

Directeur de produits touristiques

RNCP40373 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	334
Formacode(s)	42648, 42638, 42668, 42659, 42627
Code(s) ROME	M1703, G1301, G1302
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	28/03/2025
Date d'échéance	28/03/2027

Certificateur(s)

EXCELIA GROUP · SIRET : 34876850800015<https://www.excelia-group.com>

Partenaires habilités

4 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 4 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
GROUPE PARIS ECOLE DE MANAGEMENT	48888299400046	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE FORMATION PROFESSIONNELLE DES OUTRE-MER	90446989700022	Former et organiser l'évaluation
PEM EDUCATION	48888299400053	Former et organiser l'évaluation
PEM EDUCATION	48888299400061	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Dans un secteur en constante évolution, influencé par les facteurs économiques, sociétaux et environnementaux, les acteurs du tourisme recherchent des professionnels qualifiés, capables de répondre aux attentes d'une clientèle qui privilégie les expériences authentiques, personnalisées et durables.

Le directeur de produits touristiques dispose d'une vision globale, conceptuelle, pratique et commerciale d'une offre de produits/services, propose des pratiques durables et innovantes et joue un rôle clé dans les transformations et innovations du secteur.

ACTIVITÉS VISÉES

Déploiement d'une veille prospective des marchés touristiques

Diagnostic des enjeux et problématiques associés au développement d'un marché touristique (destination ou territoire)

Élaboration de la stratégie de développement d'un marché touristique

Identification des opportunités de développement de nouveaux produits/services touristiques

Élaboration d'un réseau de partenaires de produits/services touristiques

Définition des objectifs et analyse des impacts du développement d'un produit/service touristique
Conception d'un produit/service touristique s'adressant à tout public dans une logique d'accessibilité
Conception d'une stratégie de commercialisation d'un produit/service touristique
Construction d'un plan de communication/marketing inclusif
Manager les équipes pluridisciplinaires en charge de prestations touristiques
Évaluation de la performance et de la qualité des produits/services touristiques

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Assurer une veille de l'environnement géopolitique, économique, juridique d'un marché touristique (destination ou territoire)

afin d'en repérer les évolutions, les opportunités et les risques.

Analyser les données d'un marché touristique afin de caractériser ses différentes composantes et établir une analyse prospective.

Cartographier l'ensemble des parties prenantes d'un marché touristique afin d'identifier celles susceptibles d'impacter ou d'être impactées par les activités et le développement touristique d'une destination.

Anticiper les impacts économiques et sociétaux du développement d'un marché touristique afin de déterminer les enjeux de régulation des flux touristiques et de développement d'un territoire.

Établir le diagnostic stratégique d'un marché touristique et ses facteurs de différenciation en matière d'offre touristique, afin d'identifier les enjeux prioritaires et les leviers d'action de son développement.

Élaborer les orientations stratégiques relatives au développement d'un marché touristique afin de définir une stratégie cohérente avec les enjeux économiques, commerciaux et RSE d'un territoire.

Décliner les orientations stratégiques de développement d'un marché touristique en plan d'actions afin de permettre leur mise

en œuvre.

Analyser le portefeuille d'offres touristiques existant afin d'identifier les possibilités de développement de nouveaux produits/ services touristiques pouvant renforcer l'offre.

Identifier les innovations pouvant impacter le développement de nouveaux produit/services touristiques.

Concevoir un nouveau portefeuille d'offres touristiques pour répondre aux besoins d'un marché touristique (territoire ou destination).

Identifier et caractériser les partenaires d'un territoire touristique pour constituer une base de données partenaires qualifiés.

Concevoir une proposition de partenariat adaptée aux acteurs publics ou privés pour créer des synergies pérennes.

Déterminer les objectifs d'un projet touristique en veillant au respect de la réglementation concernant l'ensemble des obligations légales et contractuelles afin d'en assurer la cohérence avec la stratégie définie.

Identifier les incidences sociétales et environnementales d'un produit/service touristique afin d'en garantir la faisabilité.

