

# 2022

Organisme de  
formation  
Datadocké et  
Certifié Qualiopi



**Qualiopi**  
processus certifié

## Catalogue

**TOU-  
RISME  
&  
COMPÉ-  
TENCES**

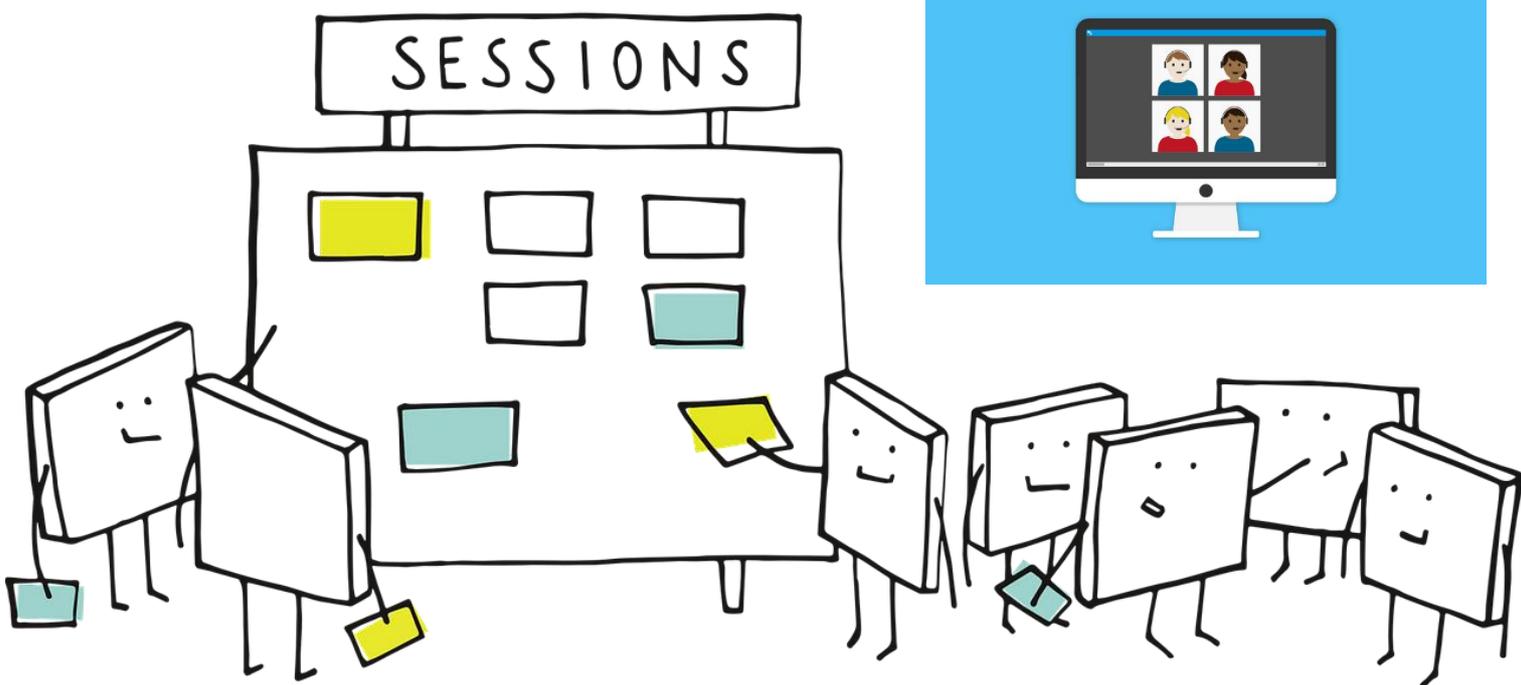
INSTITUT DE  
FORMATION

Par *ADN Tourisme*

# FORMATIONS

Management / Ressources Humaines  
Ingénierie et développement  
Commercialisation  
Communication / Promotion

Version 1 actualisée du 15/12/2021



**Prenez de la hauteur en développant vos compétences !**





### NOTE 2022 :

**En raison de l'épidémie liée au Covid-19, et en fonction des évolutions des mesures sanitaires,**

**Tourisme & Compétences pourra être amené ou être dans l'obligation de faire passer au format distanciel des formations qui auraient été prévues en présentiel.**

**Ces modifications se feront au fur et à mesure dans l'année si besoin, et les stagiaires déjà inscrits en seront avertis dans le cadre d'un passage du format présentiel au format distanciel.**

**Comme en 2020 et 2021, tout sera mis en œuvre pour que le plus grand nombre de formations puissent se dérouler dans les meilleures conditions.**

**Merci de votre compréhension.**

## QUESTION A HERVÉ BOUYRIE, Président



En quoi Tourisme & Compétences se distingue-t-il d'autres instituts de formation ?

« **Tourisme & Compétences, c'est avant tout des formations uniques et sur mesure, complètement adaptées aux spécificités des organismes de tourisme.**

*Nos formations naissent des problématiques de terrain rencontrées par les salariés. Elles sont ensuite co-construites par des professionnels experts dans leurs domaines d'activités et des groupes de travail participatifs. Notre institut permet aussi aux stagiaires de se réunir et d'échanger sur des sujets communs.*

*C'est ce qui fait notre force et c'est pourquoi nos stagiaires nous sont fidèles.»*

## Les 4 bonnes raisons de nous faire confiance

- ✓ **Des formations spécifiques et sur mesure**  
Nos formations sont co-construites avec nos experts en fonction de vos besoins et de l'évolution de vos métiers.
- ✓ **Des professionnels experts dans leurs domaines d'activités**  
Nous sélectionnons soigneusement vos formateurs, des professionnels reconnus et spécialisés.
- ✓ **Référencé Qualiopi : la garantie qualité**  
Tourisme & Compétences est référencé Qualiopi, vous garantissant le respect des critères définis par le décret qualité du 6 juin 2019.
- ✓ **Une pédagogie basée sur l'action**  
Montez en compétences rapidement avec nos formations-actions basées sur de nombreux cas pratiques en cohérence avec votre cœur de métier.

# 47

FORMATIONS PROPOSÉES

# 45

FORMATEURS EXPERTS

# 4

DOMAINES D'ACTIVITÉS



Par Marine BARRAULT

## Des nouvelles de Tourisme & Compétences en 2021

Une seconde année marquée par la Covid-19, nous avons proposé 75% de nos formations en format distanciel.

Pour la seconde année consécutive, Tourisme & Compétences a organisé des formations à distance tout au long de l'année 2021 afin de s'adapter à la situation sanitaire en vigueur et assurer ainsi une continuité dans l'offre des formations du catalogue auprès de ses adhérents.

Nous avons envisagé ce nouveau dispositif comme une solution de formation à part entière qui nous apporte une souplesse d'organisation inédite.

En effet, vous pourrez choisir de vous inscrire en format présentiel ou distanciel sur 12 formations.

Pour information, des sessions sur les fonctionnalités du **nouvel outil GLAM** ainsi que sur notre thématique de manifeste **Développement Durable et RSE** arriveront dès le début d'année ...

Au plaisir de vous former en 2022, que ce soit en présence ou à distance!

### Nouveauté ! | Formations proposées pour la première fois en 2022

- **Animer l'intelligence d'un groupe à distance (à distance)**
- **Faire grandir vos idées grâce aux ressources créatives (à distance)**
- **Réussir la communication de sa destination (présentiel)**
- **Trouver des idées nouvelles ensemble: techniques et posture pour la créativité d'un groupe (présentiel)**

### Formations où vous pouvez choisir de vous inscrire à la session au format distanciel ou au format présentiel

- **Open Data : comment ouvrir les données touristiques au bénéfice de la destination**
- **Mettre en œuvre le RGPD - niveau Perfectionnement Elaborer, passer et exécuter un MAPA**
- **Maîtriser la réforme du droit du travail et des dispositions conventionnelles**
- **Le classement des meublés de tourisme**
- **Formation des conseillers en séjour Tourisme & Handicap**
- **Meublés de tourisme et chambres d'hôtes, maîtriser le cadre juridique et fiscal**
- **Les enquêtes dans le tourisme: méthodes et mises en œuvre**
- **Commercialisation des activités de loisirs : quelle stratégie pour les acteurs institutionnels?**
- **Règlementation de la commercialisation touristique**
- **Perfectionner ses techniques rédactionnelles**
- **Le tourisme expérientiel : au-delà de la promesse client**

# SOMMAIRE (classement par thème puis par chronologie)

>> **Parcours certifiant** : Responsable de dynamique collective.....06



## MANAGEMENT. RESSOURCES HUMAINES ET TRANSVERSALES

Animer l'intelligence d'un groupe à distance ( <b>à distance</b> ).....	14
<b>NEW...</b> Faire grandir vos idées grâce aux ressources créatives.....	15
Open Data : comment ouvrir les données touristiques au bénéfice de la destination.....	16
Mettre en œuvre le RGPD - niveau Perfectionnement.....	18
Elaborer, passer et exécuter un MAPA.....	20
La vie du contrat de travail.....	22
Maîtriser la réforme du droit du travail et des dispositions conventionnelles .....	24
Gérer un projet en intégrant une forte dimension d'innovation.....	26
Collaborer à distance : les nouveaux outils pour travailler ensemble.....	28
<b>NEW...</b> Animer l'intelligence d'un groupe à distance.....	30
<b>NEW...</b> Trouver des idées nouvelles ensemble : techniques et postures pour la créativité d'un groupe.....	31
Neuromanagement opérationnel : optimiser le fonctionnement d'un service.....	33

### Formations sur demande

Former et sensibiliser autrement.....	34
Faciliter les échanges : l'art d'animer l'intelligence collective.....	36
Agir agilement ensemble : cadres et outils pour coopérer sur un projet.....	37
Aider le collectif à vivre le changement : transformer les blocages en opportunités.....	38



## INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Optimiser l'observation au sein de votre structure.....;	40
Le classement des meublés de tourisme .....	42
Formation des conseillers en séjour Tourisme & Handicap.....	44
Meublés de tourisme et chambres d'hôtes, maîtriser le cadre juridique et fiscal .....	45
Devenir évaluateur pour la marque Tourisme & Handicap.....	47
Urbanisme et aménagement: accompagner les porteurs de projet touristiques.....	49
Savoir lire et interpréter un business plan.....	51
Démarche qualité tourisme.....	53
Les enquêtes dans le tourisme : méthodes et mises en œuvre.....	57
Comment créer et promouvoir un évènement touristique participatif annuel.....	59
Montage juridique de projets touristiques .....	61

### Formations sur demande

Exploiter tout le potentiel de Cartes & Données - formation analyste sur le logiciel.....	63
---	----



## COMMERCIALISATION

Commercialisation des activités de loisirs : quelle stratégie pour les acteurs institutionnels ?.....	66
Règlementation de la commercialisation touristique.....	68



## PROMOTION COMMUNICATION

Animation de vos socioprofessionnels : comment sortir de la crise et innover ? ( <b>à distance</b> ) .....	71
Gagner en impact grâce au neuromarketing.....	73
<b>NEW</b> Réussir la communication de sa destination.....	75
Perfectionner ses techniques rédactionnelles.....	77
Le tourisme expérientiel : au-delà de la promesse client.....	79
Media training : savoir communiquer avec les médias.....	81
Piloter un projet de communication de A à Z.....	83
Concevoir un reportage photo.....	85

## Modalités d'inscription & Informations pratiques .....87

**...Trouvez rapidement :**

### Les formations proposées à distance ou en présentiel (au choix)

Open Data : comment ouvrir les données touristiques au bénéfice de la destination.....	16
Mettre en œuvre le RGPD - niveau Perfectionnement .....	18
Elaborer, passer et exécuter un MAPA.....	20
Maîtriser la réforme du droit du travail et des dispositions conventionnelles.....	24
Le classement des meublés de tourisme .....	42
Formation des conseillers en séjour Tourisme & Handicap.....	44
Meublés de tourisme et chambres d'hôtes, maîtriser le cadre juridique et fiscal .....	45
Les enquêtes dans le tourisme: méthodes et mises en œuvre.....	57
Commercialisation des activités de loisirs : quelle stratégie pour les acteurs institutionnels ?.....	66
Règlementation de la commercialisation touristique.....	68
Perfectionner ses techniques rédactionnelles.....	77
Le tourisme expérientiel : au-delà de la promesse client.....	79

### Les nouvelles formations en 2022

<b>NEW</b> Faire grandir vos idées grâce aux ressources créatives.....	15
<b>NEW</b> Animer l'intelligence d'un groupe à distance.....	30
<b>NEW</b> Trouver des idées nouvelles ensemble: techniques & postures pour la créativité d'un groupe.....	31
<b>NEW</b> Réussir la communication de sa destination .....	75

# RESPONSABLE / MANAGER DE DYNAMIQUE COLLECTIVE

**A VENIR : DATES 2022/2023 A PARIS (en cours de certification)**

**DUREE** : 8 jours en présentiel + temps à distance

**TARIFS** : Nous consulter

**REFERENCE** : CO2201

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 2 du 23/03/2020

## LES DYNAMIQUES COLLECTIVES : ENJEUX & PERSPECTIVES

Dans un contexte en mutation, l'organisation professionnelle relève désormais d'un mode organisé en réseau où les interconnexions avec d'autres sont nombreuses et indispensables. Vous êtes de plus en plus conduits à fédérer des acteurs (prestataires touristiques, associations, acteurs institutionnels,...) autour de dynamiques collectives qui peuvent être transversales ou thématiques. Si ce travail s'apprend dans la pratique, son caractère stratégique et complexe implique aujourd'hui de la renforcer par une professionnalisation. Dans ce parcours, ce savoir-faire acquis par l'expérience sera soutenu et complété par des compétences à la croisée de plusieurs disciplines : l'intelligence collective, le coaching, la créativité, la connaissance de soi et le management agile.

### TYPES D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

### PUBLIC

- Chef de projet, chargé de missions, animateur de réseaux, filières, label,...
- Plus largement, toutes les personnes animant un collectif de quelque nature qu'il soit

### PRE-REQUIS

Animer un collectif depuis toujours ou dès demain quelque soit son nom : réseau, club, cluster, label, filière, marque, commission, etc.

### INTERVENANTS

Une équipe de praticiens et de formateurs vous apportera des connaissances pointues et complémentaires

## UNE DOUBLE VALEUR AJOUTÉE

### POUR VOUS

**Renforcer et/ou voir sa pratique empirique reconnue**

- Développer l'ensemble des compétences transversales essentielles pour devenir ou renforcer votre fonction de Responsable de dynamique collective
- Aller plus loin dans les actions stratégiques entreprises au sein de votre collectif
- Trouver des solutions à vos problématiques
- Échanger et partager vos expériences avec vos confrères

### POUR VOTRE STRUCTURE

Affirmer son savoir-faire dans l'animation de l'intelligence collective

- Professionnaliser vos salariés afin d'améliorer significativement leur efficacité
- Favoriser la créativité et l'innovation au sein de vos stratégies de développement

## COMPÉTENCES VISÉES

- ◆ Acquérir des techniques d'animation innovantes au service d'une stratégie de développement touristique
- ◆ Développer une meilleure connaissance de soi dans une posture de responsable de dynamique collective
- ◆ Renforcer sa capacité à communiquer, récolter et retransmettre autrement
- ◆ Mobiliser l'écoute, la co-construction et l'intelligence collective d'un groupe
- ◆ Créer une vision partagée et définir des modes de fonctionnement collectif
- ◆ Agir ensemble en favorisant le leadership, l'implication et l'autonomie des membres
- ◆ Résoudre des problèmes en trouvant des idées atypiques collectivement
- ◆ Développer sa capacité à coacher un collectif en difficulté pour rester productif
- ◆ Susciter plaisir, joie et sens afin de renforcer et de faire vivre le collectif

## NOTRE PÉDAGOGIE : "APPRENDRE CHEMIN FAISANT !"

Ce parcours s'adapte à vos objectifs et à vos priorités grâce à un accompagnement personnalisé. Vos pratiques quotidiennes seront ainsi nourries par des savoirs en ligne, des expériences en groupe et des mises en œuvre accompagnées.

Tout au long du parcours, vous serez soutenu(e) par la communauté apprenante et aiguillé(e) par l'équipe d'experts.

