

Manager des activités du tourisme et des voyages

RNCP42171 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	334p, 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	30/04/2026
Date d'échéance	30/04/2029

Certificateur(s)

CENTRE ETUDES RECHERCHES TOURISTIQUES · SIRET : 32874572400018

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager des activités du Tourisme et des Voyages est un expert du secteur du Travel (voyage de loisirs, d'affaires et tourisme d'affaires). Il maîtrise les enjeux, les évolutions et la diversité des acteurs d'une industrie en transformation permanente et pilote une pluralité d'activités concourant à la performance globale des organisations du Travel.

Dans un contexte marqué par l'évolution des attentes des clientèles — influencées par les mutations sociétales, la digitalisation, la personnalisation et les enjeux de durabilité — les entreprises recherchent des managers capables de comprendre ces changements et d'y répondre efficacement en pilotant des projets transversaux mobilisant marketing, production, achats, distribution et management d'équipes. Le titulaire de la certification est chargé d'analyser les nouveaux besoins des voyageurs, puis de concevoir, produire et mettre en marché des offres touristiques ou de services adaptées, rentables et responsables. Il pilote des projets et déploie des stratégies commerciales cohérentes avec les tendances du marché. Cette certification professionnelle

a ainsi pour objectif de permettre à des

managers transversaux d'être en mesure d'agir sur l'ensemble des activités clés de la chaîne de valeur touristique.

ACTIVITÉS VISÉES

- Élaboration de la stratégie de développement d'une offre dans le secteur du tourisme et des voyages
- Mise en œuvre du développement de l'offre dans le secteur du tourisme et des voyages et management des équipes
- Pilotage de la performance de l'offre dans le secteur du tourisme et des voyages
- Elaborer la stratégie d'achat des offres dans le secteur du tourisme et des voyages
- Mise en œuvre du sourcing et de sa contractualisation des offres dans le secteur du tourisme et des voyages
- Pilotage et évaluation de la performance fournisseurs des offres dans le secteur du tourisme et des voyages
- Elaboration de la stratégie marketing et communication des offres dans le secteur du tourisme et des voyages
- Mise en œuvre des actions marketing et communication des offres dans le secteur du tourisme et des voyages
- Pilotage et analyse de la performance marketing des offres dans le secteur du tourisme et des voyages
- Elaboration de la stratégie commerciale des offres dans le secteur du tourisme et des voyages
- Mise en œuvre du plan d'action commercial des offres dans le secteur du tourisme et des voyages
- Pilotage et suivi de la performance commerciale des offres dans le secteur du tourisme et des voyages
- Elaboration de la stratégie d'optimisation des revenus et de la distribution digitale des offres dans le secteur du tourisme et des voyages

- Mise en œuvre des stratégies de revenue management et de distribution digitale des offres dans le secteur du tourisme et des voyages
- Pilotage et analyse de la performance des revenus des offres dans le 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 œuvre et pilotage opérationnel d'un projet technique ou événementiel dans le secteur du tourisme et des voyages