Concevoir le déroulé d'une offre touristique en tenant compte des critères d'accessibilité afin de documenter le parcours expérientiel de l'utilisateur du service/produit.

Déterminer les besoins financiers d'un produit/service touristique pour construire le budget prévisionnel et permettre sa viabilité en tenant compte des fluctuations saisonnières.

Élaborer un plan d'action commercial afin d'assurer la vente d'un produit/service touristique.

Mobiliser les outils numériques permettant la mise en œuvre d'une commercialisation adaptée et inclusive pour chaque cible client (y compris les personnes en situation de handicap).

Définir une stratégie de communication utilisant différents médias afin de promouvoir un produit/service touristique auprès de tous publics.

Construire les éléments de communication afin d'atteindre les objectifs de visibilité pour tous les publics (y compris les personnes en situation de handicap).

Mettre en œuvre les outils de distribution accessibles afin de valoriser l'attrait touristique d'un territoire et/ou d'un produit touristique auprès de tous les publics (dont les personnes en situation de handicap).

Établir le planning des activités d'une équipe pluridisciplinaire pour coordonner la production, la commercialisation et le

déploiement d'un produit/service touristique.

Coordonner les réseaux partenaires (hébergeurs, tour-opérateurs, agences de voyages, agences événementielles, offices de tourisme...) afin de maîtriser les flux touristiques.

Adapter ses pratiques et modes de communication dans un souci de respect de la diversité, de l'interculturalité et de

l'accessibilité afin de fédérer les équipes et renforcer leur niveau d'implication.

Concevoir les outils d'évaluation des produits/services touristiques afin de mesurer les performances.

Analyser les résultats d'un produit/service touristique afin d'identifier les axes d'amélioration sur les aspects financiers, économie territoriale, satisfaction clients, retombées médiatiques, environnementales, ainsi qu'en matière d'accessibilité.

Établir le bilan d'une offre touristique

afin d'en évaluer les retombées et impacts.

Blocs de compétences

RNCP40373BC01 — Elaboration des stratégies de développement d'un marché touristique (destination ou territoire)

LISTE DE COMPÉTENCES

Assurer une veille de l'environnement géopolitique, économique, juridique d'un marché touristique (destination ou territoire)

afin d'en repérer les évolutions, les opportunités et les risques.

Analyser les données d'un marché touristique afin de caractériser ses différentes composantes et établir une analyse prospective.

Cartographier l'ensemble des parties prenantes d'un marché touristique afin d'identifier celles susceptibles d'impacter ou d'être impactées par les activités et le développement touristique d'une destination.

Anticiper les impacts économiques et sociétaux du développement d'un marché touristique afin de déterminer les enjeux de régulation des flux touristiques et de développement d'un territoire.

Établir le diagnostic stratégique d'un marché touristique et ses facteurs de différenciation en matière d'offre touristique, afin d'identifier les enjeux prioritaires et les leviers d'action de son développement.

Élaborer les orientations stratégiques relatives au développement d'un marché touristique afin de définir une stratégie cohérente avec les enjeux économiques, commerciaux et RSE d'un territoire.

Décliner les orientations stratégiques de développement d'un marché touristique en plan d'actions afin de permettre leur mise en œuvre.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle ou étude de cas basée sur l'analyse d'une destination.

RNCP40373BC02 — Élaboration d'une offre touristique (produit/service) en lien avec les parties prenantes d'un marché touristique (territoire ou destination)

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser le portefeuille d'offres touristiques existant afin d'identifier les possibilités de développement de nouveaux produits/ services touristiques pouvant renforcer l'offre.

Identifier les innovations pouvant impacter le développement de nouveaux produit/services touristiques.

Concevoir un nouveau portefeuille d'offres touristiques pour répondre aux besoins d'un marché touristique (territoire ou destination).

Identifier et caractériser les partenaires d'un territoire touristique pour constituer une base de données partenaires qualifiés.

Concevoir une proposition de partenariat adaptée aux acteurs publics ou privés pour créer des synergies pérennes.

Déterminer les objectifs d'un projet touristique en veillant au respect de la réglementation concernant l'ensemble des obligations légales et contractuelles afin d'en assurer la cohérence avec la stratégie définie.