Vos compétences se construiront au fil des allers-retours entre :

- des savoirs théoriques et méthodologiques
- des expériences de process et de techniques
- des réflexions sur les postures et la connaissance de soi/des autres

Vous bénéficierez d'une pédagogie active :

- 
- \_ Découvrir
  - \_ Vivre, expérimenter
  - \_ Comprendre, approfondir
  - \_ Utiliser, mettre en œuvre
  - \_ Documenter
  - \_ Soutenir et être certifié

## UNE ÉQUIPE DÉDIÉE ET PASSIONNÉE POUR VOUS ACCOMPAGNER

**Catherine LECOMTE**, experte en intelligence collective et en créativité est la garante des contenus et de la pédagogie du parcours. En tant qu'intervenante principale, elle vous suivra dans votre parcours. En fonction des thématiques, elle co-construit et co-anime avec un réseau d'experts et de praticiens.

Au sein de Tourisme & Compétences, **Marine BARRAULT**, est en charge de l'animation de la communauté apprenante et responsable de la gestion du parcours.

## VOTRE PARCOURS

## RENCONTRES

**Format** : une journée en présentiel

**Rencontre 1 / Dynamique collective : le socle**

Découvrez, échangez, rencontrez en expérimentant de nouvelles manières de travailler. Vous ferez émerger vos savoirs, vos besoins, vos envies et construirez votre parcours sur mesure.

**Rencontre 2 / Dynamique collective : la richesse des pratiques**

Mesurez le chemin parcouru, fêtez vos réussites et échangez sur vos expériences et vos questionnements avec votre collectif.

EXPERIENCES  
THEMATIQUES

**Format** : deux journées de formation en présentiel pour chacune des 3 expériences choisies

**Le + liberté :**

- 3 expériences thématiques choisies parmi 6 propositions
- la possibilité de refaire plusieurs fois la même expérience gratuitement, une fois votre parcours terminé.

APPRENDRE EN  
FAISANT

**Format** : expérimentez les acquis de la formation au travers de vos missions quotidiennes

**Le + liberté** : définissez individuellement les défis que vous souhaitez relever en fonction de vos missions et de votre contexte professionnel.

SUPERVISION /  
COACHING

**Format** : temps de coaching collectif à distance pour vous aider dans l'utilisation de vos nouveaux savoirs et vous guider tout au long du parcours.

**Le + liberté** : selon vos disponibilités et vos besoins, vous êtes libre d'y participer.

ESPACE  
FORMATION EN  
LIGNE

**Format** : bénéficiez d'un accès illimité et individualisé à une plateforme de formation en ligne qui vous permettra de découvrir, comprendre et acquérir les notions clés pour votre activité. **Les thématiques de formation** : agilité / intelligence collective / développement personnel / communication / créativité, innovation / quête de sens, ludification / coaching / dynamique de groupe

**Le + liberté** : formez-vous à votre rythme, quand et où vous le souhaitez

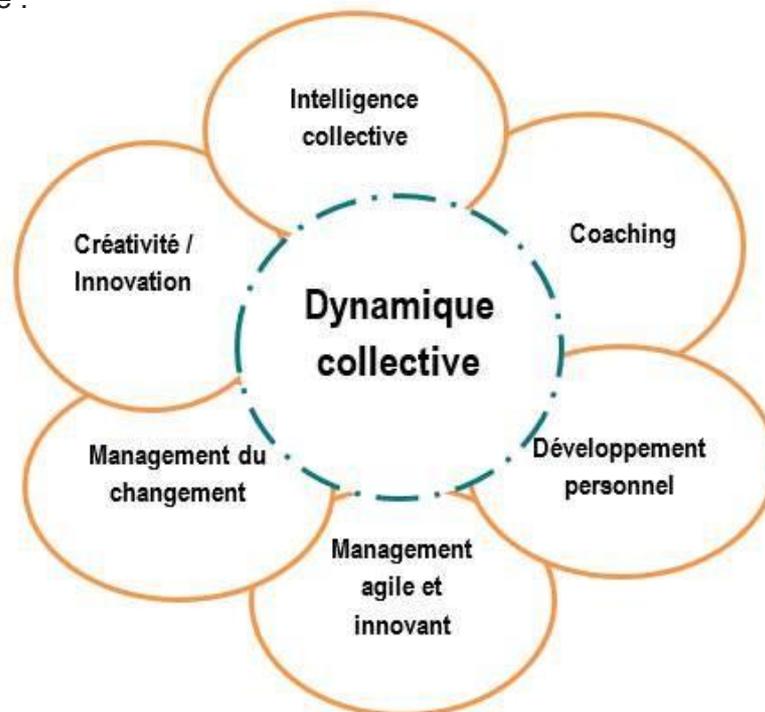
**Pour valider vos nouvelles compétences, il faut les mettre en œuvre et les raconter !** Le certificat délivré par le jury évaluera ce que vous avez appris, adapté, évolué, pris du recul et progressé grâce à ce parcours.

**Le + liberté** : choisissez le/s formats qui vous inspirent pour faire état de votre aventure d'apprenant (blog, vidéos, journal de bord, power point, écrit classique avec des images, enregistrements, déroulés d'animation, enquête, feedback, mails, vision board, etc.)



## LES EXPÉRIENCES THÉMATIQUES

"Faire vivre des dynamiques collectives" se trouve à la croisée de divers champs de compétences qui seront travaillés au sein des expériences thématiques et au travers des apports théoriques de votre espace formation en ligne :



### TROUVER SA POSTURE EN TANT QU'ANIMATEUR :

**Se connaître soi-même pour accompagner les membres**

Quelle est la posture de celui qui fait vivre une dynamique collective ? Que doit-il savoir de lui-même, des autres et des interactions pour démultiplier l'impact de son action auprès du collectif ?

#### Objectifs

- se connaître soi-même et son potentiel
- connaître sa flamme et développer celle des autres
- comprendre les grands ressorts et les clés de la motivation des personnes
- mobiliser son intelligence émotionnelle et relationnelle
- sentir les spécificités des postures d'animateur, de facilitateur, de coach de collectif
- installer sa présence en public

### RENDRE LE COLLECTIF PORTEUR DE SENS, JOYEUX ET LUDIQUE :

**Construire et entretenir une vision commune**

Quelle est la raison d'être qui réunit/réunira des personnes différentes ? Comment faire naître, entretenir, transformer cette vision au fil du temps ? Comment faire que l'avenir rêvé et l'intuition deviennent un attracteur puissant pour agir avec plaisir ? Comment faire pour que les enjeux deviennent des jeux ?

#### Objectifs

- faire émerger la vision, la raison d'être du collectif
- explorer d'où l'on vient et quelle est notre histoire commune
- sentir les tendances et rebondir de manière créative
- poser des visions du futur inspirantes et mobilisantes et écrire un plan d'action inventif
- construire ensemble des actions efficaces et innovantes
- apporter du ludique et du festif au projet collectif

## LES EXPÉRIENCES THÉMATIQUES

### AGIR AGILEMENT ENSEMBLE :

#### Cadres et outils pour coopérer sur un projet

Comment co-construire un cadre de travail à la fois agile et sécurisant ? Sans lien hiérarchique, comment décider d'un projet puis le gérer ensemble efficacement ? Comment décliner concrètement dans un collectif la philosophie et les principes du travail libéré, des méthodes agiles, de l'holocratie ?

#### Objectifs

- créer le collectif en organisant son fonctionnement : règles, rôles, outils
- prendre des décisions ensemble et réguler le collectif dans l'action
- organiser la gestion fluide d'un projet à plusieurs
- mettre le collectif dans une dynamique d'amélioration et d'expérimentation continue
- travailler du point de vue des utilisateurs dans des logiques d'empathie et de tests itératifs

### ACTIVER LA CRÉATIVITÉ DU COLLECTIF : Trouver des idées répondant aux défis d'innovation

Comment trouver avec un collectif des solutions différentes sur des questions archi connues ? Quels outils, quels processus utiliser pour trouver des idées astucieuses rapidement ou imaginer des innovations de fond en prenant tout son temps ? Comment aider chacun à jongler avec le rêveur, le réaliste et le critique bienveillant qui est en lui ?

#### Objectifs

- imaginer collectivement des actions, des services, des produits nouveaux
- clarifier le besoin de nouveauté
- s'imprégner et explorer le thème sur lequel on veut travailler
- trouver des idées ensemble, les évaluer, les clusteriser
- prototyper des solutions, tester les proto-innovations
- apprendre des échecs pour être en posture d'innover

### FACILITER LES ÉCHANGES :

#### L'art d'animer l'intelligence collective

Qu'est-ce qui mobilise véritablement le collectif ? Quelles questions clés engageront les personnes ? Quel design pour que l'évènement, la rencontre soient fédérateurs ? Quelles méthodologies d'animation et de collecte sont les plus adaptées pour atteindre l'objectif ? Comment faciliter la participation et faire émerger le leadership dans le groupe ?

#### Objectifs

- analyser les contextes parfois complexes où les changements sont rapides et imprévisibles
- définir les intentions, les enjeux, les questionnements fertiles
- construire la stratégie et l'architecture d'animation
- informer, mobiliser, inviter par écrit les bons acteurs
- structurer son message et parler en public
- collecter visuellement et graphiquement les échanges

### AIDER LE COLLECTIF A VIVRE LE CHANGEMENT :

#### Transformer des blocages en opportunité

Comment jouer collectif tout en étant des individus ? Comment utiliser tensions, oppositions, désaccords comme des énergies et non des obstacles à la dynamique collective ? Comment aider le changement d'attitudes, de croyances des membres et du collectif lui-même ?

#### Objectifs

- anticiper, voir et comprendre fragilités, difficultés et crises
- traverser les difficultés en questionnant l'idéal commun
- comprendre et vivre le changement de manière fluide
- décortiquer les résistances et les motivations face à un blocage, une évolution
- objectiver les sentiments comme la peur, la toute puissance, l'impuissance, l'échec pour trouver la juste capacité d'action
- voir les jeux du groupe et les mettre au service de celui-ci

## CONDITIONS D'OBTENTION DU PARCOURS



L'obtention du parcours est conditionné par :

- la participation aux 2 rencontres annuelles et aux 3 expériences thématiques choisies par le collectif
- la réalisation des travaux personnels définis individuellement à l'issue de chaque expérience
- l'obtention de 80% de réussite aux tests réalisés sur la plateforme de formation en ligne
- la réalisation d'un "mémoire" sur la base des actions mises en œuvre, des évolutions personnelles observées et sa soutenance devant le jury de certification.

Vous disposez de 18 mois à 2 ans maximum pour réaliser et valider votre certification.

## FOIRE AUX QUESTIONS

### Comment construire mon parcours ?

*"Pour vous aider à faire vos choix : réfléchissez à votre contrat d'apprentissage en répondant aux questions comme « Qu'est-ce que je sais faire, qu'est-ce que je veux renforcer ou apprendre ? A ce jour, quels sont les défis du collectif que j'anime ? »; échangez lors de la rencontre de janvier 2019 et évaluez vos besoins avec l'aide des autres; posez vos questions en direct lors des temps de supervision."*

### Peut-on intégrer le parcours en cours de route ?

*"Non, une fois que le parcours a commencé vous ne pouvez plus l'intégrer, il vous faudra attendre l'année d'après."*

### Si l'on suit l'ensemble du parcours peut-on participer à une 4ème expérience ?

*"Oui, vous pouvez suivre autant d'expériences que vous le souhaitez. En suivant l'ensemble du parcours, vous bénéficiez d'un tarif préférentiel de 480 euros TTC pour chaque expérience supplémentaire suivie."*

### De quelle aide financière puis-je bénéficier ?

*"Vous pouvez faire une demande de prise en charge auprès de l'AFDAS. Ils vous indiqueront le montant exact auquel vous pouvez prétendre."*

## INFORMATIONS PRATIQUES

### Calendrier

Inscriptions à venir – attente de certification

Rencontre n°1 :

Expérience n°1 :

Expérience n°2 :

Expérience n°3 :

Rencontre n°2 :

Soutenance devant le jury

### A NOTER

Une soutenance aura lieu devant un jury

### Tarifs

#### Pour les adhérents au parcours

Tarif du parcours : nous consulter

Tarif par expérience supplémentaire : nous consulter

Tarif par expérience déjà suivie : GRATUIT

#### Pour les non-adhérents au parcours souhaitant uniquement participer à une expérience thématique

Tarif par expérience de 2 jours :

Nous consulter

## Contact

### Marine BARRAULT

Référente pédagogique, administratif et handicap

Tél. : 01 44 11 10 45

[contact@tourisme-competences.net](mailto:contact@tourisme-competences.net)

# MANAGEMENT / RH



## NOUVEAUTES



En 2022, vos nouvelles formations :

- **Animer l'intelligence d'un groupe à distance**
- **Faire grandir vos idées grâce aux ressources créatives**
- **Trouver des idées nouvelles ensemble : techniques et postures pour la créativité d'un groupe**



## TEMOIGNAGES

"Equilibre entre l'apport des connaissances juridiques, les exemples concrets apportés par les intervenants et les échanges dans le groupe sur nos pratiques professionnelles respectives."

— Formation **Maîtriser la réforme du droit du travail** suivie par Aurélie COURET - AADT Béarn-Pays Basque

"Claire, complète, précise, pragmatique"

— Formation **Mettre en place le télétravail** suivie par Françoise GROSSI - Provence Tourisme

"Une formation très complète avec de nombreux outils pratiques pour accompagner les collectivités sur la taxe de séjour."

— Formation **Accompagner la mise en place de la taxe de séjour - niveau Perfectionnement** suivie par Cindy CRUZ- Val d'Oise Tourisme

## CHIFFRES CLÉS

<b>Formations</b>	<b>14</b>
<b>Sessions proposées</b>	<b>17</b>
<b>Satisfaction globale 2021</b>	<b>16/20</b>

# ANIMER L'INTELLIGENCE D'UN GROUPE A DISTANCE

**17-18 FEVRIER 2022 (à distance)**

**DUREE : 2 jours (14 heures)**

**REFERENCE : INTEL2201**

**TARIF: 850€ TTC**

**New!**

Sur la base de 6 participants minimum – Version 1 du 22/12/202021

## OBJECTIFS :

- Adapter ses savoir-faire d'animations aux spécificités de la visio
- Soutenir à distance l'intelligence collective d'un groupe
- Produire à distance les livrables visés

## PUBLIC

Toute personne souhaitant renforcer la participation et la co-construction dans des temps de travail à distance lors d'une visio-conférence

## INTERVENANTS

Catherine et Pierre-Yves, experts en intelligence collective et en créativité relationnelle

## PRÉ-REQUIS

Animer un collectif quelque soit son nom : réseau, club, cluster, label, filière, marque, commission,...

