

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 32010**

### Intitulé

Manager en stratégies touristiques

#### AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

Grand sud formation

#### QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION

Directrice

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

334p Gestion touristique et hôtelière

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Présentation du (des) métier(s)

Le manager en stratégies touristiques est un expert du secteur touristique dans sa dimension locale, nationale et internationale tant public que privé. Il conçoit, élabore et adapte des stratégies de développements touristiques pour des territoires, pour des pays, pour des opérateurs du tourisme en fonction des publics ciblés, des résultats visés, des attentes, des potentiels et des opportunités des opérateurs pour lesquels il travaille. Son expertise et son intervention visent aussi bien à augmenter des volumes de vente de produits touristiques spécifiques, des nombres de nuitées d'hôtels, des fréquentations par des types de clientèles... que d'améliorer l'image d'un territoire, d'une destination auprès de différents publics ciblés. Pour se faire, il intervient sur l'ensemble des problématiques touristiques : capacités d'accueil, structuration d'offres, politique événementielle. De la promotion des atouts touristiques et/ou de la mise en valeur du patrimoine naturel ou culturel d'un territoire, d'un pays auprès d'une clientèle spécifique, à un repositionnement de la stratégie touristique d'une région, d'une métropole, aux choix de produits touristiques en vue de positionner dans la pérennité un Tour Opérateur auprès d'une clientèle de masse et/ ou de niche, il intervient sur des problématiques variées : baisse de fréquentation touristiques d'un territoire ou de remplissage d'un hôtel/ d'une chaîne d'hôtels, d'une compagnie aérienne, enjeux internationaux tels que le lancement ex nihilo de destinations étrangères pour un acteur touristique..

Dans un contexte national et international en constante évolution, il appréhende les enjeux et gère les relations entre les acteurs privés et publics intervenant dans le financement et la réalisation de ces stratégies touristiques. Concepteur des stratégies, il pilote leur déploiement en termes de communication et de promotion, en définit la stratégie commerciale (politique événementielle, mobilisation des acteurs impliqués lors de salons professionnels, de voyages d'étude..), établit et modélise des prévisionnels de résultats financiers, valide des objectifs de remplissages (d'hôtels, d'avion par exemple), de développement du nombre de nuitées d'un territoire, organise un suivi des résultats, adapte et oriente la stratégie mise en place si nécessaire. Aujourd'hui ces stratégies sont souvent associées à la mise en place de stratégies événementielles dédiées. Au travers de ces événements, des destinations bénéficient de coups de projecteurs uniques pour gagner en visibilité.

Ses principales activités sont les suivantes :

- Il (elle) analyse un environnement touristique, ses problématiques, ses potentiels, ses différents facteurs d'évolution
- Il (elle) recherche des opportunités de développement de produits touristiques pour des Tours Opérateurs en fonction de leurs orientations stratégiques
- Il (elle) réalise une veille permanente des évolutions de l'environnement touristique et de ses potentiels
- Il (elle) recherche des opportunités et des axes de développement touristiques à partir des potentiels détectés, en lien avec des politiques événementielles
- Il (elle) préconise des orientations et élabore des stratégies pour développer la fréquentation d'une clientèle internationale
- Il (elle) étudie la faisabilité de stratégies touristiques, en évalue les risques financiers, en détermine les éléments clefs de leur succès
- Il (elle) définit l'organisation, budgétise et pilote la mise en œuvre de stratégies touristiques
- Il (elle) mesure les résultats et évalue les impacts des stratégies touristiques et de politiques événementielles appliquées

Les titulaires de la certification sont capables de :

- Analyser des problématiques d'acteurs touristiques, identifier des potentiels et rechercher des opportunités de développement
- Préconiser des orientations et élaborer des stratégies touristiques pour des marchés internationaux
- Rechercher et proposer des concepts d'événements adaptés à des objectifs de développements touristiques
- Diriger des études de faisabilité de stratégies touristiques, en évaluer les risques et les enjeux
- Organiser et piloter la mise en œuvre d'une stratégie touristique
- mettre en place une stratégie de gestion des risques associés à la réalisation d'une opération stratégique touristique
- Gérer les imprévus impactant le déroulement prévu de la stratégie touristique, trouver des solutions adaptées pour les maîtriser
- Mesurer et valoriser les impacts d'une stratégie touristique, en exploiter les résultats pour orienter de nouvelles stratégies touristiques adaptées

Blocs de Compétences

Indiquer les blocs de compétences constituant la certification en complétant les tableaux suivants. Vous pouvez ajouter autant de blocs

que nécessaire.