Identifier les incidences sociétales et environnementales d'un produit/service touristique afin d'en garantir la faisabilité.

Concevoir le déroulé d'une offre touristique en tenant compte des critères d'accessibilité afin de documenter le parcours expérientiel de l'utilisateur du service/produit.

Déterminer les besoins financiers d'un produit/service touristique pour construire le budget prévisionnel et permettre sa viabilité en tenant compte des fluctuations saisonnières.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reposant sur une mission de conseil.

RNCP40373BC03 — Définition des stratégies commerciales, marketing et de communication d'un marché touristique

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer un plan d'action commercial afin d'assurer la vente d'un produit/service touristique.

Mobiliser les outils numériques permettant la mise en œuvre d'une commercialisation adaptée et inclusive pour chaque cible client (y compris les personnes en situation de handicap).

Définir une stratégie de communication utilisant différents médias afin de promouvoir un produit/service touristique auprès de tous publics.

Construire les éléments de communication afin d'atteindre les objectifs de visibilité pour tous les publics (y compris les personnes en situation de handicap).

Mettre en œuvre les outils de distribution accessibles afin de valoriser l'attrait touristique d'un territoire et/ou d'un produit touristique auprès de tous les publics (dont les personnes en situation de handicap).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas reposant sur une problématique stratégique de mise en marché d'un produit touristique.

RNCP40373BC04 — Pilotage de l'offre de produit/service touristique avec les parties prenantes

LISTE DE COMPÉTENCES

Établir le planning des activités d'une équipe pluridisciplinaire pour coordonner la production, la commercialisation et le

déploiement d'un produit/service touristique.

Coordonner les réseaux partenaires (hébergeurs, tour-opérateurs, agences de voyages, agences événementielles, offices de tourisme...) afin de maîtriser les flux touristiques.

Adapter ses pratiques et modes de communication dans un souci de respect de la diversité, de l'interculturalité et de l'accessibilité afin de fédérer les équipes et renforcer leur niveau d'implication.

Concevoir les outils d'évaluation des produits/services touristiques afin de mesurer les performances.

Analyser les résultats d'un produit/service touristique afin d'identifier les axes d'amélioration sur les aspects financiers, économie territoriale, satisfaction clients, retombées médiatiques, environnementales, ainsi qu'en matière d'accessibilité.

Établir le bilan d'une offre touristique afin d'en évaluer les retombées et impacts.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reposant sur une mission de conseil.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Organismes institutionnels de tourisme

Agences de voyage traditionnelles indépendantes ou affiliées à un réseau

Agences de voyage en ligne

Tour-opérateurs

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable du développement touristique

Concepteur de produits touristiques

Manager de produits touristiques

Chef de développement/projet tourisme

Coordinateur développement touristique

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
Salaire médian (mensuel)	3 081 €
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) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	12 446
Jugés difficiles à recruter	32 %
Emplois saisonniers	9 %
Familles professionnelles (FAP)	J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme J6X90 — Cadres des transports et du tourisme R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Justifier d'une certification de niveau 6

Sélection des candidats sur dossier (résultats académiques, lettre de motivation, projet professionnel)

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

Au moins quatre membres composent le jury de certification :

- un président de jury : personnalité qualifiée du monde économique,
- au moins deux professionnels issus du secteur du titre visé,
- au moins un représentant de la certification.

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	8 657 €
Selon la branche	8 000 € – 9 161 €
Prise en charge	Branches concernées
8 657 €	Valeur par défaut · 211 branches
9 161 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 000 €	CPNEF des organismes de tourisme

Base légale

Date de décision	28/03/2025
-------------------------	------------

Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	28/03/2027
Date de dernière délivrance possible	28/03/2031

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	15	0	100 %	70 %
2021	19	0	80 %	40 %
2020	15	0	100 %	43 %
2019	10	0	100 %	55 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34588

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34588

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Master tourisme La Rochelle | Excelia Tourism School (excelia-group.fr)

Master International Tourism (Bac+5) | Excelia Tourism School (excelia-group.fr)

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40373/>