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Questionnaire et tour de table

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## OUTILS REMIS

- Album web et documents pédagogiques
- Enregistrements des mises en situation

## PROGRAMME :

- Les spécificités et les exigences de la participation à distance
- L'exigence en terme de technologie d'être systématiquement dans le KISS
- Les techniques adaptées à la visio pour inclure et « déclure » les participants à distance
- Les différentes manières de tirer parti de l'intérêt de l'écrit partagé avec les participants
- Les principes pour rythmer, alterner les séquences individuelles, collectives, informatives et participatives
- L'importance et la manière de poser les règles des interactions à distance et garantir le cadre seul et avec le groupe
- La variété des rôles que l'on peut déléguer aux membres du groupe
- L'utilisation d'une check-list pour analyser un contexte d'animation
- Les caractéristiques des questions qui favorisent l'échange et l'intelligence collective d'un groupe
- Les différentes postures d'écoute active pour les participants en situation de visioconférence
- Les modes de participation adaptée au distanciel: pop-up, cercle, brainwriting, détour analogique, interview croisée

# FAIRE GRANDIR VOS IDEES GRACE AUX RESSOURCES CREATIVES



**New!**

**24-25 FEVRIER 2022 (à distance)**

**DUREE : 2 jours (12 heures)**

**REFERENCE : CREAP2201**

**TARIF: 895€ TTC**

Sur la base de 6 participants minimum – Version 1 du 22/12/202021

## OBJECTIFS :

- Soutenir une idée pour en faire un projet cohérent
- Maîtriser un processus de créativité appliqué à un projet
- Préparer la mise en œuvre d'une idée qui a du sens

## PUBLIC

Toute personne souhaitant faire avancer un projet professionnel ou personnel

## INTERVENANT

Catherine, experte en intelligence collective et en créativité relationnelle

## PRÉ-REQUIS

Avoir un projet professionnel ou personnel

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Questionnaire et tour de table

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## OUTILS REMIS

- Album web et documents pédagogiques
- Enregistrements des mises en situation

## PROGRAMME :

- Les clés du fonctionnement créatif pour oser idées et intuitions en lien avec sa motivation profonde
- Les fondements de la prospective créative pour construire vision et sens aux fondements d'un projet
- Les 2 phases hermétiques de la créativité pour renforcer le projet : les temps d'ouverture à toute idée et les temps de sélection construits sur des critères
- Les échauffements pour garantir les règles CROIS (Critique hors jeu/Rebond des idées/Originalité bienvenue/Inconscient et intuition/Saturation nécessaire)
- La force des émotions sous-jacente au but rationnel du projet afin de relier l'ensemble et lui donner force et cohérence
- La puissance du récit et de la visualisation pour donner corps et vie au projet
- Les techniques et les outils pour travailler l'idée et la renforcer en alternant divergence et convergence créative :
  - Représentation 3D et graphique : urbaniste aux commandes
  - Identification à l'idée et au projet: l'idée parle
  - Challenge de l'idée et renforcement: les 6 chapeaux
  - Test des niveaux logiques: l'échelle
  - Changement d'identité: mes cartes d'empathie
  - Storytelling et récits: il était une fois
  - Chronologie et plan d'action créatif, ricochets
  - Bonification : avocat de l'ange

# OPEN DATA MODE D'EMPLOI : COMMENT OUVRIR LES DONNÉES TOURISTIQUES AU BÉNÉFICE DE LA DESTINATION ?

**7-8 MARS (présentiel)  
ET 5-6, 12-13 DECEMBRE 2022 (4 demi-journées à distance)**

**DUREE : 2 jours (14 heures)**

**TARIF : 720 € TTC**

**REFERENCES : DATA2201 & DATA2202**

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 07/09/2021

## OBJECTIFS :

- Répondre à la question pourquoi l'open data ?
- Dresser le cadre juridique et conceptuel
- Proposer une typologie des stratégies d'ouverture
- Initier à la gouvernance de la donnée
- Connaître les règles de qualité et standards propres aux ADT/CDT/CRT
- Être capable de préparer et publier un jeu de données touristique
- Connaître les vecteurs de réutilisation des données
- Connaître les moyens d'animer une démarche open data avec les acteurs touristiques

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Tous les salariés des ADT/CDT/CRT et des offices de tourisme

## PRE-REQUIS

- Travailler ou être amené à travailler sur des sujets d'ouverture des données
- Disposer d'un PC par personne

## MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des besoins des stagiaires en amont via un questionnaire
- Formation étayée d'illustrations inspirantes
- Exercices ludiques
- Organisation d'un call avec chaque stagiaire

## OUTIL REMIS

- Support de la formation

## INTERVENANT

Consultant indépendant, Olivier s'appuie sur 20 ans d'observation des pratiques numériques du secteur public. Après avoir été DGS d'une ville centre de 5000 habitants, il a travaillé pour plusieurs associations d'élus locaux sur les sujets numérique et smart city. En tant que journaliste et communicant, il collabore à diverses publications spécialisées et organise régulièrement des colloques sur les thématiques numériques : couverture numérique, smart city, open data... Il se consacre désormais à la réutilisation des données publiques dans le cadre du Carrefour data innovation, rencontres thématiques entre des startups de la ville connectée et des collectivités territoriales.

# PROGRAMME

## JOUR 1 : Enjeux & fondamentaux

### Matin

#### > De la donnée à la donnée ouverte

- Data, information, donnée, de quoi parle-t-on ?
- Big data, smart data, open data... terminologie de la donnée
- Le cycle de vie de la donnée, de la collecte à l'archivage
- Les 10 critères définissant une donnée ouverte

#### > Fondements philosophiques et juridiques de l'open data

- Aux origines du mouvement open data
- Les principaux textes en vigueur en France
- La notion de donnée publique et de donnée brute
- Protection des données personnelles et exceptions

### Après-midi

#### > Pourquoi ouvrir les données touristiques ?

- Motivations politiques, économiques et sociales
- Les acteurs clés de l'open data
- Des logiques gagnant-gagnant : ouvrir et utiliser des données ouvertes
- Exemples de réutilisations

#### > Quelle stratégie open data pour les acteurs du tourisme ?

- Approches et stratégies possibles
- Les grandes étapes d'un projet open data
- Bilan de l'open data côté producteur
- Perspectives: de l'open data à la gouvernance de la donnée territoriale

### Evaluation des connaissances jour 1

Le petit +  
Le call  
individuel

**Validation des acquis :**  
Questionnaire d'évaluation de type QCM (outil Quizzy ou équivalent) en jour 1 et 2 en plus des exercices durant la session



## JOUR 2 : Open data en pratique

### Matin

#### > Formats, standards et documentation

- Les formats recommandés et à éviter
- Les standards / L'ontologie Datatourisme
- Documentation des données et métadonnées
- Exercice

#### > Les plateformes et PAN

- Pourquoi une plateforme ? Principales plateformes
- Fonctionnalités: le rôle clef des API
- Intérêt et limites d'une plateforme locale de données touristiques
- Les Points d'accès nationaux (transport, tourisme, info. géographique)
- Exercice

### Après-midi

#### > Publier des données de qualité

- Préparer les données
- Les étapes clé de la publication
- La qualité des données, clé des réutilisations
- Les stratégies en matière de qualité de la donnée
- Exercice

#### > Exploiter et valoriser les données

- Réutilisations internes et externes, quel ROI possible ?
- Les grandes formes de réutilisations : cartographie, dataviz, app'...
- Comment connaître les réutilisations ?
- Hackathon, Datathon et Mapathon : animer la démarche open data locale

### Evaluation des connaissances jour 2

# METTRE EN OEUVRE LE RGPD

## NIVEAU PERFECTIONNEMENT

**22 MARS 2022** (présentiel)

**ou 3 NOVEMBRE 2022** (à distance)

**DUREE** : 1 jour (7 heures)

**TARIF** : 475€ TTC

**REFERENCES** : RGPD2201 & RGPD2202

Sous réserve de 5 participants minimum – Version 1 du 13/08/2021

### OBJECTIFS :

- Acquérir une méthodologie et des outils permettant d'appliquer la mise en conformité à cette réglementation
- Perfectionner votre gestion du registre des traitements des données à caractère personnelle
- Traiter les relations avec un sous-traitant

### PUBLIC

Toute personne traitant des données.

### PRÉ-REQUIS

Avoir suivi la formation initiale sur le RGPD

### INTERVENANTS

Eric, avocat expert sur le droit des nouvelles technologies, accompagne les entreprises dans le cadre de leur transformation digitale. Il est également reconnu pour son expertise en matière de propriété intellectuelle.

### TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des besoins des stagiaires en amont
- Diffusion d'un PowerPoint commenté
- Exercices / cas pratiques

### OUTILS REMIS

- PowerPoint de la formation

## PROGRAMME

### MATIN

- Audit du respect du RGPD
- Contrôler la minimisation des données
- Comment maintenir à jour le registre des traitements
- Réagir au droit d'accès
- Réagir au droit d'opposition
- Réagir au droit à l'effacement

### APRES-MIDI

- Réagir au droit à la portabilité
- Réagir à une violation de sécurité
- Réagir à un contrôle CNIL
- Traiter une difficulté avec un sous-traitant
- Traiter la fin d'un contrat avec un sous-traitant
- Rapport d'activité du DPO
- Réaliser une analyse d'impact



**Validation des acquis de la formation** : QCM avec réponses des participants et corrigé en séance par le formateur afin de faciliter les éventuelles questions complémentaires.



#### ILS Y ÉTAIENT, ILS VOUS EN PARLENT

« Nous avons pu poser nos questions pendant toute la durée de la formation et mettre en pratique nos nouvelles connaissances via les quizz. »

**Rémi Desaintjean, ADRT Somme Tourisme**

« Formation très dense mais hyper complète ! Un focus arrière pour se remémorer les bases était bienvenue pour se rafraîchir la mémoire. Formateur dynamique, qui sait vulgariser et rendre accessible le RGPD, à l'écoute et dans l'échange avec le groupe. »

**Laetitia Laemmel Alsace Destination Tourisme**



# ÉLABORER, PASSER ET EXÉCUTER UN MAPA

**10-11 MARS 2022** (présentiel)  
ou **1-2 DECEMBRE 2022** (à distance)

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 817€ TTC

**REFERENCE** : MAPA2201 & MAPA2202

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 06/09/2022

La procédure adaptée est la procédure applicable en dessous des seuils européens de procédure formalisée. Le pouvoir adjudicateur détermine lui-même les modalités de publicité et de mise en oeuvre. Il n'en reste pas moins que si le pouvoir adjudicateur a la faculté (et même le devoir) de choisir librement diverses composantes de ces marchés, cette liberté est encadrée et s'inscrit dans les principes fondamentaux de la commande publique confirmés par la nouvelle réglementation des marchés publics.

## OBJECTIFS :

- Choisir les mesures de mise en concurrence adaptées à votre MAPA, rédiger ses pièces et sécuriser les étapes clés de la passation
- Identifier correctement les seuils pour sécuriser le recours à la procédure adaptée
- Expliquer les enjeux et la nécessité d'un recensement des besoins et savoir comment le réaliser
- Rédiger un MAPA et définir les modalités de publicité « adaptée »

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Personne en charge des procédures de marchés ou des achats non formalisés, responsables de services achats, comptables chargés du paiement

## PRÉ-REQUIS

Connaître les bases de la réglementation générale des marchés publics ou avoir une pratique dans ce domaine

## INTERVENANT

Eric expert des achats et de la comptabilité territoriale exerce depuis 20 ans dans ce secteur. Depuis 8 ans, en parallèle de son activité, il transmet son expérience dans le cadre de formation.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des besoins des stagiaires en amont
- Etude de cas
- Diffusion d'un support commenté
- Suivi post-formation proposé aux stagiaires

## OUTILS REMIS

- Schéma explicitant le déroulé type d'une procédure adaptée
- Accès à une hotline pendant 6 mois pour poser des questions supplémentaires
- Accès à deux newsletters mensuelles
- Support de la formation

## PROGRAMME

## JOUR 1

**I. Présenter les principes généraux applicables aux procédures adaptées**

- Définition et principes applicables
- Favoriser l'accès des PME aux marchés publics
- Conditions de recours
- Liberté contractuelle et responsabilité du pouvoir adjudicateur : la nécessité d'un guide interne ?
- Attribution des procédures adaptées : point sur les compétences de l'organe décisionnel

**II. Recenser les besoins**

- Le recueil fonctionnel du besoin
- Définir les exigences dans le recensement du besoin

**III. Connaître les règles d'appréciation des seuils**

- Les seuils
- L'appréciation des seuils
- L'utilité d'une nomenclature interne
- Les incidences sur l'allotissement
- Les règles pour la gestion des « petits lots »

**III. Identifier la typologie des MAPA**

- Les MAPA classiques en fonction de leur nature et de leur montant
- Les particularités des marchés de services sociaux et autres services spécifiques
- Le cas des marchés de services juridiques de représentation

**IV. Rédiger le marché**

- Les MAPA classiques en fonction de leur nature et de leur montant
- Les particularités des marchés de services sociaux et autres services spécifiques

**V. Optimiser sa publicité**

- La jurisprudence en matière de publicité et ses enseignements
- Les exigences d'une publicité « adaptée » selon les différents seuils
- Les modalités d'avis, contenu des publicités et liaison avec les différents supports de publicité

## JOUR 2

**I. Passer les procédures adaptées**

- La démarche en 3 phases : mise en concurrence, analyse des offres, négociation et contractualisation finale
- Critères permettant de fixer les modalités de passation
- « L'inspiration » des procédures formalisées
- La dématérialisation et la mise en ligne des dossiers de consultation sur le profil acheteur
- Cas permettant de passer les marchés sans publicité ni mise en concurrence préalables
- Les accords-cadres en dessous des seuils formalisés

**III. Déterminer les étapes "clé" de fin de procédure**

- La négociation : organisation dans le règlement de la consultation
  - Modification des CCAP et CCTP après négociation
  - La régularisation des offres dans le cadre de la négociation
  - La signature et la notification des procédures adaptées
  - Prévention des litiges : l'information des candidats évincés
  - Documents communicables pour les candidats évincés

**III. Exécuter des procédures adaptées**

- Le cadre financier dans les procédures adaptées
- Rappel des autres éléments d'exécution
- Les modifications du marché contractuelles ou unilatérales

**Validation des acquis de la formation :**  
questionnaire d'évaluation en fin de session

**Le petit +**

Accès à : une hotline pendant 6 mois  
(3 questions par participant)  
+ deux newsletters mensuelles

# LA VIE DU CONTRAT DE TRAVAIL

**4-5 AVRIL 2022 (à distance)**

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 950€ TTC

**REFERENCE** : VIEC2201



Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 15/12/2021

## OBJECTIFS :

L'objectif général de cette formation est de rappeler les principes juridiques encadrant le contrat de travail, de sa formation à sa rupture, aussi bien sur la forme que sur le fond

- Revoir les différentes formes du contrat de travail, ainsi que ses mentions obligatoires et les possibles clauses
- Connaître les différentes obligations en matière de suivi de carrière d'un salarié par les différents entretiens
- Rappeler des différentes formes de rupture du contrat de travail et leurs procédures

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Personne en charge des ressources humaines

## PRÉ-REQUIS

Disposer d'une base en droit, gestion RH ou gestion de paie

## INTERVENANT

Avocat spécialisé en droit social depuis 1994, Laurent assiste et conseille les entreprises dans l'ensemble des aspects du droit social et plus particulièrement ceux concernant la négociation collective et les relations sociales ainsi que les relations individuelles du travail.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des besoins des stagiaires en amont
- Diffusion et remise d'un support commenté avec les textes réglementaires, législatifs et conventionnels

## OUTILS REMIS

- Support de la formation
- Références à de la documentation et à la réglementation

## VALIDATION DES ACQUIS

interrogation/débat collectif donnant lieu en une synthèse générale et collective + QCM d'évaluation de fin de formation

## PROGRAMME

## I. La vie du contrat de travail

## La conclusion du contrat de travail

- Hiérarchie des normes conventionnelles
- Définition du contrat de travail
- Les conditions de validité de la conclusion du contrat
- Les formalités préalables à l'exécution du contrat
- Les formalités postérieures à l'embauche

## Choisir le contrat de travail

- Recourir par principe au CDI
- Recourir au CDD dans des cas restreints
- Le CDI d'opération

## Les clauses particulières du contrat

- Le temps partiel
- Période d'essai
- La clause de non-concurrence
- La clause de dédit-formation
- La clause d'exclusivité
- La mobilité du salarié
- La clause de confidentialité
- La protection des oeuvres/inventions du salarié
- La protection des données personnelles – RGPD
- La prescription

## II. Les entretiens au cours de la vie du contrat de travail

## L'évaluation annuelle du salarié

## L'entretien professionnel (tous les deux ans)

## L'entretien bilan (tous les six ans)

## Les entretiens conventionnels

- Maternité
- Longue maladie
- Convention de forfait jours



## III. La rupture du contrat de travail

## La rupture à l'initiative du salarié

- La démission
- La prise d'acte du contrat de travail
- La résolution judiciaire du contrat de travail

## La rupture pour motif personnel à l'initiative de l'employeur

- Distinguer la rupture du contrat pour motif personnel de la rupture pour motif économique
- Le licenciement pour faute du salarié
- Le licenciement pour insuffisance professionnelle du salarié
- La procédure de licenciement
- Les conséquences du licenciement

## La rupture d'un commun accord des parties – la rupture conventionnelle

## La transaction

# MAÎTRISER LA REFORME DU DROIT DU TRAVAIL ET DES DISPOSITIONS CONVENTIONNELLES

**14-15 AVRIL (à distance)**

**OU 24-25 NOVEMBRE 2022 (présentiel)**

**DUREE : 2 jours (14 heures)**

**TARIF : 900€ TTC**

**REFERENCE : TRAV2201 & TRAV2202**



Ius Laboris France Global HR Lawyers

Capstan Avocats



Sous réserve de 7 participants minimum – Version 1 du 09/11/2021

## OBJECTIFS :

- Etudier les nouvelles règles de la négociation collective issues de la loi et des ordonnances Macron
- Etudier la nouvelle institution représentative du personnel issue de la loi Macron : le Comité Social et Economique
- Approfondir sa connaissance et la mise en œuvre de la convention collective des organismes de tourisme
- Etudier les nouveaux accords de branche

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Personne en charge des ressources humaines

## PRÉ-REQUIS

Disposer d'une base en droit, gestion RH ou gestion de paye

## INTERVENANTS

Avocat spécialisé en droit social depuis 1994, Laurent et Marine assistent et conseillent les entreprises dans l'ensemble des aspects du droit social et plus particulièrement ceux concernant la négociation collective et les relations sociales ainsi que les relations individuelles du travail.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des besoins des stagiaires en amont
- Diffusion et remise du support commenté avec les textes réglementaires, législatifs et conventionnels