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Réaliser une veille de l'environnement géopolitique, économique et juridique et anticiper les impacts économiques et sociétaux propres au secteur du tourisme, afin d'identifier les évolutions, les opportunités et les risques.
- Analyser les offres de services existantes de l'entreprise (circuits, packages, séjours, expériences locales, prestations annexes), en exploitant les données internes (remplissage, satisfaction, marges, taux de conversion) et des outils d'analyse spécialisés tourisme, afin d'évaluer le potentiel de développement, d'innovation ou de transformation de l'offre touristique.
- Élaborer le positionnement stratégique de l'offre touristique en intégrant les dimensions durable, financière et réglementaire, et déterminer les éléments de différenciation à partir de l'analyse de la demande, de la concurrence et des enjeux du secteur.
- Définir le plan d'actions en mobilisant notamment des ressources d'intelligence artificielle disponibles sur le marché du tourisme et des voyages, afin de prioriser les actions de mise en œuvre de la stratégie de développement.
- Présenter la stratégie de développement afin d'obtenir l'adhésion de la direction, des financeurs et/ou des collaborateurs.
- Organiser l'activité des équipes selon les différents profils (RACI), les compétences et les priorités opérationnelles du secteur touristique
- Animer, motiver et fédérer les équipes dans une logique d'efficacité collective à travers de rituels formels et informels et en adaptant sa posture managériale aux situations (interculturalité, inclusivité, intergénérationnalité, remote)
- Prévenir les situations sensibles, réagir aux points de blocages et résoudre les conflits en choisissant le mode d'intervention approprié (médiation, arbitrage)
- Créer un tableau de bord d'indicateurs clés (KPI financiers et opérationnels) afin d'analyser la performance de la stratégie de développement dans une logique d'amélioration continue.
- Communiquer une vision d'ensemble des résultats obtenus afin de favoriser 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 et les priorités.
- Réaliser une veille des prestataires/nouveaux fournisseurs sur le marché du tourisme et des voyages, en s'appuyant sur les outils et canaux adaptés (annuaires spécialisés, salons, place de marché, solution de sourcing, SI achat, Intelligence artificielle), en respectant les critères et exigences, RSE inclus, de détecter des opportunités de négociation et d'optimiser le panel fournisseurs.
- Définir la stratégie d'achat en s'appuyant sur l'analyse de l'environnement interne et externe afin de déterminer l'organisation et les ressources nécessaires.
- Présenter la stratégie d'achat touristique et ses orientations à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire structuré.
- Constituer un réseau de fournisseurs en conduisant la négociation avec les prestataires touristiques sélectionnés sur les conditions de délivrance, les tarifs et les calendriers
- Déployer les actions nécessaires à l'achat de prestations de voyages ou de services aux voyageurs, en cohérence avec la stratégie définie.
- Concevoir un tableau de bord en sélectionnant les indicateurs permettant de mesurer la performance de la stratégie achat et conduire des actions correctives si nécessaires.
- Établir un bilan périodique de la stratégie achat en mobilisant les outils de suivi, de reporting et de gestion budgétaire, afin de communiquer les résultats à la direction.
- Analyser les actions marketing, communication et social media internes et celles réalisées par la concurrence, afin d'évaluer le marché ciblé et d'identifier les leviers de performance.
- Analyser les motivations et le comportement d'achat des clients spécifique au secteur du tourisme et des voyages en utilisant des techniques avancées de segmentation et de modélisation prédictive, afin de personnaliser les stratégies marketing et maximiser la pertinence des actions de communication.

- Définir une stratégie marketing, communication et social media cohérente avec les objectifs commerciaux et la politique RSE, en s'appuyant sur des outils technologiques, dont l'IA, afin de développer la notoriété, la préférence de marque et la fidélisation des clientèles cibles.
- Présenter le plan marketing, communication et social media aux différents pôles concernés et à l'organe de direction pour en obtenir l'adhésion et valider les priorités.
- Mettre en œuvre un plan d'actions marketing et communication destiné à accroître la visibilité des produits touristiques en s'appuyant sur une ligne éditoriale adaptée aux attentes des voyageurs.
- Mettre en œuvre 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 le planning marketing de déploiement des campagnes retenues en déterminant chaque étape clé et ses objectifs, en s'appuyant sur les objectifs stratégiques ainsi que sur les habitudes de consommation des clientèles touristiques ciblées.
- Concevoir des tableaux de bord 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, afin de conduire des actions correctives nécessaires.
- Établir le bilan périodique du ROI avec les outils de suivi, reporting et de gestion budgétaire pour communiquer à la direction une vision d'ensemble des résultats.
- Analyser les pratiques commerciales (B2B,B2C) d'une entreprise touristique en utilisant les données internes et externes, en s'appuyant sur des outils adaptés dont l'IA générative, afin de cartographier les opportunités (segments de marché, innovation produits), les leviers de croissance et les risques de l'activité.
- Définir une stratégie commerciale B2B et B2C concertée avec le marketing et la direction, intégrant les enjeux RSE et les spécificités du tourisme afin de développer le chiffre d'affaires et renforcer la compétitivité.
- Inclure les appels d'offres ou à projet dans la stratégie commerciale en évaluant ses capacités à y répondre (ressources humaines, techniques, juridiques et financières) et en accompagnant les équipes dans la réponse (argumentation, devis, planification), afin de développer le chiffre d'affaires de l'entreprise.
- Présenter et défendre la stratégie commerciale (B2B et B2C) et le budget annuel à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire structuré et pertinent.
- Déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires en lien avec les équipes internes (marketing, achat) et le réseau de partenaires commerciaux (B2B), afin de 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 clientèles touristiques et à l'acquisition de prospects, en concertation avec le pôle communication et marketing, tout en respectant le RGPD.
- Négocier avec les clients en B2C et les partenaires commerciaux en B2B afin de parvenir à un accord commercial satisfaisant, durable et conforme aux objectifs de développement.
- Concevoir un tableau de bord 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 les indicateurs de performance, et conduire les actions correctives nécessaires.
- Établir le bilan périodique de l'activité commerciale avec les outils de suivi, reporting et gestion budgétaire, afin de communiquer à la direction une vision d'ensemble des résultats.
- Analyser les pratiques tarifaires et les canaux de distribution de l'entreprise en utilisant les données internes et externes, via des outils d'analyse prédictive (Business Intelligence, IA), afin d'évaluer la pertinence et la faisabilité 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, en s'appuyant sur l'analyse des données internes et externes, afin de maximiser la commercialisation et le rendement des produits et/ou services touristiques.
- 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 structuré et chiffré, pour soutenir la prise de décision stratégique.
- Déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires pour mettre en œuvre la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution.
- 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 sélectionnant les indicateurs propres au revenue management pour mesurer