#### Bloc 1

Intitulé : Analyser des problématiques touristiques, rechercher des axes de développement adaptés à partir de potentiels touristiques identifiés

Descriptif et modalités d'évaluation :

Mise en situation professionnelle : Analyser une problématique stratégique d'un acteur du secteur touristique

Objectifs associés

Analyser des stratégies d'acteurs du tourisme, identifier et caractériser un marché cible, rechercher des potentiels et des opportunités de développement, valider des opportunités pour des acteurs du tourisme

#### Bloc 2

Intitulé : Elaborer des stratégies de développement touristique pour des acteurs de marchés locaux, nationaux et internationaux

Descriptif et modalités d'évaluation :

Mise en situation professionnelle : Elaborer une stratégie de développement touristique pour un marché cible

Objectifs associés

Analyser et interpréter des données statistiques d'évolution de fréquentation d'un marché étranger vers les pays de destination, identifier les facteurs d'évolution des fréquentations, les déterminants du choix des destinations les plus fréquentées, identifier les usages culturels significatifs d'un marché cible étranger, concevoir des produits ou offres touristiques adaptés en intégrant les différents acteurs de tourisme locaux, rechercher des méthodes originales de communication auprès des touristes étrangers ciblés, élaborer le contenu et les opérations de diffusion d'une campagne de communication vers le marché cible émetteur

#### Bloc 3

Intitulé : Diriger des études de faisabilité de stratégies touristiques, évaluer les risques, les enjeux, les clefs de réussite

Descriptif et modalités d'évaluation

Rapport d'expérience professionnelle : Rédaction d'un mémoire sur les enjeux des études de faisabilité liées à la mise en œuvre de stratégies touristiques

Objectifs associés

Analyser des problématiques d'un acteur du tourisme, Définir des objectifs prévisionnels de développement qualitatif ou quantitatif, déterminer les enjeux, préconiser des orientations de développement, budgétiser la mise en œuvre évaluer des échéances de réalisation des objectifs, évaluer la capacité financière et opérationnelle du donneur d'ordre de porter le projet, déterminer les ressources humaines et techniques à engager, préalables à une mise en œuvre réussie, identifier et hiérarchiser des risques à la réalisation des objectifs prévus et leurs impacts financiers, élaborer des plans d'actions de limitation des risques

#### Bloc 4

Intitulé : Organiser et piloter la mise en œuvre d'une stratégie touristique

Descriptif et modalités d'évaluation

Mise en situation professionnelle : Définir une organisation adaptée au pilotage d'une stratégie touristique

Objectifs associés

Définir des profils compétents, dessiner une organisation adaptée, Préparer et conduire des entretiens d'embauche, sélectionner des profils, Animer des réunions de d'organisation et de motivation, manager des équipes

#### Bloc 5

Intitulé : Mesurer les résultats et valoriser les impacts de stratégies touristiques

Descriptif et modalités d'évaluation

Mise en situation professionnelle : Etudier des impacts d'une stratégie touristique mise en place

Objectifs associés

Sélectionner une méthodologie de recueil et d'exploitation de données, modéliser des outils d'analyse de résultats,

Déployer des outils de suivi et de contrôle de résultats, réaliser des enquêtes de satisfaction, comparer et interpréter des résultats, identifier des facteurs positifs et/ou négatifs, valoriser des impacts d'une stratégie touristique, préconiser des orientations de développement ajustés

### **Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat**

Le manager en stratégies touristiques exerce son activité dans toute entreprise, structure, organisation opérant dans des activités liées au tourisme :

Hôtellerie - Agences de voyage - Tours opérateurs - Parcs de loisirs - Agences de tourisme d'affaires - Agences de tourisme événementiel -

- Manager en stratégies touristiques
- Manager en développement touristique
- Directeur du développement touristique
- Chef de projet Tourisme

- Expert en optimisation de produits touristiques
- Dirigeant d'entreprises touristiques
- Directeur d'infrastructures touristiques et d'hébergements
- Manager opérationnel dans les administrations territoriales
- Directeur événementiel
- Directeur d'office du tourisme

**Codes des fiches ROME les plus proches :**

G1403 : Gestion de structure de loisirs ou d'hébergement touristique

G1302 : Optimisation de produits touristiques

M1707 : Stratégie commerciale

D1402 : Relation commerciale grands comptes et entreprises

**Réglementation d'activités :**

Sans Objet

**Modalités d'accès à cette certification**

**Descriptif des composantes de la certification :**

La certification peut être globale ou partielle (par bloc de compétences décrit ci dessous).

Pour obtenir la totalité de la certification, le candidat doit se voir valider par le jury de délivrance globale du titre, l'ensemble des blocs de compétences. Aucun bloc de compétences n'est optionnel.

En cas de validation partielle par le jury de VAE, le candidat peut obtenir les compétences qui lui manquent en acquérant un bloc de compétences.

Chaque bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation. L'intitulé de la certification délivrée pour un bloc correspond à l'intitulé du bloc.