## OUTILS REMIS

- Un support de la formation
- Modèle général, accord élaboré en groupe
- Le guide commenté de la Convention collective des organismes de tourisme avec les dernières actualisations

## VALIDATION DES ACQUIS :

interrogation/débat collectif donnant lieu à une synthèse + QCM d'évaluation de fin de formation

## PROGRAMME

## JOUR 1

## Négociation et convention collective : les nouvelles dispositions

## I. Les nouveaux enjeux de la négociation collective

- Hiérarchie des normes conventionnelles
- Périodicité et contenu de la négociation de branche
- Périodicité et contenu de la négociation d'entreprise
- Négocier avec les organisations syndicales
- Modalités d'appréciation du caractère majoritaire des accords
- Critères de représentativité
- Négociation dans les entreprises dépourvues de délégué syndical
- Contestation d'un accord collectif
- Processus de restructuration des branches professionnelles

## II. La durée du travail et autres dispositions conventionnelles

- Principes généraux relatifs à la durée du travail
- Modalités d'organisation du temps de travail Le temps partiel
- Les forfaitisations des cadres
- La notion d'ancienneté
- Les principes relatifs à la rémunération
- Les congés (payés, de fractionnement, spéciaux...)
- La formation professionnelle
- Le Compte Epargne Temps
- L'accord de juillet 2018 sur les indemnités de départ

## JOUR 2

## Comité social et économique

## I. Elections et mise en place du CSE

- Calendrier : mise en place et effectifs requis
- Composition
- Election du CSE
- Les représentants de proximité
- Le comité social et économique interentreprises
- Suppression du CSE

## II. Fonctionnement du CSE

- Commissions
- Répartition des attributions selon l'effectif
- Attributions générales du CSE dans les entreprises de moins de cinquante salariés
- Attributions générales du CSE dans les entreprises de cinquante salariés et plus
- Comité social et économique central et comité social et économique d'établissement
- Consultations et informations récurrentes et ponctuelles dans les entreprises d'au moins cinquante salariés
- Fonctionnement du CSE
- Crédit d'heures
- Présidence et réunion du CSE



## ILS Y ÉTAIENT, ILS VOUS EN PARLENT

"Des intervenants très compétents. Nous avons pu poser toutes nos questions. Des formations aussi intéressantes, je souhaite en faire chaque année." Katia BOUILLOT - Côte d'Or Tourisme

"Echanges d'expériences avec nos homologues à qui on apporte des solutions pratiques et argumentées." Melba LIMPALAER - Oise Tourisme

"Equilibre entre l'apport de connaissances juridiques, les exemples concrets apportés par les intervenants et les échanges dans le groupe." Aurélie COURET - ADT Béarn Pays Basque



# GÉRER UN PROJET EN INTÉGRANT UNE FORTE DIMENSION D'INNOVATION

**2-3 JUIN 2022 (présentiel)**

**DUREE : 2 jours (14 heures)**

**TARIF : 700€ TTC**

**REFERENCE : PROJ2201**

Sous réserve de 5 participants minimum – Version 1 du 13/07/2021

## OBJECTIFS :

- Identifier les ressorts et les moyens d'innover dans les pratiques professionnelles
- Connaître et analyser les techniques possibles
- Gérer de façon innovante un nouveau projet



## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Chargé de projet et/ou de mission

## PRE-REQUIS

Aucun

## INTERVENANT

Guy est expert dans le développement marketing et territoires, filières et projets. Il accompagne les professionnels des secteurs tels que le tourisme, les loisirs, la culture ou encore l'environnement, pour piloter et gérer des actions de développement.

## MODALITES PÉDAGOGIQUES

- Diffusion d'un support commenté
- Travail en ateliers
- Suivi post-formation proposé aux stagiaires

## OUTILS REMIS

- Support de la formation
- Exemples et initiatives (bonnes pratiques d'autres territoires)

## VALIDATION DES ACQUIS

Bilan de fin de journée, questionnaire

## PROGRAMME

### JOUR 1

Susciter et organiser la créativité en matière d'animation de projets touristiques

- Tour de table créatif
- Analyse des attentes des participants
- Introduction à la créativité et outils et méthodes de créativité
- Structurer son idée pour la transformer en concept
- Proposer et présenter son idée
- Techniques et outils de gestion et de planification

**Etude de cas / Benchmark à partir d'exemples d'animation et développement de projets créatifs** : décryptage et synthèse des facteurs clé de réussite



## Le petit +

Ateliers de créativité pour apprendre à « faire venir » les idées

### JOUR 2

Élaborer votre projet innovant

- Identification des différents moyens d'innovation : forme, formats, moyens de communication, types d'actions...
- Atelier-action en binôme à partir de la situation et des objectifs définis par chacun
- Correctifs
- Préparation des plans d'actions individuels
- Bilan pédagogique

# COLLABORER A DISTANCE : LES NOUVEAUX OUTILS POUR TRAVAILLER ENSEMBLE

**3-4 OCTOBRE 2022 (à distance)**

**DUREE** : 2 jours (12 heures)

**TARIF** : 650 € TTC

**REFERENCE** : DIST2201

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 17/08/2021

## OBJECTIFS :

- Utiliser des pratiques et des stratégies de collaboration à distance
- Connaître et savoir identifier les nouveaux outils collaboratifs (gratuits et payants) adaptés à votre besoin (outils de partage, communautés virtuelles, ...)
- Maîtriser les facteurs clés de succès pour bien choisir son outil collaboratif

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Professionnels du tourisme souhaitant disposer d'outils collaboratifs pour améliorer l'efficacité et développer l'implication des membres d'un collectif

## PRE-REQUIS

Avoir une première connaissance d'Internet permettant une compréhension des usages de l'outil et de diminuer l'appréhension liée au numérique

## INTERVENANT

Avec 17 ans d'expérience dans le domaine des TIC sous divers angles (technicien réseau, webmestre, chargé de projets), Pierre-Yves est actuellement formateur autour des pratiques numériques collaboratives.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Une méthode pédagogique qui place l'apprenant au centre de la formation et favorise les échanges entre stagiaires
- Un déroulé de formation alternant présentations et mises en pratique
- Une formation qui ne sacralise pas l'outil numérique mais qui insiste bien sur les conditions nécessaires pour leur usages (environnement de travail, aspect humain)

## OUTILS REMIS

Tous les contenus sont gratuitement accessibles en ligne (sous licence Creative Commons By Sa)

## VALIDATION DES ACQUIS

Bilan de fin de journée où les stagiaires sont amenés à ré-évoquer les éléments vus lors des 2 journées et QCM d'évaluation

# PROGRAMME

## JOUR 1

- Tour de table
- Présentation autour du travail collaboratif et du travail à distance en interaction avec les stagiaires
- Découverte de la prise de notes partagée avec Framapad
- Présentation sur les outils du Cloud : mettre à disposition des ressources partagées au sein d'un espace commun facilement accessible par tous



### Ateliers pratiques

- Un outil pour la co-écriture à distance :
  - Google Doc pour éditer un document en commun, à distance et en simultanée
- La communication asynchrone: listes de discussions (Google Group et Framalistes) et messagerie Slack ou Framateam
- La communication synchrone (Zoom et Google Meet) et les outils associés (prise de notes, murs d'informations)

## JOUR 2

- Présentation autour des pratiques synchrones/asynchrones des échanges par écrit

### Ateliers pratiques

- Les outils du Cloud (mettre à disposition des ressources partagées au sein d'un espace commun facilement accessible pour tous)
- La gestion de projet avec Trello : assigner et planifier des tâches au sein d'un collectif
- Mener des réunions ou des groupes de travail virtuels à distance avec la web-conférence
- Travail individuel ou en binôme/trinôme autour du déploiement dans sa structure des outils et pratiques vus dans la formation

## Le petit +

- Bénéficiez d'un suivi post-formation :
- accédez à un forum ouvert pour le partage de questions/réponses sur les outils et pratiques numériques
  - contactez le formateur par courrier ou téléphone

# ACTIVER LA CRÉATIVITÉ DU COLLECTIF : TROUVER DES IDÉES RÉPONDANT AUX DÉFIS D'INNOVATION

**6-7 OCTOBRE 2022 (présentiel)**

**DUREE : 2 jours (14 heures)**

**TARIF : 780€ TTC**

**REFERENCE : P.CREA2201**

**TARIF** adhérent au parcours responsable de dynamique collective : **nous consulter**

Sur la base de 6 participants minimum – Version 1 du 17/07/2021

Comment trouver avec un collectif des solutions différentes sur des questions très connues ? Quels outils, quels processus utiliser pour trouver des idées astucieuses rapidement ou imaginer des innovations de fond en prenant tout son temps ? Comment aider chacun à jongler avec le rêveur, le réaliste et le critique bienveillant qui est en lui ?

## OBJECTIFS :

- Imaginer collectivement des actions, des services, des produits nouveaux
- Clarifier le besoin de nouveauté
- S'imprégner et explorer le thème sur lequel on veut travailler
- Trouver des idées ensemble, les évaluer, les clusteriser
- Prototyper des solutions, tester les proto-innovations
- Apprendre des échecs pour être en posture d'innover

## PUBLIC

Chef de projet, chargé de missions, animateur de réseaux, filières, label,...

## PRÉ-REQUIS

Animer un collectif quelque soit son nom : réseau, club, cluster, label, filière, marque, commission,...

## INTERVENANT

Catherine, experte en intelligence collective

## PROGRAMME :

- Définition de la créativité, de innovation
- Les fondamentaux des processus de décadage et de projections
- Prototypage et test et boucle itérative
- Conception d'actions centrées utilisateurs
- Deux processus d'animation de la créativité : recherche d'idées/résolution de problème (Creative Problem Solving)

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Vivre la posture créative sur des sujets commun aux participants
- Déconstruire la mécanique d'un processus créatif
- Concevoir un déroulé d'animation créative

## OUTILS REMIS

- Album web
- Documents pédagogiques

# TROUVER DES IDEES NOUVELLES ENSEMBLE : TECHNIQUES ET POSTURE POUR LA CREATIVITE D'UN GROUPE

**6-7 OCTOBRE 2022 (présentiel)**

**DUREE : 2 jours (14 heures)**

**REFERENCE : IDEN2201**

**TARIF: 815€ TTC**



**New!**

Sur la base de 6 participants minimum – Version 1 du 21/12/2021

## OBJECTIFS :

- Savoir mener une recherche d'idées en groupe pour imaginer des solutions nouvelles adaptés et réalisables
- Prendre confiance dans sa capacité à générer des idées et à être créatif

## PUBLIC

Toute personne souhaitant changer ses habitudes pour expérimenter de nouvelles manières de faire et de penser collectivement en mobilisant l'imagination d'un groupe

## INTERVENANTS

Catherine et Isabelle, expertes en intelligence collective et en créativité relationnelle

## PRÉ-REQUIS

- Venir avec un projet, un sujet d'animation à distance
- Posséder une expérience d'animation en présence
- Souhaiter renforcer la participation des membres

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PROGRAMME :

- Vivre les processus
- Analyser et approfondir avec des FAQ
- Explorer la théorie et la mécanique des processus et des postures
- Mise en place de leviers
- Réguler les tensions avec une personne, entre deux membres
- Aider chacun à trouver sa place dans le collectif
- Comprendre et soigner les interactions
- Rendre les désaccords féconds
- Capitaliser sur les expériences
- Regarder et traverser les difficultés collectivement

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Questionnaire et tour de table

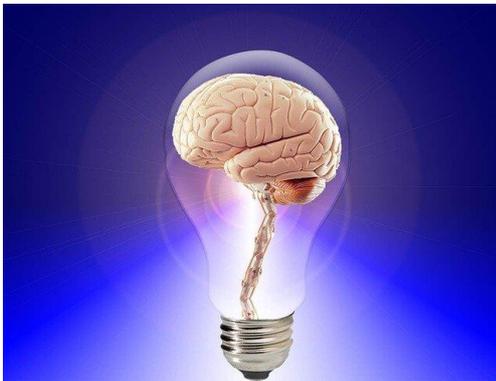
## OUTILS REMIS

- Album web et documents pédagogiques
- Enregistrements des mises en situation

## PROGRAMME

### JOUR 1

- Activer la dynamique de groupe et faire échauffer la créativité personnelle avec le passeport créatif
- Identifier les grandes étapes d'un processus de créativité type Creativ Problem Solving (CPS): s'impreigner, clarifier, idéer, classer, sélectionner, élaborer et argumenter
- Définir l'objectif d'une recherche de nouveauté en formulant un challenge créatif
- Produire de nouvelles idées grâce à des techniques de type « purge », « corbeille à idées nulles », « consultant virtuel » ou « mots-semence »
- Classer, sélectionner des idées-pistes adaptées au défi singulier avec des techniques comme « La matrice à idées, « les critères IMP » et « l'avocat de l'Ange »



### JOUR 2

- Elaborer des idées-pistes pour en faire des idées-solutions en racontant l'histoire de la solution par une œuvre, un reportage, un article de presse décrivant le succès des idées mises en œuvre, imaginaire, fondé sur l'expertise des participants
- Faire vivre un PPCO ou un Cata Parades aux solutions émergentes
- Identifier les 3 actions « coup de cœur qui vont coûter un effort » pour mettre en œuvre la solution innovante dès demain
- Créer des fiches-solutions présentant le concept, les principes de fonctionnement, les limites (ce à quoi la solution ne sert pas, axes de travail, bénéfices attendus...)
- Cas permettant de passer les marchés sans publicité ni mise en concurrence préalables
- Les accords-cadres en dessous des seuils formalisés

# LE MANAGEMENT OPERATIONNEL : OPTIMISER LE FONCTIONNEMENT D'UN SERVICE

**28, 29 et 30 NOVEMBRE 2022 (présentiel)**

**DUREE : 3 jours (21 heures)**

**TARIF : 875€ TTC**

**REFERENCE : NEMA2201**

Sous réserve de 5 participants minimum – Version 1 du 04/08/2021

## OBJECTIFS :

- Intégrer les bases du neuromanagement opérationnel
- Favoriser une approche opérationnelle efficace économiquement et humainement
- Devenir un neuroleader inspirant, motivant et boostant la productivité

## PUBLIC

Professionnels du tourisme et salariés des ADT/CDT, prioritairement agents en poste de responsables, directions des ressources humaines.

## PRE-REQUIS

Aucun. La formation s'adaptera au niveau de connaissances des différents participants.

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## MOYENS PÉDAGOGIQUES

Utilisation d'outils pédagogiques, exercices de mise en situation, travaux en sous-groupes

## INTERVENANT

Neuroscientifique passionné, Julien a créé son entreprise pour répondre à une problématique présente dans l'ensemble du monde professionnel.

Laquelle ? Celle de la méconnaissance de son cerveau et ses conséquences. Démotivateurs, communication inadéquate, les points sur lesquels formation, et neurocoaching, vont avoir de l'impact sont nombreux. Une véritable route vers la performance.

## OUTIL REMIS

Supports et outils pédagogiques

## VALIDATION DES ACQUIS

Evaluation des connaissances en fin de formation

## PROGRAMME

### JOUR 1 : LE CERVEAU ET LE MANAGEMENT : QUELS LIENS ?

- Comprendre son cerveau et celui de ses collaborateurs
- Intégrer les fonctionnements intellectuels et émotionnels à la vie du service
- Utiliser le neuromanagement dans les lignes stratégiques

### JOUR 2 : LE NEUROMANAGEMENT OPÉRATIONNEL ET L'ORGANISATION

- Favoriser un fonctionnement cérébral optimal pour tous malgré les contraintes
- Prévenir les risques psycho-sociaux par l'utilisation de la neuroergonomie dans le service
- Développer un style de neuromanagement opérationnel complet et efficace

### Jour 3 : LE NEUROLEADERSHIP COMME COMPOSANTE ESSENTIELLE

- Maîtriser les principes du neuroleadership
- Guider, inspirer et motiver ses collaborateurs pour booster leur productivité
- Savoir faire évoluer le potentiel créatif, productif et communicationnel de chacun

# FORMER ET SENSIBILISER AUTREMENT

## SUR DEMANDE

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 632 € TTC

**REFERENCE** : FORM2201

Tarif sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 15/12/2021

## OBJECTIFS :

- Savoir concevoir des actions de formation et de sensibilisation efficaces
- Distinguer les phases / modes d'apprentissage et reconnaître les lois de la pédagogie
- Identifier et choisir les méthodes pédagogiques les plus adaptées et formuler des objectifs pédagogiques précis
- Choisir des outils pédagogiques
- Rédiger des objectifs pédagogiques précis sur la séquence que vous souhaitez animer
- Choisir et concevoir des outils et des supports pédagogiques sur mesure
- Evaluer le niveau de compétence initial des participants
- Concevoir une séquence d'un déroulé de formation en partant du niveau de connaissances des participants

## PUBLIC

Toute personne ayant besoin de transmettre des savoir

## PRE-REQUIS

Avoir un projet, un sujet de formation ou de sensibilisation ou déjà transmettre des compétences et des connaissances à d'autres

## INTERVENANTS

Daniela, pédagogue depuis 20 ans, connaît les défis et les rouages de la conception et la transmission d'un savoir, d'une compétence. Elle co-anime cette formation avec Catherine consultante et formatrice depuis 20 ans dans le secteur du tourisme.