l'efficacité d'optimisation des revenus afin de mesurer l'efficacité de la stratégie et d'appuyer le pilotage décisionnel.

- Configurer et mettre à jour les outils (systèmes de réservation et/ou système de gestion de revenus) pour garantir l'application de 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 afin de conduire les ajustements nécessaires et soutenir la prise de décision.
- Collecter, analyser et hiérarchiser les besoins du commanditaire pour définir les objectifs, le périmètre et les priorités du projet (événementiel, technique, technologique...) en prenant en compte la politique RSE de l'entreprise cliente, l'environnement technique, les besoins d'innovation et, le cas échéant, la conduite du changement nécessaire à la réussite du projet.
- Rédiger le cahier des charges d'un projet du tourisme et des voyages à partir des besoins et des ressources (humaines, matérielles, financières, techniques) mobilisables, afin de préciser le périmètre d'intervention contractuel, les engagements et le budget à respecter.
- Piloter l'élaboration du rétro-planning du projet en attribuant les tâches identifiées aux collaborateurs de l'équipe projet constituée, en prenant en compte les spécificités liées à la 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 la coordination et le suivi opérationnel du projet en pilotant les délais, les coûts, la qualité et la rentabilité, ainsi que les relations avec les fournisseurs touristiques ou techniques.
- Accompagner le client et les parties prenantes du projet dans la conduite du changement en animant les réunions, comités de pilotage et sessions d'appropriation.
- Identifier et traiter les risques pouvant entraver le projet et mettre en œuvre les solutions nécessaires pour les gérer et assurer la continuité des activités.
- Renégocier les termes du contrat, de la prestation et redimensionner le projet (budget, délai, ressources) auprès du commanditaire interne ou externe en cas d'aléas (coupe budgétaire, évolution réglementaire, évolution de la demande client), dans une démarche agile propre au secteur du tourisme et des voyages.

Blocs de compétences

RNCP42171BC01 — Développement stratégique, opérationnel et managérial d'une offre touristique

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser une veille de l'environnement géopolitique, économique et juridique et anticiper les impacts économiques et sociétaux propres au secteur du tourisme, afin d'identifier les évolutions, les opportunités et les risques.
- Analyser les offres de services existantes de l'entreprise (circuits, packages, séjours, expériences locales, prestations annexes), en exploitant les données internes (remplissage, satisfaction, marges, taux de conversion) et des outils d'analyse spécialisés tourisme, afin d'évaluer le potentiel de développement, d'innovation ou de transformation de l'offre touristique.
- Élaborer le positionnement stratégique de l'offre touristique en intégrant les dimensions durable, financière et réglementaire, et déterminer les éléments de différenciation à partir de l'analyse de la demande, de la concurrence et des enjeux du secteur.
- Définir le plan d'actions en mobilisant notamment des ressources d'intelligence artificielle disponibles sur le marché du tourisme et des voyages, afin de prioriser les actions de mise en œuvre de la stratégie de développement.
- Présenter la stratégie de développement afin d'obtenir l'adhésion de la direction, des financeurs et/ou des collaborateurs.
- Organiser l'activité des équipes selon les différents profils (RACI), les compétences et les priorités opérationnelles du secteur touristique
- Animer, motiver et fédérer les équipes dans une logique d'efficacité collective à travers de rituels formels et informels et en adaptant sa posture managériale aux situations (interculturalité, inclusivité, intergénérationnalité, remote)
- Prévenir les situations sensibles, réagir aux points de blocages et résoudre les conflits en choisissant le mode d'intervention approprié (médiation, arbitrage)
- Créer un tableau de bord d'indicateurs clés (KPI financiers et opérationnels) afin d'analyser la performance de la stratégie de développement dans une logique d'amélioration continue.

