des structures dédiées au tourisme associatif, comme les comités d'entreprise, les clubs, ou les associations. Le secteur des congrès et affaires, les croisiéristes, les parcs d'attraction, les sites de loisirs, ainsi que les centrales de réservation pour des prestations touristiques constituent également des débouchés importants. En outre, les entreprises de transport (aérien, ferroviaire, autocaristes, etc.) et les structures d'hébergement (hôtels, campings, villages vacances) sont aussi des employeurs potentiels.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé de développement touristique
- Chef de produit tourisme
- Concepteur de produits ou prestations touristiques
- Commercial en produits touristiques
- Responsable de projet touristique
- Chargé de développement territorial
- Agent de réservation
- Responsable marketing dans le tourisme
- Yield manager
- Assistant acheteur MICE
- Chargé de mission promotion et valorisation du tourisme local
- Chargé de projet de développement
- Chef de produit
- Travel business manager

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

Avoir une certification professionnelle de niveau 5 (ou le cas échéant avoir obtenu l'accord d'entrée en formation par le certificateur)

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.

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	6 726 €
Selon la branche	5 400 € – 6 806 €
Prise en charge	Branches concernées
6 726 €	Valeur par défaut · 204 branches
6 806 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés, CPNIEFP dans la coopération agricole
6 750 €	CPNE de l'immobilier, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC)
6 500 €	CPNEF des organismes de tourisme, CPNEFP Agences de voyages et tourisme
6 368 €	CPNEFP hôtellerie de plein air
5 400 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil

Base légale

Date de décision	28/02/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	28/02/2028
Date de dernière délivrance possible	28/02/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	68	1	93 %	—
2022	76	0	100 %	52 %
2021	59	0	90 %	35 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP35201

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.efht.fr/formation-bachelor-tourisme/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40279/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	5 964 €

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	4
Organismes gestionnaires (CFA)	3
Organismes formateurs	3
Régions couvertes	2
Départements couverts	3
Organismes certifiés Qualiopi	3
Sessions	de 08/2026 à 07/2028

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	1 478 €
Coût moyen par dossier	739 €
Durée moyenne	283 h
Période	01/2026
France compétences	100 %

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