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Pédagogie active : on apprend en faisant sa propre séquence
- Atelier en groupe

## OUTIL REMIS

- Mallette à outils

## VALIDATION DES ACQUIS

Questions orales et échanges en groupe, QCM de fin de formation

# PROGRAMME

## JOUR 1

### Sensibiliser / former

Inscrire la sensibilisation et la formation dans mes défis quotidiens au sein de votre structure

### Quelles sont les qualités du formateur ?

- Identifier les compétences nécessaires pour être pédagogue

### Les fondements de la pédagogie pour des sensibilisations / formations efficaces

- Repérer les états émotionnels de tout processus de changement
- Déterminer les différents moments de la journée d'apprentissage
- Identifier les lois de la pédagogie

### Les types d'objectifs pédagogiques

- Différencier les types d'objectifs pédagogiques
- Déterminer un objectif pédagogique précis

### La logique de l'escalier pédagogique

- Classer les objectifs pour construire un escalier pédagogique



## JOUR 2

### Réveil pédagogique

### L'envers du décor : un déroulé de séquence de formation

- Préparer soigneusement une action
- Réaliser un compte-rendu concis
- Suivre une action avec attention

### Enrichir votre capacité à développer et mobiliser vos prestataires et partenaires en 3 étapes

- Lister les règles de la pédagogie et les 7 étapes de démarrage d'une session
- Identifier la nature de différents objectifs pédagogiques

### Les méthodes et techniques pédagogiques

#### Atelier de confection

- Concevoir une réflexion préalable
- Ecrire un déroulé d'une séquence pédagogique

## Le petit +

Formation co-animée par  
2 consultant(e)s expert(e)s en  
pédagogie

# FACILITER LES ÉCHANGES : L'ART D'ANIMER L'INTELLIGENCE COLLECTIVE

## SUR DEMANDE

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**REFERENCE** : P.INT2201

**TARIF**: Nous consulter

Sur la base de 6 participants minimum – Version 1 du 17/07/2021

Qu'est-ce qui mobilise véritablement le collectif ? Quelles questions clés engageront les personnes ? Quel design pour que l'évènement, la rencontre soient fédérateurs ? Quelles méthodologies d'animation et de collecte sont les plus adaptées pour atteindre l'objectif ? Comment faciliter la participation et faire émerger le leadership dans le groupe ?

### OBJECTIFS :

- Analyser les contextes parfois complexes où les changements sont rapides et imprévisibles
- Définir les intentions, les enjeux, les questionnements fertiles
- Construire la stratégie et l'architecture d'animation
- Informer, mobiliser, inviter par écrit les bons acteurs
- Structurer son message et parler en public
- Collecter visuellement et graphiquement les échanges

### PROGRAMME :

- Définition de l'intelligence collective
- Les 5 étapes de la facilitation de débats
- Analyse du contexte, conception, organisation, préparation, animation, livrable
- Co-construire des questionnements favorisant l'échange et l'engagement
- Pro-action café; Envoyé Spécial

### PUBLIC

Chef de projet, chargé de missions, animateur de réseaux, filières, label,...

### PRÉ-REQUIS

Animer un collectif quelque soit son nom : réseau, club, cluster, label, filière, marque, commission,...

### INTERVENANT

Catherine et Pascale, expertes en intelligence collective et en créativité

### TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Expérimentation de processus et de techniques d'animation en live
- Mise en situation sous forme de saynettes
- Création d'une stratégie et d'une architecture d'animation

### OUTILS REMIS

Album web et documents pédagogiques

# AGIR AGILEMENT ENSEMBLE : CADRES ET OUTILS POUR COOPÉRER SUR UN PROJET

## SUR DEMANDE

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**REFERENCE** : P.AGI2201

**TARIF**: Nous consulter

Sur la base de 6 participants minimum – Version 1 du 17/07/2021

Comment co-construire un cadre de travail à la fois agile et sécurisant ? Sans lien hiérarchique, comment décider d'un projet puis le gérer ensemble efficacement ? Comment décliner concrètement dans un collectif la philosophie et les principes du travail libéré, des méthodes agiles, de l'holocratie?

### OBJECTIFS :

- Créer le collectif en organisant son fonctionnement : règles, rôles, outils
- Pendre des décisions ensemble et réguler le collectif dans l'action
- Organiser la gestion fluide d'un projet à plusieurs
- Mettre le collectif dans une dynamique d'amélioration et d'expérimentation continue
- Travailler du point de vue des utilisateurs dans des logiques d'empathie et de tests itératifs

### PROGRAMME :

- Définition de la gestion Agile, de l'holocratie
- Utiliser la boîte à outils
- Cercles de régulation
- Élection sans candidat
- Gestion par consentement
- Signes de reconnaissances

### PUBLIC

Chef de projet, chargé de missions, animateur de réseaux, filières, label,...

### PRÉ-REQUIS

Animer un collectif quelque soit son nom : réseau, club, cluster, label, filière, marque, commission,...

### INTERVENANT

Catherine et Arturo, experts en intelligence collective et coach agile.

### TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Expérimentation de techniques et de postures
- Déclinaison des techniques sur des enjeux de votre collectif
- Création d'un plan d'action individuel en piochant dans les outils utiles à chacun

### OUTILS REMIS

- Album web
- Documents pédagogiques

# AIDER LE COLLECTIF A VIVRE LE CHANGEMENT : TRANSFORMER LES BLOCAGES EN OPPORTUNITÉS

## SUR DEMANDE

**DUREE :** 2 jours (14 heures)

**REFERENCE :** P.CHAN2201

**TARIF:** Nous consulter

Sur la base de 6 participants minimum – Version 1 du 15/12/2021

Comment jouer collectif tout en étant des individus ? Comment utiliser tensions, oppositions, désaccords comme des énergies et non des obstacles à la dynamique collective ? Comment aider le changement d'attitudes, de croyances des membres et du collectif lui-même ?

### OBJECTIFS :

- Anticiper, voir et comprendre fragilités, difficultés et crises
- Traverser les difficultés en questionnant l'idéal commun
- Comprendre et vivre le changement de manière fluide
- Décortiquer les résistances et les motivations face à un blocage, une évolution
- Objectiver les sentiments comme la peur, la toute puissance, l'impuissance, l'échec pour trouver la juste capacité d'action

### PROGRAMME :

- Coaching d'équipe et analyse systémique : fondamentaux
- Coaching d'équipe : diagnostic d'un collectif
- Mise en place de leviers
- Réguler les tensions avec une personne, entre deux membres
- Aider chacun à trouver sa place dans le collectif
- Comprendre et soigner les interactions
- Rendre les désaccords féconds
- Capitaliser sur les expériences
- Regarder et traverser les difficultés collectivement

### PUBLIC

Chef de projet, chargé de missions, animateur de réseaux, filières, label,...

### INTERVENANTS

Catherine et Isabelle, expertes en intelligence collective et en créativité relationnelle

### PRÉ-REQUIS

Animer un collectif quelque soit son nom : réseau, club, cluster, label, filière, marque, commission,...

### TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Expression de blocages vécus
- Mise en situation sous forme de saynettes
- Expérimentation de techniques
- Analyse de pratique

### OUTILS REMIS

- Album web et documents pédagogiques
- Enregistrements des mises en situation

# INGENIERIE ET DEVELOPPEMENT



## NOUVEAUTE



En 2022, votre nouvelle formation :

- **Outil GLAM, nouvelles fonctionnalités** [en attente du nouveau référentiel]

## TEMOIGNAGES

"Des clés de compréhension claires pour savoir lire un business plan"

—**Formation : Savoir lire et interpréter un Business Plan** suivie par **Isabelle COROND - Côte d'Or Tourisme**

"De nombreux cas pratiques ont été étudiés, ce qui permet d'utiliser plus facilement les acquis de la formation, dans nos missions d'accompagnement des collectivités"

—**Formation : Montage juridique de projets touristiques** suivie par **Hélène GRAILLAT - ADT Ardèche**

"Françoise écoute beaucoup les problématiques de chacun et son expérience nous permet de trouver des pistes de réponse."

— **Formation : Optimiser l'observation au sein de votre structure** suivie par **Emilie PAPIN - Vaucluse Provence Attractivité**

"Une formation dynamique et adaptée."

— **Formation : Urbanisme et aménagement** suivie par **Armelle BARTHES CAZAL - ADT Béarn Pays-Basque**

## CHIFFRES CLÉS

<b>Formations</b>	<b>15</b>
<b>Sessions proposées</b>	<b>20</b>
<b>Satisfaction globale 2021</b>	<b>16,2/20</b>

# OPTIMISER SON OBSERVATION TOURISTIQUE

**1<sup>er</sup> MARS** (demi-journée à distance) **14-15 MARS** (présentiel)  
**ET 24 MARS** (demi-journée à distance) **2022**

**DUREE** : 3 jours (21 heures)

**TARIF** : 750 € TTC

**REFERENCE** : OBS2201

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 05/08/2021

## OBJECTIFS :

- Définir les principales missions, fonctions, principes et règles du jeu de son observatoire touristique
- Appréhender les nouvelles tendances sociétales et les nouveaux enjeux du développement territorial, marketing et de la communication touristique
- Prendre en compte et utiliser de nouvelles méthodes et de nouveaux outils à disposition tels que le big data, les méthodes collaboratives et l'intelligence collective
- Identifier les besoins en externe et en interne et les conséquences sur ses actions
- Concevoir et mettre en place de nouveaux modes d'intervention et de relations partenariales en externe et en interne
- Faire évoluer son programme d'actions et son fonctionnement

## PUBLIC

Personne en charge de l'observation souhaitant donner un nouveau souffle à l'observation touristique au sein de leur structure départementale

## PRÉ-REQUIS

- Etre en poste au sein d'un ADT/CDT/CRT depuis 6 mois minimum
- Avoir un aval de sa hiérarchie pour travailler à une évolution de la mission d'observation, de son programme d'actions et de son mode de fonctionnement
- Avoir du temps de dégager pour faire un travail préalable de formalisation du positionnement actuel de l'observatoire (prévoir une demi-journée) et un travail intersession sur l'évolution du programme d'actions et de son mode de fonctionnement (prévoir 5 à 7 heures)

## INTERVENANT

Consultante en marketing et formatrice depuis 10 ans, Françoise intervient sur toutes les problématiques d'études et de marketing touristique.

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des besoins des stagiaires en amont via un questionnaire
- Apport théorique et méthodologique  
Pédagogie active et participative avec une forte implication des participants via des travaux en atelier, en collectif et en mini-groupes
- Suivi post-formation proposé aux stagiaires
- Ateliers individuels et collectifs

## OUTILS REMIS

- Ressources en ligne via un groupe Facebook
- Support de présentation au format PDF envoyé après la formation complété avec les travaux réalisés en séance

## PROGRAMME

## JOUR 1 – Classe virtuelle (demi-journée)

**Partie I – Observation Départementale du tourisme – Analyse du positionnement actuel**

- Quelles sont les missions et fonctions actuelles ?  
Quelles sont les relations en externe et en interne? Quels sont vos points forts / faibles?

**Partie II – Observation : des outils d'aide à la décision au sein de ma structure (équipes techniques, direction, élus)**

- Le contexte : évolution des ADT – cadre de référence
- Quels sont les nouveaux enjeux des observatoires au sein des ADT? Quelles sont les contraintes?
- Observation et marketing: données FVT, matrices marketing, des études clientèles aux « personae », analytics des dispositifs digitaux

## JOUR 2

**Partie II – Observation: des outils d'aide à la décision (suite)**

- Comprendre les besoins des différents acteurs  
L'évaluation en tant qu'outil d'aide à la décision
- La veille et la contextualisation (organiser sa veille et replacer son analyse dans un contexte)

**Partie III – Observation : des outils d'aide à la décision pour les partenaires locaux**

- Le contexte : évolution des ADT – cadre de référence, stratégie d'attractivité
- Observation et marketing : données FVT, matrices marketing, des études clientèles aux « personae », analytics des dispositifs digitaux

## JOUR 3

**Partie IV – La communication des données de l'observatoire**

- Le plan de communication
- La charte graphique
- Supports de valorisation des données et E-mailing, sites Pro et réseaux sociaux

**Partie V – Des nouvelles méthodes de travail**

- L'écoute des acteurs internes et externes
- La co-construction et l'intelligence collective
- Méthodes d'animation créatives et collaboratives

**Partie VI – Les méthodes d'organisation patenariales**

- Comment fonctionne une relation partenariale
- Structurer le partenariat interne
- Réseau, club et conventions partenariales

## JOUR 4 – Classe virtuelle (demi-journée)

**Partie VII - Evolution du positionnement, des programmes d'actions et des modes de fonctionnement**

**Bilan de la formation et expression éventuelle de besoins complémentaires.**

**Validation des acquis de la formation :**

Une auto-évaluation est remplie en début de session par les participants. En fin de session, un tableau d'évaluation des acquis est rempli par le formateur avec le stagiaire.

### ILS Y ÉTAIENT, ILS VOUS EN PARLENT

*"Françoise écoute beaucoup les problématiques de chacun et son expérience nous permet de trouver des pistes de réponse."* Emilie PAPIN - Vaucluse Provence  
Attractivité

*"Le point fort de la formation : les échanges d'expériences."* Chloé GORSE - Allier  
Tourisme

# LE CLASSEMENT DES MEUBLES DE TOURISME

**17 MARS 2022 (à distance)  
et 4 NOVEMBRE 2022 (présentiel)**

**DUREE : 1 jour (7 heures)**

**TARIF : 395€ TTC  
(Forfait formation à distance possible sur demande : 1460€ TTC)**

**REFERENCE : CMT2201 & CMT2202**



Sous réserve de 4 participants minimum – Version 1 du 29/07/2021

## OBJECTIFS :

- Acquérir, entretenir, perfectionner es connaissances en vue de réaliser des visites de classement des meublés
- Comprendre et utiliser les principes essentiels
- Utiliser les référentiels et les appliquer
- Maîtriser les outils du classement (tableau de classement, guide de contrôle, rapport et grille de contrôle) et l'organisation

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Personnes souhaitant se préparer aux exigences du nouveau classement des meublés de tourisme

## PRÉ-REQUIS

Connaissances de base des différences entre les différents types d'hébergement et en particulier concernant les meublés et volonté de passer l'audit pour le classement des meublés

## INTERVENANT

Bernard a travaillé dans le tourisme en France et à l'étranger, il assiste les établissements dans tous les aspects touchant à leur exploitation. Il contribue à la plupart des démarches qualité en France et assure le contrôle opérationnel au travers de visites mystères et d'entretiens en face à face.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des besoins des stagiaires en amont
- Diffusion d'un support commenté
- Exercices / cas pratiques
- Suivi post-formation proposé aux stagiaires
- Approche pédagogique et complète des éléments nécessaires à l'apprentissage des exigences du classement des meublés, avec de la théorie le matin et des études de cas, de l'organisation et de la procédure l'après-midi

## OUTILS REMIS

- Support de la formation
- Documentation réglementaire concernant le classement des meublés
- Recueil des documents techniques nécessaires au classement accompagné des annexes I, II, III et IV
- Focus sur les points sensibles (critères aux statuts changeants, boucle magnétique portative, note de révision)
- Approche de l'organisation nécessaire pour les organismes accrédités

## PROGRAMME

### Introduction

- Le contexte réglementaire en vigueur
- L'évolution du classement des meublés de tourisme.

### Organisation et procédures

- Modalités de classement
- Présentation des outils : tableaux de classement, guide, rapport et grille de contrôle, opposition de classement



### Les critères de classement

- Modalités de notation
- Analyse des critères

### L'organisation des organismes de contrôle

- Procédure à mettre en place

**Validation des acquis de la formation** : un questionnaire d'évaluation est réalisé par les participants.

## MATÉRIEL REQUIS

**Vous devrez vous munir au minimum des documents suivants :**

Le guide de contrôle, les grilles/tableaux de classement, le modèle de rapport, les documents réglementaires; une clé USB, une calculatrice.