- Communiquer une vision d'ensemble des résultats obtenus afin de favoriser la prise de décision.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas – Épreuve écrite individuelle

RNCP42171BC02 — 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 et les priorités.
- Réaliser une veille des prestataires/nouveaux fournisseurs sur le marché du tourisme et des voyages, en s'appuyant sur les outils et canaux adaptés (annuaires spécialisés, salons, place de marché, solution de sourcing, SI achat, Intelligence artificielle), en respectant les critères et exigences, RSE inclus, de détecter des opportunités de négociation et d'optimiser le panel fournisseurs.
- Définir la stratégie d'achat en s'appuyant sur l'analyse de l'environnement interne et externe afin de déterminer l'organisation et les ressources nécessaires.
- Présenter la stratégie d'achat touristique et ses orientations à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire structuré.
- Constituer un réseau de fournisseurs en conduisant la négociation avec les prestataires touristiques sélectionnés sur les conditions de délivrance, les tarifs et les calendriers
- Déployer les actions nécessaires à l'achat de prestations de voyages ou de services aux voyageurs, en cohérence avec la stratégie définie.
- Concevoir un tableau de bord en sélectionnant les indicateurs permettant de mesurer la performance de la stratégie achat et conduire des actions correctives si nécessaires.
- Établir un bilan périodique de la stratégie achat en mobilisant les outils de suivi, de reporting et de gestion budgétaire, afin de communiquer les résultats à la direction.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas – Épreuve écrite individuelle

RNCP42171BC03 — Management du Marketing & de la Communication dans le secteur du tourisme et des voyages

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser les actions marketing, communication et social media internes et celles réalisées par la concurrence, afin d'évaluer le marché ciblé et d'identifier les leviers de performance.
- Analyser les motivations et le comportement d'achat des clients spécifique au secteur du tourisme et des voyages en utilisant des techniques avancées de segmentation et de modélisation prédictive, afin de personnaliser les stratégies marketing et maximiser la pertinence des actions de communication.
- Définir une stratégie marketing, communication et social media cohérente avec les objectifs commerciaux et la politique RSE, en s'appuyant sur des outils technologiques, dont l'IA, afin de développer la notoriété, la préférence de marque et la fidélisation des clientèles cibles.
- Présenter le plan marketing, communication et social media aux différents pôles concernés et à l'organe de direction pour en obtenir l'adhésion et valider les priorités.
- Mettre en œuvre un plan d'actions marketing et communication destiné à accroître la visibilité des produits touristiques en s'appuyant sur une ligne éditoriale adaptée aux attentes des voyageurs.
- 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 le planning marketing de déploiement des campagnes retenues en déterminant chaque étape clé et ses objectifs, en s'appuyant sur les objectifs stratégiques ainsi que sur les habitudes de consommation des clientèles touristiques ciblées.
- Concevoir des tableaux de bord 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, afin de conduire des actions correctives nécessaires.
- Établir le bilan périodique du ROI avec les outils de suivi, reporting et de gestion budgétaire pour communiquer à la direction une vision d'ensemble des résultats.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle - épreuve orale individuelle

RNCP42171BC04 — Management commercial et développement des ventes dans le secteur du tourisme et des voyages

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser les pratiques commerciales (B2B,B2C) d'une entreprise touristique en utilisant les données internes et externes, en s'appuyant sur des outils adaptés dont l'IA générative, afin de cartographier les opportunités (segments de marché, innovation produits), les leviers de croissance et les risques de l'activité.
- Définir une stratégie commerciale B2B et B2C concertée avec le marketing et la direction, intégrant les enjeux RSE et les spécificités du tourisme afin de développer le chiffre d'affaires et renforcer la compétitivité.
- Inclure les appels d'offres ou à projet dans la stratégie commerciale en évaluant ses capacités à y répondre (ressources humaines, techniques, juridiques et financières) et en accompagnant les équipes dans la réponse (argumentation, devis, planification), afin de développer le chiffre d'affaires de l'entreprise.
- Présenter et défendre la stratégie commerciale (B2B et B2C) et le budget annuel à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire structuré et pertinent.
- Déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires en lien avec les équipes internes (marketing, achat) et le réseau de partenaires commerciaux (B2B), afin de 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 clientèles touristiques et à l'acquisition de prospects, en concertation avec le pôle communication et marketing, tout en respectant le RGPD.
- Négocier avec les clients en B2C et les partenaires commerciaux en B2B afin de parvenir à un accord commercial satisfaisant, durable et conforme aux objectifs de développement.
- Concevoir un tableau de bord 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 les indicateurs de performance, et conduire les actions correctives nécessaires.
- Établir le bilan périodique de l'activité commerciale avec les outils de suivi, reporting et gestion budgétaire, afin de communiquer à la direction une vision d'ensemble des résultats.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier écrit- Épreuve écrite individuelle & Etude de cas - Épreuve orale individuelle

