

# **2021 (public AFDAS - action collective) - Mieux communiquer autour de la Marque Tourisme & Handicap**

**Lieu de la formation : Montpellier**

Durée : 1 jour

Nombre total d'heures de formation : 7

Date(s) : 18 novembre

## **Tarif de la formation**

**Gratuit : coût non déductible de votre enveloppe formation (être à jour de sa cotisation Afdas).**

**Salarié de droit privé : Action collective. Nous vous indiquerons le 1er jour de la formation, les éléments à déclarer auprès de l'AFDAS**

**Salarié de droit public, se reporter à la formation mise en place par le CNFPT le 19 octobre**

## **Public cible**

Etablissements labellisés T&H (salariés de droit privé)

## **Niveau de la formation**

Perfectionnement

## **Pré-requis**

Etre marqué T&H

- **Nombre de personnes** : maximum 12
- **Code action** : 25042-2
- **Lieu** : Montpellier

## **Intervenants**

***Laurence GÉLY, LIESS ACCESS***

Docteur en Economie de la santé, titulaire d'une thèse en économie de la santé sur le handicap et une licence de psychologie.

Consultante Formatrice Accessibilité et handicap, elle a été conseiller technique au CREA pendant 4 ans et formatrice dans le médico-social pendant 10 ans. Actuellement adjointe au Maire déléguée au tourisme et au handicap et présidente de l'OT de Mauguio-Carnon qui a les labels « tourisme et handicap » et « destination pour tous ».

### **Valérie PORTOLES, LIESS ACCESS**

Chef de projet, consultante-formatrice et spécialiste de la Qualité et du Confort d'Usage. Elle a créé happenGo, une solution numérique labellisée par l'Etat "Tous concernés, Tous Mobilisés" pour décrire et valoriser l'accessibilité des ERP. Également titulaire d'un diplôme d'éducatrice spécialisée et forte de 15 ans d'expérience en pilotage de projet, elle accompagne aujourd'hui les territoires et les entreprises dans leurs actions et projets de mise en accessibilité.

## **Objectifs**

1. Connaître les éléments essentiels pour une bonne communication de la marque par déficience (logo, site Internet, flyers, réseaux sociaux...). Les usages numériques liés à la promotion d'une marque (applications numériques, partages des informations...)

## **Programme**

### **CONTENU**

#### **1. Communication autour d'une marque – Valoriser la marque Tourisme & Handicap**

***Compétences développées : Être capable de concevoir et proposer des moyens de communication efficaces autour de la marque Tourisme & Handicap***

- > Connaître les difficultés et les attentes touristiques par famille de handicap
- > Connaître les éléments de communication de la marque T&H
- > Comment accroître la visibilité et l'attractivité de la marque T&H
- Les supports de communication et les leviers de valorisation de la marque T&H
- Les usages numériques pour une communication efficace

#### **2. Communication de la marque Tourisme & handicap pour tous**

- Une communication de la marque, accessible à tous, en Facile à lire et à Comprendre (FALC)

### **DEROULEMENT : 1 Jour**

#### **MATIN :**

- Présentation de l'action de formation et les objectifs, tour de table
- Module ACCESS-25 : Communication autour d'une marque – Valoriser la marque Tourisme & Handicap

**Compétences développées : Être capable de concevoir et proposer des moyens de communication efficaces autour de la marque Tourisme & Handicap.**

- Objectif de la marque Tourisme & Handicap
- Connaître les difficultés et les attentes touristiques par famille de handicap : ôter tout préjugés pour une communication efficace.

- . Les exigences et besoins
- . Les obstacles
- . Les facilitations
- . Les attentes d'offre de produits et services
- . Les usages des personnes en situations de handicap faces aux nouveaux modes de communication
- Connaître les éléments de communication de la marque Tourisme & handicap :
  - . Les éléments visuels existants
  - . Références à prendre en compte – locales/nationales

### **APRÈS-MIDI :**

- Comment accroître la visibilité et l'attractivité de la marque T&H :
  - . Les supports et les canaux de communications : des solutions variées
  - . Le choix des supports en fonction des objectifs et de la cible
  - . Les outils et les leviers de valorisation de la marque T&H
  - . Les usages numériques pour une communication efficace
  - . Les règles de bases de l'accessibilité numérique
  - . Le réseau pour renforcer la communication et partager l'information
- Une communication de la marque T&H pour tous :
  - . Identifier la cible/objectif pour mieux adapter le contenu de la communication
  - . Une communication de la marque accessible à tous, en Facile à lire et à Comprendre (FALC) – sensibilisation à la méthode
  - . Comment renforcer l'attractivité de la marque par une communication accessible : supports/documents imprimés, audio, vidéo, maquettes, signalétique...
- Atelier de mise en situation par petits groupes
- Contrôle des connaissances par un QCM
- Bilan de l'action de formation

### **Supports pédagogiques :**

Enseignement théorique et pratique avec mise en situation sur le terrain (étude de cas, y compris mesures et utilisation du matériel requis).

### **Matériel :**

- Vidéo-projection (textes, schémas, photos, vidéos)
- Documents de dossiers témoins réalisés mis à disposition