Il est également important d'apporter un de vos anciens dossiers de classement complet (bien finalisé, récemment réalisé, un meublé assez conséquent) fait avec l'ancienne grille afin de le transposer sur la nouvelle grille durant les exercices pratiques de la formation.

Un manuel de référence sera remis aux participants.



### ILS Y ÉTAIENT, ILS VOUS EN PARLENT

*"Documentation fournie complète. Intervenant dynamique et à l'écoute"*  
Cécilia THERRY - ADT Aisne

*"Formation très enrichissante et intéressante animée par un super intervenant. Les explications sont complètes et claires et les cas pratiques permettent de bien comprendre les critères"*

Juliette GIRARD - Gironde Tourisme

*"Sujet maîtrisé par l'intervenant qui est capable de transmettre les informations essentielles alors que la procédure de classement est complexe à mettre en place."*  
Delphine INGWILLER - Val-d'Oise Tourisme



# FORMATION DES CONSEILLERS EN SEJOURS TOURISME & HANDICAPS

**4-5 AVRIL (à distance)**

**10-11 OCTOBRE 2022 (présentiel)**

**DUREE : 2 jours (14 heures)**

**TARIF: 520€ TTC**

**REFERENCES : T&H2201 & T&H2202**



Sous réserve de 5 participants minimum – Version 1 du 28/07/2021

## OBJECTIFS :

- Connaître les 4 principales familles de déficience
- Connaître et comprendre les différents critères à mettre en œuvre pour obtenir la marque Tourisme et Handicap
- Savoir procéder au recensement de l'offre accessible de leur territoire
- Savoir organiser leur espace d'accueil
- Savoir présenter l'offre adaptée de leur territoire (forme : police, contraste...)

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Professionnels du tourisme en charge de l'accueil des publics

## PRÉ-REQUIS

- Avoir des missions d'accueil du public
- Être en charge du déploiement de la marque d'Etat Tourisme et Handicap

## INTERVENANT

Annette et Dominique toutes deux expertes depuis de longues années sur les questions d'accessibilité aux personnes en situation de handicap

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques
- Tours de table et échanges d'expériences
- Mises en situation

## OUTILS REMIS

- Un support de stage est remis à chaque stagiaire

## PROGRAMME

### JOUR 1

- Le contexte : clientèle, définitions,
- La marque Tourisme & Handicap : Pourquoi, comment ?
- Le Label Destination Pour Tous : pourquoi, comment ?
- Le recensement de l'Offre de son territoire : méthode et contenu
- La déficience auditive
- La déficience mentale

### JOUR 2

- La déficience visuelle
- La déficience motrice
- Mise en situation dans un Office de Tourisme ou sur le lieu de stage
- Evaluation

### Validation des acquis

- Cas pratiques
- Une attestation sera remise à chaque stagiaire à l'issue de la formation. Celle-ci sera conforme aux exigences de la Marque dans le cadre de la labellisation d'un Office de Tourisme.

# MEUBLÉS DE TOURISME ET CHAMBRES D'HÔTES : MAÎTRISER LE CADRE JURIDIQUE ET FISCAL

**16-17 MAI** (présentiel)

**ET 21-22 NOVEMBRE 2022** (à distance)

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 730€ TTC

**REFERENCE** : HEB2201 & HEB2202

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 15/07/2021

## OBJECTIFS :

- Maîtriser le cadre juridique et fiscal applicable aux meublés de tourisme et aux chambres d'hôtes afin d'accompagner les porteurs de projet et de les guider dans leurs choix
- Identifier d'éventuelles difficultés afin de conseiller le recours à un professionnel du droit ou du chiffre si nécessaire

## PUBLIC

Techniciens et référents des pôles ingénierie/développement des ADT/CDT dans leur tâche d'accompagnement des porteurs de projets

## PRÉ-REQUIS

Expérience dans l'accompagnement des porteurs de projets ou connaissances de base en gestion

## INTERVENANT

Charles comptabilise 27 ans d'expérience : 12 ans en gestion dans des entreprises de différents secteurs et 15 ans dans la presse, l'édition et la formation dédiées au secteur des chambres d'hôtes et des meublés de tourisme.

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Diffusion d'un support commenté
- Nombreux cas pratique réel anonymisé
- Travail en ateliers

## OUTILS REMIS

- Support de formation avec une partie théorique détaillée
- Textes juridiques et fiscaux de référence sont présentés en annexe

## PROGRAMME



## JOUR 1

**I. Le meublé de tourisme**

- Le cadre juridique : définition, déclaration ou enregistrement, contrat et état descriptif....
- Le choix du statut juridique et les démarches associées : le particulier, l'entrepreneur individuel immatriculé au RCS et la société
- Les cotisations sociales du loueur de meublé : le régime micro-social, le régime standard, la situation des dirigeants de société ...

**II. La chambre d'hôtes**

- Le cadre juridique : définition, déclaration en mairie, affichage des prix...
- Le choix du statut juridique et les démarches associées : le particulier, l'entrepreneur individuel immatriculé au RCS et la société
- Les cotisations sociales du loueur de chambre d'hôtes : le régime micro-social, le régime standard, la situation des dirigeants...

**III. Les cas particuliers**

- L'hébergement insolite : yourtes, tentes, cabanes, roulottes ...
- Les formules hybrides meublés/chambres
- Les statuts particuliers : exploitants agricoles
- Le cumul/non-cumul : fonctionnaires, salariés, retraités...
- Les demandeurs d'emploi, les démissionnaires et le dispositif ACRE
- Cas pratiques

**IV. Les réglementations applicables**

- L'urbanisme et la construction : destination/usage, autorisation d'urbanisme...
- Les règles d'habitation : décence, détecteurs, chaudières/cheminées, assainissement...
- Le classement ERP : sécurité incendie, accessibilité...
- La table d'hôtes et les licences boissons
- Les piscines et bains à remous
- Les prestations annexes : location vélo, massages, bien être...
- La protection du consommateur : information, publicité...

## JOUR 2

**I. La fiscalité des revenus**

- Le régime micro et le bénéfice réel
- Le régime fiscal LMNP/LMP
- Les exonérations fiscales
- Les déclarations fiscales + IRPP/IS

**II. La TVA**

- L'exonération et l'assujettissement
- La franchise en base de TVA
- Les taux de TVA applicables
- Le régime simplifié et le régime normal

**III. La société civile immobilière**

- La création et le fonctionnement d'une SCI
- La fiscalité
- Cas pratique

**IV. Les autres taxes**

- La taxe foncière
- La CFE, la taxe d'habitation, les dégrèvements
- La contribution audiovisuelle
- Les redevances SACEM/SPRE
- La taxe de séjour
- La taxation des plus-values

**V. Les principales obligations fiscales**

- La facturation
- Les registres du régime micro
- La comptabilité : logiciel, fichier...

**V. Les risques de contentieux et de litiges**

- Les contentieux fiscaux : revenu, TVA...
- Les contentieux administratifs : urbanisme,
- Les contentieux sociaux : affiliation, salariés...
- Les contrôles DGCCRF : sécurité, réglementation...
- Les litiges clients : réservation, annulation, médiation

**Synthèse et évaluation**

# DEVENIR ÉVALUATEUR POUR LA MARQUE TOURISME & HANDICAPS

**18, 19 et 20 MAI (présentiel)**

**14, 15 et 16 NOVEMBRE 2022 (présentiel)**

**DUREE : 3 jours (21 heures)**

**TARIF: 850€ TTC**

**REFERENCES : THID2201 & THID2202**



## OBJECTIFS :

Sur la base de 6 participants minimum – Version 1 du 28/07/2021

- Connaitre la philosophie et l'organisation de la marque ainsi que les rôles et missions des acteurs
- Avoir des connaissances des divers handicaps
- Avoir expérimenté les handicaps moteur et visuel
- Avoir une connaissance des outils imposés par la marque (fonctionnement, état de marche)
- Avoir une connaissance des principes de l'accessibilité (les normes en usage, les critères de la marque inclus dans les caractéristiques générales et dans les cahiers des charges hébergement/restauration)
- Avoir expérimenté le remplissage de la grille et leur transcription sur la fiche de synthèse

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Professionnels du tourisme, en charge de la mission accessibilité

## PRÉ-REQUIS

- Être en charge du développement de la marque d'Etat Tourisme et Handicap
- Avoir suivi en candidat libre 2 ou 3 évaluations (permettant une première approche des critères et des outils)
- Avoir pris connaissance d'un document générique sur les déficiences

## INTERVENANT

Annette et Dominique toutes deux expertes depuis de longues années sur les questions d'accessibilité aux personnes en situation de handicap

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Diffusion d'un support commenté
- Exercices / cas pratiques
- Travail en ateliers
- Travail sur le terrain / mise en situation
- Les supports et outils remis lors du stage ont pour objectifs de permettre au stagiaire de compléter sa formation et de mieux appréhender les besoins spécifiques de la clientèle handicapée

## OUTILS REMIS

- Clé USB avec les différentes présentations et les documents liés à la compréhension des différents handicaps ainsi que tous les outils liés à la Marque Tourisme et Handicap

## PROGRAMME



## JOUR 1 : CONTEXTE ET OUTILS

- Présentation de l'association Tourisme & Handicaps (actions et missions)
- Présentation de la Marque Destination Pour Tous
- La Marque Tourisme & Handicap : historique, procédures et positionnement de l'évaluateur
- La chaîne touristique (ce qui est attendu par le client) et qui entraîne l'hétérogénéité de l'offre labellisée
- Les outils de la labellisation : règlement d'usage, demande de la marque, cahiers des charges, fiche de synthèse, acte d'engagement

### Les définitions

- Le handicap : une situation et non plus une invalidité
- La déficience, la limitation d'activité, la restriction de participation
- L'accessibilité et la chaîne de déplacement réel

### Les principales déficiences

- Caractéristiques, conséquences et outils de compensation
- Typologie de critères à mettre en œuvre par le prestataire
- Mises en situation : au minimum mises en situation d'utilisation d'un fauteuil roulant et de cheminement avec masques et cannes longues

## Matériel requis

Un mètre et une tablette  
ou un ordinateur  
compatible avec  
l'application d'évaluation

## JOUR 2 : LES FONDAMENTAUX DE L'ACCESSIBILITE

- Normes sur l'usage d'un fauteuil, mesures anthropométriques et démonstration de prises de mesure
- La gestion des obstacles
- Les principes de la signalétique
- Les notions d'éclairage ; la sécurité et la dangerosité

### Les critères « Caractéristiques générales / Hébergement—Restauration »

- Entrée , cheminements horizontaux et verticaux, extérieurs et intérieurs
- Sanitaires ; Salle de bains et WC-chambre
- Restaurant, salle de petits déjeuners et self

### Les outils de l'évaluateur

La « bible » comprenant : cahier des charges, organisation de la visite, liste du matériel à emporter, méthodologie de remplissage des grilles pédagogiques

## JOURNÉE 3 : MISE EN SITUATION D'ÉVALUATION DU SITE EN BINÔMES

- Application d'évaluation, rédaction de la fiche de synthèse
- Mise en commun et réponse aux questions

**Validation des acquis de la formation :** Un QCM de fin de stage permet d'évaluer la compréhension du stagiaire sur 10 points principaux évoqués lors de la session et nécessaires à son statut de futur évaluateur de la marque Tourisme & Handicap. Les formatrices décident à l'issue de la formation de l'attribution du statut d'évaluateur au stagiaire.

# URBANISME ET AMÉNAGEMENT : ACCOMPAGNER LES PORTEURS DE PROJETS TOURISTIQUES

**13-14 JUIN 2022 (à distance)**

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 954€ TTC

**REFERENCE** : URBA2201



Sous réserve de 7 participants minimum – Version 1 du 18/08/2021

## OBJECTIFS :

- Connaître les règles et identifier les organismes référents en matière d'urbanisme et d'aménagement sur le territoire départemental
- Orienter un porteur de projet vers le ou les référents compétents
- Connaître l'évolution des textes juridiques et leurs impacts sur le territoire
- Savoir créer du lien entre les référents et les CDT/ADT pour mutualiser le savoir et être plus efficace dans le conseil apporté aux porteurs de projets touristiques

## PUBLIC

Chargés de missions du pôle ingénierie et développement, chargés de développement économique au sein d'une structure départementale

## PRÉ-REQUIS

Etre confronté à l'accompagnement des porteurs de projets et avoir une base de connaissances des besoins de ces derniers en urbanisme et/ou en aménagement du territoire

## INTERVENANT

Cadre territorial, Emmanuel dispose d'une expertise reconnue en urbanisme et en aménagement du territoire. Son expertise juridique est mise au service des acteurs du tourisme pour éclairer, conseiller, accompagner les projets privés et publics.

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des besoins des stagiaires en amont
- Diffusion d'un support commenté
- Exercices / cas pratiques
- Travail en ateliers
- Suivi post-formation proposé aux stagiaires

## OUTILS REMIS

- Support de la formation
- Tableaux d'analyse
- QCM d'auto-évaluation
- Outils de travail

## PROGRAMME

## JOUR 1

**I. Introduction à l'urbanisme et à l'aménagement du territoire**

- Définitions et contexte
- Enjeux de l'urbanisme
- L'organisation administrative française

**II. Connaître les documents de la planification territoriale**

- Les normes en France et en Europe
- Les documents de planification territoriale

**III. Construire en zone agricole**

- Les contraintes en matière de zone agricole, zone protégée ou zone non constructible

**IV. Les outils opérationnels de l'aménagement du territoire**

- Les certificats et autorisations d'urbanisme reliés avec des exemples de projets touristiques
- Les dispenses de formalités administratives
- Le recours à l'architecte

## JOUR 2

**V. Les hébergements insolites**

- La définition des hébergements insolites
- La réalité juridique et objective des hébergements
- Les habitats légers de loisirs en fonction du terrain
- L'identification et la qualification d'un projet d'hébergement

**VI. Problématique et retours d'expériences**

- Atelier pratique de co-construction d'un outil de travail pour préparer la réponse aux porteurs de projet

**Validation des acquis de la formation :** questions orales, atelier en groupe sur la réalisation d'un outil de travail

**Le petit +**

Bénéficiez de ressources documentaires et d'outils clés en main pour mener à bien votre mission d'accompagnement.

**ILS Y ÉTAIENT, ILS VOUS EN PARLENT**

*"Une formation dynamique et adaptée"* Armelle BARTHES CAZAL - AaDT Béarn Pays Basque

*"Les points forts de la formation : le quiz et les cas pratiques"*

Laurence MAILLARD - Eure Tourisme



# SAVOIR LIRE ET INTERPRÉTER UN BUSINESS PLAN

**15-16 JUIN 2022 (présentiel)**

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 860€ TTC

**RÉFÉRENCE** : BPL2201



Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 03/08/2021

## OBJECTIFS :

- Savoir lire et interpréter un Business Plan
- Savoir accompagner les porteurs de projets touristiques sur leur business plan
- Être en capacité d'intervenir en tant que conseil sur chaque partie d'un projet
- Connaître les clés de lecture, les indicateurs financiers ...

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

Possibilité d'adaptation de la formation en fonction des besoins

## PUBLIC

Toute personne accompagnant les porteurs de projets au sein d'une structure départementale

## PRÉ-REQUIS

Être au contact régulier avec des porteurs de projet et avoir les compétences basiques dans le développement et la gestion d'activités touristiques

## INTERVENANT

Antoine, senior manager et consultant financier depuis 2008 au sein d'un cabinet conseil reconnu, pilote la réalisation de missions de conseil permettant l'émergence de projets (faisabilité, montages, recherche d'investisseurs, AMO).

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Formation à partir de projets opérationnels menés par la SCET de A à Z
- Alternance entre des connaissances théoriques et une application opérationnelle avec des cas pratiques
- Suivi post-formation proposé aux stagiaires
- Modalités de vérifications des prérequis : test sous la forme d'un QCM en amont de la formation pour une adaptation éventuelle du contenu

## OUTILS REMIS

- Lexique des principaux termes à retenir
- Fascicule avec les points clés à retenir, exemples, ...