RNCP42171BC05 — Revenue Management et E-distribution dans le secteur du tourisme et des voyages

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser les pratiques tarifaires et les canaux de distribution de l'entreprise en utilisant les données internes et externes, via des outils d'analyse prédictive (Business Intelligence, IA), afin d'évaluer la pertinence et la faisabilité 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, en s'appuyant sur l'analyse des données internes et externes, afin de maximiser la commercialisation et le rendement des produits et/ou services touristiques.
- 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 structuré et chiffré, pour soutenir la prise de décision stratégique.
- Déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires pour mettre en œuvre la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution.
- 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 sélectionnant les indicateurs propres au revenue management pour mesurer l'efficacité d'optimisation des revenus afin de mesurer l'efficacité de la stratégie et d'appuyer le pilotage décisionnel.
- Configurer et mettre à jour les outils (systèmes de réservation et/ou système de gestion de revenus) pour garantir l'application de 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 afin de conduire les ajustements nécessaires et soutenir la prise de décision.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

RNCP42171BC06 — Management de projet dans le secteur du tourisme et des voyages

LISTE DE COMPÉTENCES

- Collecter, analyser et hiérarchiser les besoins du commanditaire pour définir les objectifs, le périmètre et les priorités du projet (événementiel, technique, technologique...) en prenant en compte la politique RSE de l'entreprise cliente, l'environnement technique, les besoins d'innovation et, le cas échéant, la conduite du changement nécessaire à la réussite du projet.
- Rédiger le cahier des charges d'un projet du tourisme et des voyages à partir des besoins et des ressources (humaines, matérielles, financières, techniques) mobilisables, afin de préciser le périmètre d'intervention contractuel, les engagements et le budget à respecter.
- Piloter l'élaboration du rétro-planning du projet en attribuant les tâches identifiées aux collaborateurs de l'équipe projet constituée, en prenant en compte les spécificités liées à la 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 la coordination et le suivi opérationnel du projet en pilotant les délais, les coûts, la qualité et la rentabilité, ainsi que les relations avec les fournisseurs touristiques ou techniques.
- Accompagner le client et les parties prenantes du projet dans la conduite du changement en animant les réunions, comités de pilotage et sessions d'appropriation.
- Identifier et traiter les risques pouvant entraver le projet et mettre en œuvre les solutions nécessaires pour les gérer et assurer la continuité des activités.
- Renégocier les termes du contrat, de la prestation et redimensionner le projet (budget, délai, ressources) auprès du commanditaire interne ou externe en cas d'aléas (coupe budgétaire, évolution réglementaire, évolution de la demande client), dans une démarche agile propre au secteur du tourisme et des voyages.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle - Epreuve écrite et épreuve orale individuelles

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, Responsable Production

Chargé de voyage en entreprise, Travel Manager, Mobility Manager

Responsable développement, Business Developer dans le tourisme

Chargé de mission tourisme

Responsable Commercial dans le tourisme

Responsable Marketing, Responsable Webmarketing, Responsable Communication, Chef de projet Digital, Responsable e-commerce, Responsable Community Management dans le tourisme
Responsable Grands Comptes, Customer Success Manager, Account Manager dans le tourisme
Responsable Ventes, Sales Manager dans le tourisme
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).

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)	3 149 €
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) 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)	10 093
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	9 %
Familles professionnelles (FAP)	J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme J6X90 — Cadres des transports et du tourisme R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) 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 ou avoir fait valider à un niveau 6 dans le cadre d'une procédure de VAP son expérience professionnelle (salariée ou non), ses formations suivies, ou ses acquis personnels développés hors de tout système de formation.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION
La certification est obtenue par la validation de l'ensemble des blocs de compétences et de l'épreuve transverse.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, VAE
Directrice/ Directeur de l'ESCAET ou son représentant
2 professionnels minimum exerçant dans le secteur tourisme et des voyages le métier visé ou supervisant des personnes exerçant ce métier

Base légale

Date de décision30/04/2026

Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	30/04/2029
Date de dernière délivrance possible	30/04/2033

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	79	6	78 %	—
2023	74	0	88 %	71 %
2022	83	3	87 %	78 %
2021	90	6	80 %	71 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP38491

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP38491, RNCP39087, RNCP39884, RNCP40373

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

En formation initiale et en contrat d'apprentissage:

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/42171/>

Où se former

Formations référencées	7
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	2 400 € – 10 900 €

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	6 709 €
Coût moyen par dossier	3 355 €
Durée moyenne	1197 h
Période	07/2026 – 08/2026
France compétences	72 %