Le bénéfice des composantes acquises peut être gardé 5 ans (hors VAE)

**Bloc de compétence :**

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 32010 - Analyser des problématiques touristiques, rechercher des axes de développement adaptés à partir de potentiels touristiques identifiés	Mise en situation professionnelle : Analyser une problématique stratégique d'un acteur du secteur touristique  Objectifs associés  Analyser des stratégies d'acteurs du tourisme, identifier et caractériser un marché cible, rechercher des potentiels et des opportunités de développement, valider des opportunités pour des acteurs du tourisme
Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 32010 - Elaborer des stratégies de développement touristique pour des acteurs de marchés locaux, nationaux et internationaux	Mise en situation professionnelle : Elaborer une stratégie de développement touristique pour un marché cible  Objectifs associés  Analyser et interpréter des données statistiques d'évolution de fréquentation d'un marché étranger vers les pays de destination, Identifier les facteurs d'évolution des fréquentations, les déterminants du choix des destinations les plus fréquentées, identifier les usages culturels significatifs d'un marché cible étranger, concevoir des produits ou offres touristiques adaptés en intégrant les différents acteurs de tourisme locaux, rechercher des méthodes originales de communication auprès des touristes étrangers ciblés, élaborer le contenu et les opérations de diffusion d'une campagne de communication vers le marché cible émetteur

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 32010 - Diriger des études de faisabilité de stratégies touristique, évaluer les risques, les enjeux, les clefs de réussite	<p>Rapport d'expérience professionnelle :Rédaction d'un mémoire sur les enjeux des études de faisabilité liées à la mise en œuvre de stratégies touristiques</p> <p>Objectifs associés</p> <p>Analyser des problématiques d'un acteur du tourisme, Définir des objectifs prévisionnels de développement qualitatif ou quantitatif, déterminer les enjeux, préconiser des orientations de développement, budgétiser la mise en œuvre évaluer des échéances de réalisation des objectifs, évaluer la capacité financière et opérationnelle du donneur d'ordre de porter le projet, déterminer les ressources humaines et techniques à engager, préalables à une mise en œuvre réussie, identifier et hiérarchiser des risques à la réalisation des objectifs prévus et leurs impacts financiers, élaborer des plans d'actions de limitation des risques</p>
Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 32010 - Organiser et piloter la mise en œuvre d'une stratégie touristique	<p>Mise en situation professionnelle : Définir une organisation adaptée au pilotage d'une stratégie touristique</p> <p>Objectifs associés</p> <p>Définir des profils compétents, dessiner une organisation adaptée, Préparer et conduire des entretiens d'embauche, sélectionner des profils, Animer des réunions de d'organisation et de motivation, manager des équipes</p>
Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 32010 - Mesurer les résultats et valoriser les impacts de stratégies touristiques	<p>Mise en situation professionnelle : Etudier des impacts d'une stratégie touristique mise en place</p> <p>Objectifs associés</p> <p>Sélectionner une méthodologie de recueil et d'exploitation de données, modéliser des outils d'analyse de résultats,</p> <p>Déployer des outils de suivi et de contrôle de résultats, réaliser des enquêtes de satisfaction, comparer et interpréter des résultats, identifier des facteurs positifs et/ou négatifs, valoriser des impacts d'une stratégie touristique, préconiser des orientations de développement ajustés</p>

**Validité des composantes acquises : 5 an(s)**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUI	NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		5 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury (membres du collège employeur et membres du collège employé) + le Directeur de Grand Sud Formation;
En contrat d'apprentissage		X	

Après un parcours de formation continue	X	5 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury (membres du collège employeur et membres du collège employé) + le Directeur de Grand Sud Formation;
En contrat de professionnalisation	X	5 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury (membres du collège employeur et membres du collège employé) + le Directeur de Grand Sud Formation;
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2016	X	5 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury (membres du collège employeur et membres du collège employé) + le Directeur de Grand Sud Formation;

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

#### Base légale

##### Référence du décret général :

##### Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 11 décembre 2018 publié au Journal Officiel du 18 décembre 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans au niveau I avec effet 10 octobre 2014, jusqu'au 18 décembre 2021.

##### Référence du décret et/ou arrêté VAE :

##### Références autres :

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

##### Autres sources d'information :

[www.grand-sud.fr](http://www.grand-sud.fr)

[GRAND-SUD Formation](#)

##### Lieu(x) de certification :

Grand sud formation : Midi-Pyrénées Languedoc-Roussillon - Haute-Garonne ( 31) [TOULOUSE]

GRAND SUD FORMATION

76 ALLEES JEAN JAURES

31000 TOULOUSE

##### Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

GRAND SUD FORMATION

76 ALLEES JEAN JAURES

31000 TOULOUSE

##### Historique de la certification :