## PROGRAMME

## JOUR 1

## Introduction

## Les Grands principes

- La notion de modèle économique
- La construction d'un plan d'affaires prévisionnel : compte de résultat, tableau des flux et indicateurs de rentabilité (TRI investisseur, marge nette,...)
- Exemples opérationnels

## Appréhender le business plan

- Budget prévisionnel (hypothèses préalables à la faisabilité, etc)
- Scénaris et tests de sensibilité et de basculement
- Analyse des résultats : compte de résultat, trésorerie, plan de financement, indicateurs de rentabilité
- Passer de l'analyse technique au mode projet

## JOUR 2

## Séance de questions – réponses à partir d'un business plan

## Cas pratique n°1 - Focus sur l'exploitation

A partir des éléments de contexte fournis par les intervenants :

- Expliquer et valider le prévisionnel de fréquentation
- Réaliser un business plan
- Expliquer la faisabilité financière du projet, les points de vigilance, les problématiques soulevées etc

## Cas pratique n°2 - Focus sur la trésorerie et le plan de financement

A partir des éléments de contexte fournis :

- Appréhender les incidences des sources de financements : emprunts, fonds propres, comptes courants d'associés, subventions
- Evaluer la rentabilité du projet, la rentabilité investisseur et le dimensionnement des fonds propres à travers le tableau de trésorerie

**Validation des acquis de la formation :** travail en groupe (2 à 3 personnes) sur un cas opérationnel



## ILS Y ÉTAIENT, ILS VOUS EN PARLENT

*"Des clés de compréhension claires pour savoir lire un business plan."* Isabelle COROND - Côte d'Or Tourisme

*"Cette formation permet de clarifier ses connaissances en matière de business plan et fournit des outils "prêts" à l'emploi."*

Elisabeth VUILLET - Gironde Tourisme

*"Le point fort de la formation : la pédagogie du formateur qui est doué pour vulgariser son sujet."*

Patricia COLNOD - Ain Tourisme



# LA DÉMARCHE QUALITÉ TOURISME

**16-17 JUIN 2022 (à distance)  
et SUR DEMANDE**

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 635€ TTC (sur la base 6 participants)

À la demande : base 1 pax : 3500€ TTC,  
base 2 pax : 1800€ TTC, base 3 pax : 1200€ TTC, base 4-5 pax : 880€ TTC /personne

**REFERENCE** : DQT2201



Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 29/07/2021

Cette formation est proposée dans le cadre du partenariat avec la DGE permettant aux CDT/ADT de devenir relais local Qualité Tourisme™.

## OBJECTIFS :

- Comprendre et utiliser les principes essentiels
- Maîtriser la terminologie et les processus
- Maîtriser et utiliser les outils
- Développer sa connaissance des démarches Qualité Tourisme

## PUBLIC

Chargés de missions du pôle ingénierie et développement, chargés de développement économique au sein d'une ADT/CDT

## PRÉ-REQUIS

Des démarches qualité doivent être en cours ou en projet. Ce stage est destiné aux personnes souhaitant maîtriser la terminologie, les outils et les procédures de mise en place ou de gestion des démarches qualité selon les nouveaux référentiels Qualité Tourisme essentiellement pour les Lieux de Visite et les Activités de Pleine Nature.

## INTERVENANT

Bernard a travaillé dans le tourisme en France et à l'étranger, il assiste les établissements dans tous les aspects touchant à leur exploitation. Il contribue à la plupart des démarches qualité en France et assure le contrôle opérationnel au travers de visites mystères et d'entretiens en face à face.

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des besoins des stagiaires en amont
- Diffusion d'un PowerPoint commenté
- Exercices / cas pratiques
- Travail sur le terrain / mise en situation
- Suivi post-formation proposé aux stagiaires
- Approche pédagogique et complète des éléments nécessaires à l'apprentissage des exigences des démarches qualité

## OUTILS REMIS

- PowerPoint de la formation
- Documentation réglementaire et technique
- Recueil des documents techniques nécessaires à la mise en place des démarches qualité
- Exemple de référentiels et de grilles de contrôles

## PROGRAMME

## JOUR 1

**Matin :**

- Prise de contact avec le groupe
- Introduction à la qualité
- Qu'est ce qui définit une démarche qualité ?
- Les principales démarches qualité
- Les éléments nécessaires pour la gestion d'une démarche qualité

**Après-midi :****•Les outils nécessaires pour la mise en place d'une démarche qualité**

- 1.Règlement d'usage et cahier des charges
2. Formulaire de candidature
- 3.Référentiels et mise en œuvre de la nouvelle procédure
- 4.Module d'écoute client
- 5.Outils de communication
- 6.Charte graphique
- 7.Auto-évaluations



## JOUR 2

**Matin :**

- Audit test d'un lieu de visite** (visite en situation réelle d'auditeur anonyme)
- Compte-rendu oral et écrit de la visite** (le groupe se répartira les séquences et les 5 familles pour effectuer un compte-rendu oral et écrit synthétique de l'audit à blanc).

**Après-midi :**

- Mise en place d'une démarche Qualité selon les nouvelles règles:** (organisation d'une démarche qualité, principe de l'amélioration continue, écoute client, accompagnements des professionnels, promouvoir la marque, animer le réseau, acteurs à mobiliser, sélectionner un ou des cabinets d'audit, plateforme, CRGM dématérialisé).

**•Questions réponses****•Évaluation de la formation**

**Exercice de validation des acquis de la formation :** QCM final et entretien oral collectif de fin de formation

# LES ENQUÊTES DANS LE TOURISME : MÉTHODES ET MISES EN OEUVRE

**28-29 JUIN** (présentiel)

**ET 8-9 DECEMBRE 2022** (à distance)

**DUREE** : 2 jours

**TARIF** : 495€ TTC

**REFERENCE** : ENQ2201 & ENQ2202

Sous réserve de 5 participants minimum – Version 1 du 16/07/2021

## OBJECTIFS :

- Connaître les différents types d'enquêtes
- Savoir formuler la problématique et identifier le type d'enquête adaptée
- Savoir coordonner ou mener la réalisation de l'enquête de la conception à la diffusion des résultats

## PUBLIC

Chargé(e) de mission « observation-étude »  
au sein d'une ADT/CDT, débutant(e) ou  
souhaitant se perfectionner

## PRÉ-REQUIS

Disposer d'un bon niveau Excel

## INTERVENANT

Consultant "études, observation évaluation",  
José-Pierre intervient depuis plus de 20 ans  
sur des problématiques d'observation et de  
compréhension des phénomènes  
touristiques. A ce titre, il collabore avec les  
observatoires du tourisme de différents  
échelon territorial. De plus, il intervient en  
A.M.O. sur les méthodologies d'enquêtes en  
matière d'observation du tourisme et  
accompagne également tout ou partie de la  
démarche d'observation.

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des besoins des stagiaires en  
amont via un questionnaire
- Cas pratiques
- Mini exercices et mises en situation

## OUTILS REMIS

- Support de la formation

## PROGRAMME

**Point de départ : du besoin formulé à la réponse « étude »**

- Bien circonscrire le besoin, (re)définir les objectifs précisément
- Evocation des différentes enquêtes dans le tourisme : (mesure de la satisfaction, profil et comportement, impact économique...)
- Etat des lieux des ressources en interne / externe pour mener à bien la mission

**Quelles méthodes, quels outils pour y répondre ?**

- Les sondages, différentes approches d'études : qualitatives ? quantitatives ?
- Les différents modes de collectes, avec ou sans enquêteurs
- Notion de « représentativité » et de tailles d'échantillon
- Benchmarking préalable : S'inspirer, s'appuyer sur des dispositifs existants

**Le déroulé d'une enquête : de la collecte à la production des résultats**

- Rédaction d'un cahier des charges : le protocole d'enquête selon la méthode retenue
- Les supports de l'enquête : rédaction du questionnaire ou du guide d'entretiens, plan de sondage...
- De quels outils disposer selon les modes de collectes : étude on line, téléphone, papier ? Le lancement de la collecte et son suivi : recrutement et briefing des enquêteurs, test des questionnaires...
- La production et exploitation des données, les redressements & pondérations
- Lire un tri à plat et tri croisé, l'intérêt de mettre en œuvre des analyses multivariées
- La mise en forme des résultats : tableaux, graphes, rapports

**La diffusion des résultats**

- D'un rapport « technique » à la diffusion de résultats : exemples de supports publiés par des observatoires

**Travailler avec un cabinet d'étude**

- En amont : formulation des besoins et objectifs, identification des moyens budgétaires, humains et logistiques disponibles, du niveau de sous traitance
- Consultation des BE : rédaction d'un cahier des charges, analyse des réponses, critères de choix et livrables attendus
- En aval : accompagner et suivre le BE dans sa prestation, reporting, premiers résultats, livrables

**Cas pratiques** : les participants viennent avec des projets d'enquêtes qui seront traités en petit groupe de travail tout au long des deux journées de formation.

**Evaluation des acquis** : cas pratiques réalisés en sous groupe



# COMMENT CRÉER ET PROMOUVOIR UN ÉVÈNEMENT TOURISTIQUE PARTICIPATIF ANNUEL

**17-18 NOVEMBRE** (2 matinées à distance)  
**ET 8-9 DECEMBRE 2022** (2 jours en présentiel)

**DUREE** : 3 jours, formation mixte distanciel/présentiel (19 heures)

**TARIF** : 1020€ TTC

**REFERENCE** : EVENT2201

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 29/07/2021

## OBJECTIFS :

- Définir un événement participatif
- Identifier les éléments à prendre en compte dans sa mise en oeuvre
- Appliquer la méthode du design thinking pour fédérer et innover
- Définir un plan d'actions et organiser la conduite de projet
- Maitriser les outils de gestion de projet
- Evaluer l'événement

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## INTERVENANT

Après 5 années dans l'hôtellerie, Aurélie intègre une centrale de réservation hôtelière en tant que responsable commerciale puis devient chef de projet dans des agences événementielles et des agences réceptives. Elle devient responsable commerciale au sein d'une centrale de réservation groupes pour une Agence de Développement Touristique pendant 9 ans.

Chargée de commercialisation, ses missions consistaient également à accompagner les prestataires touristiques dans la création, la mise en place et la promotion de leur offre touristique. Aujourd'hui outre l'accompagnement des professionnels du tourisme, Aurélie enseigne en qualité de vacataire à l'Université Montpellier Management.

## PUBLIC

Toute personne amenée à gérer un projet événementiel ou à y participer

## PRÉ-REQUIS

- Être organisé
- Savoir travailler en équipe
- Savoir utiliser Excel (tableur et graphiques)

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Design, thinking
- Méthode expositive avec diaporama
- Questionnaire préalable
- Travaux pratiques et dirigés
- Modules vidéo
- Partage d'expériences
- Mises en situation et ateliers
- Outil numérique participatif
- + 1H de suivi par webconférence

## OUTILS REMIS

- Support de la formation
- Bonnes pratiques

# PROGRAMME

## JOUR 1 (matinée à distance)

### Séquence 1: Qu'est-ce qu'un événement participatif annuel ?

- Brise glace pour faire connaissance et introduction
- Retour d'expérience : Historiques et success story de « Jazz in Marciac » et « Les Vieilles Charrues »
- Identifier les questions à prendre en compte pour qu'un événement annuel participe au développement économique local
- Identifier les 3 prérogatives les plus importantes pour réaliser un événement de qualité et aux retombées locales

### Séquence 2 : prérogatives pour un événement annuel attractif

- Définition du design thinking et méthodes d'application (méthodologie innovante qui permet de transformer les idées et les projets en actions réelles et en prototypes tangibles)

## JOUR 2 (matinée à distance)

- Définir l'événement le mieux adapté :obj, cibles
- Assurer la mobilisation des parties prenantes
- Choisir un événement fictif comme base de travail de la formation

### Séquence 3 : gestion d'un projet événementiel d'envergure

- Organiser la conduite de projet : Equipe, budget, lieu, période, rétroplanning, prestations, bénévoles...
- Outils de la gestion de projets
- Réaliser une check list / to do list évolutive

**Matériel requis** : 1 PC portable par apprenant ou à défaut 1 PC portable pour 3 apprenants maximum

### Validation des acquis de la formation :

- Questionnaire d'auto-évaluation des compétences
- Quiz formatif durant la session de formation
- Mise en situation et cas pratiques durant la session de formation (desgin thinking)
- Webconférence d'1h de suivi à 45 jours (pour mesurer le retour d'expérience)

## JOUR 3 (présentiel)

### Séquence 4 : Faire connaître son évènement

- Brise glace et réveil pédagogique. Retour sur la 1ere journée.
- Plan marketing
- Communication amont
- Plan médias
- Invitations / billetterie
- Partenariats
- PLV et outils de promotion
- Lister les tâches indispensables à la réalisation du projet + rétroplanning et étapes clés
- Le diagramme de Gantt – définition et utilité

### Séquence 5 : planifier et piloter le projet

- Réaliser un diagramme de Gantt (travail en groupes ou sous groupes)
- Maîtriser l'enchaînement des tâches
- Connaître le délai de chaque étape clé
- Poser des jalons pour valider les étapes
- Affecter et gérer les ressources (humaines, budgétaires, matérielles...)
- Visualiser les tâches à mener
- Suivre l'avancée du projet et le piloter au regard des délais planifiés
- Estimer l'impact d'un retard sur la date de fin et les autres tâches

### Séquence 6 : Préparer et ajuster avant le jour J

- Réaliser le programme technique de l'évènement
- Réaliser un filage d'avant évènement (dry run)
- Évaluation formative (Kahoot ou wooclap)

## JOUR 4 (présentiel)

### Séquence 7 : Être en alerte pendant l'évènement

- Brise glace et réveil pédagogique. Retour sur les deux 1eres journées.
- Gérer l'évènement le jour J
- Savoir pallier aux imprévus
- Et en cas de nouvelle crise sanitaire ? Gestion de crise ou résilience ? E-Evènement.

### Séquence 8 : Tirer des enseignements de votre évènement

- Evaluer l'évènement
- Satisfaction participants
- Evaluation équipe projet
- Evaluation partenaires
- Retombées économiques
- Et l'année prochaine ?
- Réaliser une à 2 matrices d'évaluation

### Séquence 9 : bilan et boîte à outils

- Echange et partage sur les séquences passées
- Travailler un rapport sur le bilan de l'évènement
- Réaliser la boîte à outils pour la réalisation d'un événement de qualité

**Le petit +**  
Webconférence  
d'1h de suivi à  
45 jours

# MONTAGE JURIDIQUE DE PROJETS TOURISTIQUES A VOCATION PUBLIQUE

**5-6 DECEMBRE 2022 (présentiel)**

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 930€ TTC

**REFERENCE** : JURI2201

Sous réserve de 7 participants minimum – Version 1 du 09/11/2021

## OBJECTIFS :

- Connaître les différentes formes juridiques liées à l'immobilier touristique (régie, délégation de service public, bail emphytéotique, etc) permettant l'exploitation de sites privés ou publics
- En mesurer les conséquences sur la faisabilité du projet
- Etre capable d'accompagner les porteurs de projets privés ou publics sur la faisabilité de leur projet

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Toute personne accompagnant les porteurs de projets au sein d'une structure départementale

## PRÉ-REQUIS

Etre au contact régulier de porteurs de projet et avoir les compétences basiques dans le développement et la gestion d'activités touristiques (finances, marketing, promotion,...)

## INTERVENANT

La formation sera assurée par un consultant tourisme et un consultant juridique spécialistes de l'économie mixte et du développement territorial au sein d'un cabinet conseil.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Formation à partir de projets opérationnels
- Alternance entre des connaissances théoriques et une application opérationnelle avec des cas pratiques
- Suivi post-formation proposé aux stagiaires
- Modalités de vérifications des prérequis : test sous la forme d'un QCM en amont de la formation pour une adaptation éventuelle du contenu

## OUTILS REMIS

- Lexique des principaux termes à retenir
- Fascicule avec les points clés à retenir, exemples, ...

## PROGRAMME

## JOUR 1

## Introduction

**Etude de cas n°1 sur un équipement culturel**

- Opportunité marché/diagnostic
- Faisabilité économique
- Faisabilité financière

**Présentation de tous les montages juridiques envisageables**

(caractéristiques, acteurs, atouts/faiblesses)

**Poursuite de l'étude de cas sur un équipement culturel**

- Montages juridiques envisageables
- Montages juridiques appropriés pour cet exemple
- Conclusion sur la faisabilité du projet

## JOUR 2

**Etude de cas n°2 : présentation d'une mission d'AMO pour la passation d'une délégation de service public d'un équipement touristique**

- Contexte (gouvernance, choix de la DSP, objectifs de la collectivité,...)
- Définition du cahier des charges et des pièces administratives
- Négociation avec les candidats
- Finalisation du contrat

**Exercices à partir d'une mission d'AMO**

- Valider l'opportunité de marché, la faisabilité économique, financière
- Proposer et justifier plusieurs montages juridiques
- Apporter une conclusion quant à la faisabilité globale du projet et des différents leviers possibles

**Validation des acquis de la formation : travail en groupe (2 à 3 personnes) sur un cas opérationnel**

**ILS Y ÉTAIENT, ILS VOUS EN PARLENT**

*"Formation très complète sur le sujet des collectivités. Intervenantes pédagogiques et efficaces."*

Bertrand POUILLAUDE - Oise Tourisme

*"Les points forts : les intervenantes et l'aspect concret donné à chaque montage théorique, "ça sent le vécu".*

Vincent BOUSSIN - Mayenne Tourisme

*"Des formatrices compétentes et pédagogiques pour une formation complexe : beaucoup de cas cités pour retenir le principal et les bonnes questions à se poser."*

Anne LELIVEC - ADRT Somme



# EXPLOITER TOUT LE POTENTIEL DE CARTES & DONNÉES

## Formation analyste sur le logiciel

### FORMATION SUR DEMANDE (constitution de groupes)

**DUREE : 2 jours**

**REFERENCE : CARTE2201**

**TARIF : Nous consulter**

Tarif appliqué sous réserve de la base du nombre de participants à une session – Version 1 du 15/07/2021

Guidé par un de nos géographes, vous découvrez pas à pas les fonctionnalités de Cartes & Données pour mener à bien vos analyses. Quels que soient votre métier et votre niveau, les modules de formation Cartes & Données s'adaptent à vos besoins et vous garantissent une réponse claire aux questions que vous vous posez. Gagnez du temps dans la réalisation de vos projets cartographiques. Travaillez directement sur vos propres données et repartez avec vos modèles d'analyses prêts à l'emploi. Votre formateur vous accompagne pour mener vos premières analyses métier.

### OBJECTIFS :

- Exploiter tout le potentiel de Cartes & Données en fonction de vos besoins
- Gagner du temps dans l'élaboration de vos analyses et gagner en efficience

### TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

### PUBLIC

Utilisateur de Cartes & Données exerçant au sein d'une structure départementale qui souhaite prendre en main l'outil et découvrir ses fonctionnalités et les bonnes pratiques pour l'exploiter au maximum

### INTERVENANT

Spécialiste exerçant auprès d'un acteur de référence au niveau mondial de la filière géomatique, créateur de solutions dédiées à l'analyse exploratoire de données localisées, à leur collecte, à leur communication et à leur utilisation telle que Cartes & Données.

### PRE-REQUIS

Disposer d'un niveau maîtrise d'Excel et connaître les notions de base de la cartographie  
Etre détenteur d'une licence Artique nominative sous contrat de maintenance valide

### MODALITES PÉDAGOGIQUES

Applications pratiques sur le logiciel et découverte des notions associées

### OUTILS REMIS

- Support de la formation

### VALIDATION DES ACQUIS

Exercices d'applications pratiques sur le logiciel

## PROGRAMME



### Découverte et prise en main de Cartes & Données

#### Présentation

- Présenter le logiciel et son éditeur
- Connaître les possibilités du logiciel au niveau fonctionnel et graphique
- Connaître les ressources d'assistance à la réalisation des cartes

#### Votre 1ère carte avec Cartes & Données

- Entrer dans l'environnement de l'outil
- Comprendre le fonctionnement de l'organigramme
- Faire une carte avec symbole proportionnel et remplissage
- Comprendre le fonctionnement de la discrétisation

#### Mettre en page, enregistrer & exporter son travail

- Savoir mettre en page et diffuser sa carte
- Savoir faire une mise en page simple d'une carte
- Savoir exporter une carte
- Savoir enregistrer de trois façons son organigramme
- Connaître les exports les plus courants
- Réinvestir les connaissances sur les exports images et PDF

#### Mise en page avancée

- Approfondir les options de mise en page
- Connaître la notion de zoom-target : zoom sur un territoire
- Savoir faire une carte en cadrage flottant et non flottant
- Faire un cartouche avec l'option native ou la composition

### Fonds de cartes et sectorisations

- Savoir faire une sectorisation commerciale
- Savoir faire une sectorisation
- Savoir modifier une sectorisation existante
- Comprendre et choisir une projection

### Traiter les adresses et les représenter

- Savoir placer des points d'intérêts généraux, clients, agences, etc
- Savoir utiliser les fonctions de géocodage et géolocalisation
- Utiliser la création de point et exploiter les données rattachées
- Réaliser une sélection à partir d'un fond de carte ou d'une donnée
- Savoir agréger une donnée sur un fond de carte

### Automatiser les exports

- Savoir faire un modèle d'organigramme pour multicarte
- Connaître la procédure de l'export multicarte

### Fonctions avancées

#### Fonctions routières

- Savoir utiliser les fonctions routières
- Savoir créer un fichier de matrice de distance
- Savoir créer des isochrones
- Savoir afficher le fond de plan

#### Fonctions de statistiques avancées

- Savoir synthétiser un jeu de données avant d'être représenté
- Connaître le fonctionnement des opérateurs statistiques multivariées
- Utiliser la régression linéaire

#### Fonctions de géomarketing

- Connaître les différentes fonctions
- Polarisation, zone de chalandise et simulation d'implantation
- Savoir évaluer l'attraction d'un pôle par les temps de parcours,...

#### Représenter différemment

- Savoir faire des cartes en anamorphose et prismatique
- Représenter une donnée globale d'une variable,...

# COMMERCIALISATION



## TEMOIGNAGES

"Dynamique, échanges très sympas, cas concrets"

- **Formation : Pricing et yield management suivie par Marie Charlotte PERRET – Vaucluse Provence Attractivité**

« L'écoute de l'intervenant, les exemples donnés et l'accès au support de formation » - **Formation : Réglementation de la commercialisation touristique suivie par MARILLET Melissa, Office du Tourisme et des Congrès de Paris**

« Cette formation permet de découvrir les derniers textes de loi »

- **Formation : Réglementation de la commercialisation touristique suivie par TOSELLI Sébastien, ADT Marne**

« Formation tout à fait accessible aux "novices", explications claires des notions juridiques »

- **Formation : Réglementation de la commercialisation touristique suivie par Aurélie CHAUVAT, OT Pays Houdanais**



## CHIFFRES CLÉS

<b>Formations</b>	<b>2</b>
<b>Sessions proposées</b>	<b>4</b>
<b>Satisfaction globale 2021</b>	<b>17/20</b>

# COMMERCIALISATION DES ACTIVITES DE LOISIRS : QUELLE STRATÉGIE POUR LES ACTEURS INSTITUTIONNELS ?

**27-28 JANVIER 2022** (présentiel)

**29,30 SEPTEMBRE, 6, 7 OCTOBRE 2022** (4 demi-journées à distance)

**DUREE** : 4 demi-journées à distance ou 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 840€ TTC

**REFERENCE** : ACT2201 & ACT2202

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 15/07/2021

## OBJECTIFS :

- Comprendre le contexte actuel de la distribution du tourisme et développer ses connaissances sur les problématiques de commercialisation des prestataires d'activités et sites touristiques
- Connaître et comprendre les leviers prioritaires qui permettent aux prestataires d'activités et sites touristiques de vendre davantage
- Être en capacité d'accompagner et de conseiller les prestataires d'activités et sites touristiques dans leur stratégie de développement sur le web et sur leur e-distribution
- Développer ses connaissances sur les solutions de ventes spécifiques aux activités de loisirs et de billetterie
- Comprendre les stratégies de commercialisation institutionnelles possibles concernant les activités de loisirs
- Mesurer les avantages et les inconvénients des différentes possibilités pour définir ou redéfinir sa stratégie

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Directeurs, animateurs réseaux/filières, responsable commercialisation, en charge de place de marché et/ou de centrale de réservation

## PRÉ-REQUIS

Avoir travaillé et/ou avoir une réflexion sur le sujet de la commercialisation des activités de loisirs

## INTERVENANT

Consultant indépendant depuis 2009, Mathieu intervient sur des missions de conseil, d'audit et d'appui technique auprès des organismes publics et prestataires privés du tourisme.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Pédagogie participative
- Diffusion d'un support commenté
- Cas pratiques
- Échanges entre les participants

## OUTILS REMIS

- Support de formation
- Comparatif des principales solutions de réservation
- Benchmark de destinations engagées dans la commercialisation des activités

## VALIDATION DES ACQUIS:

Exercices et QCM

## PROGRAMME



### Introduction du sujet

- État des lieux en matière de distribution (hébergement vs activités/loisirs)
- Point sur les pratiques de réservation des activités de loisirs
- État des lieux de la situation en matière de e-distribution des activités de loisirs :  
Focus sur Tripadvisor (viator), GetYourGuide vs Francebillet, Ticketmaster et Digitick,...  
focus sur Airbnb Expérience et sur Booking Expérience

### Les points clés pour développer ses ventes en tant que site touristique :

#### Les fondamentaux marketing et techniques pour vendre en ligne

- Focus sur les bases marketing et la nécessité d'être centré sur l'expérience client
- Focus sur les solutions de vente et les solutions d'encaissement en ligne du marché

#### Les leviers qui permettent de développer ses ventes :

- Soigner ses prescripteurs locaux (hébergeurs en particulier)
- Être visible sur les principaux services web utilisés par les touristes en mobilité
- Soigner sa e-réputation : Focus sur Tripadvisor et les bonnes pratiques pour répondre aux avis clients
- Avoir un site web orienté client et parfaitement adapté aux consultations sur mobile
- Faciliter la vie des touristes en séjour avec une réservation en ligne intuitive et attractive
- Utiliser habilement les distributeurs pour capter une clientèle plus large
- Développer une communication virale et locale via les réseaux sociaux
- Jouer « collectif » et « local »

### Focus sur la position « stratégique » des hébergeurs et des acteurs institutionnels en matière de commercialisation des loisirs

### Focus sur les modèles possibles en matière de commercialisation des activités loisirs :

- Place de marché, centrale de réservation ou simple intermédiation ?
- Billetterie vs activités ?
- Ventes en ligne vs ventes physiques ?
- Problématiques et facteurs clés de réussite des différents schémas possibles

### Benchmark de destinations engagées dans la commercialisation des activités

### Focus sur les outils de vente « activités et/ou billetterie » pertinents pour les acteurs institutionnels en fonction de leurs choix stratégiques :

- Mise à disposition d'un comparatif des principales solutions de réservation
- Explications des points clés d'analyse (fonction de Channel Manager, fonction caisse, fonction revendeur, etc.)

### Échange avec participants sur les stratégies possibles

# LA RÉGLEMENTATION DE LA COMMERCIALISATION TOURISTIQUE

**31 MARS et 1<sup>er</sup> AVRIL (à distance)**

**21 et 22 NOVEMBRE 2022 (présentiel)**

**DUREE : 2 jours (14 heures)**

**TARIF : 697€ TTC**

**REFERENCE : REGL2201 & REGL2202**

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 2 du 02/08/2021

## OBJECTIFS :

- Identifier les règles applicables
- Classer les normes par ordre de priorité et de risque
- Mettre en place une organisation respectueuse de la réglementation tout en recourant aux documents contractuels appropriés (conditions générales de vente, mentions obligatoires, contrats)



## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Professionnels en activité au sein de services de commercialisation touristique

## PRÉ-REQUIS

Exercer une activité au sein de services de commercialisation touristique

## INTERVENANTS

Elise et Alice exercent au sein d'un cabinet d'avocats reconnu dans le tourisme qui a notamment reçu le prix de l'innovation des avocats en relation-client en 2019. Elise, associée et co-fondatrice du cabinet, fait partie du classement GQ des 30 avocats les plus puissants de France.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Diffusion d'un support commenté
- Cas pratiques basés sur des exemples réels anonymisés

## OUTILS REMIS

- Support de formation

## VALIDATION DES ACQUIS

Formulaire d'auto-évaluation réalisé en fin de session

## PROGRAMME

## JOUR 1

## MATIN

- Définir le cadre légal de la commercialisation pour les OT, ADT et CRT : exhaustivité de l'offre, commercialisation hors zone et respect du droit de la concurrence
- Comprendre ce qu'est un agent de voyages au travers des définitions du forfait touristique, du service de voyage et de la prestation de voyage liée
- Etudier la responsabilité de l'agent de voyages en théorie et au travers de cas pratiques, apprendre les bons réflexes probatoires pour faire face à un litige

## APRES-MIDI

- Etudier le contenu du contrat avec son prestataire et mis en œuvre de la pratique rédactionnelle au travers d'un cas pratique
- Etudier le contenu du contrat avec le client et des obligations précontractuelles
- Les conditions générales de vente : étude des dispositions principales et des clauses abusives à éviter

## JOUR 2

## MATIN

- Focus sur le respect du RGPD
- Focus sur la médiation
- Focus sur l'activité de commercialisation des hébergements touristiques
- Focus sur la problématique des places de marché

## APRES-MIDI

- Cas pratiques autour de la pratique des CGV
- QCM final et correction pour faire un bilan des compétences acquises



### ILS Y ÉTAIENT, ILS VOUS EN PARLENT

« L'écoute de l'intervenant, les exemples donnés et l'accès au support de formation »  
**suivie par MARVILLET Melissa, Office du Tourisme et des Congrès de Paris**

« Cette formation permet de découvrir les derniers textes de loi »  
**suivie par TOSELLI Sébastien, ADT Marne**

« Formation tout à fait accessible aux "novices", explications claires des notions juridiques »  
**suivie par Aurélie CHAUVAT, OT Pays Houdanais**

# PROMOTION / COMMUNICATION



## NOUVEAUTÉ



En 2022, votre nouvelle formation :

- Réussir la communication de sa destination

## TEMOIGNAGES

"Formation dynamique et très concrète, avec beaucoup d'interactivité entre les participants. Excellent groupe favorisant les échanges et les retours."

— Formation : Média Training suivie par Gilles **BERGEAL** - Corrèze Tourisme

"Nathalie nous a donné plein de trucs et astuces faciles à mettre en pratique au quotidien dans notre travail, je pense que cela va m'être très utile !"

— Formation : Perfectionner ses techniques rédactionnelles suivie par Léa **VALLEIX** - Allier Tourisme

"Le point fort de la formation : les outils de gestion des métadonnées et la formatrice qui connaît bien son sujet. ."

— Formation : Gérer sa photothèque de A à Z suivie par Joanne **GUIRAND** - Val d'Oise Tourisme



## CHIFFRES CLÉS

<b>Formations</b>	<b>11</b>
<b>Sessions proposées</b>	<b>14</b>
<b>Satisfaction globale 2021</b>	<b>16,4/20</b>

# ANIMATION DE VOS SOCIOPROFESSIONNELS : COMMENT SORTIR DE LA CRISE ET INNOVER ?

**31 JANVIER-1<sup>ER</sup> FEVRIER 2022 (à distance)**

**DUREE** : 2 jours

**TARIF** : 575 € TTC

**REFERENCE** : PRO2201

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 15/07/2021

## OBJECTIFS :

La période que nous avons traversée nous démontre plus que jamais l'intérêt de tisser des liens étroits avec vos partenaires socioprofessionnels sur votre territoire de compétences. Mais c'est aussi une belle opportunité pour penser différemment l'avenir de vos relations, innover par vos techniques d'animation de réseau et inciter à développer de nouvelles offres pour le « tourisme d'après » la crise. Cette formation vous donnera des clés pour prendre ce recul, repenser votre stratégie et avancer différemment avec des socioprofessionnels réellement partenaires, avec plusieurs ateliers pratiques.

- Repenser votre stratégie d'animation des prestataires suite à la crise sanitaire
- Développer votre faculté à l'innovation dans vos actions auprès des prestataires

## TYPE D'ACTION

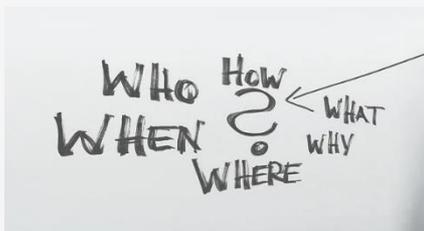
Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Techniciens des organismes de gestion de destinations en charge du développement et de l'animation des réseaux de socioprofessionnels (prestataires, partenaires...).

## PRÉ-REQUIS

- Fiche de renseignements sur les attentes et freins constatés en actions d'animation
- Invitation Zoom au préalable, participants équipés d'un PC ou portable avec son/haut-parleur



## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Analyse des besoins des stagiaires en amont via un questionnaire
- Les résultats des ateliers pratiques seront analysés ou corrigés par email en différé avec copie à l'ensemble des participants.

## OUTILS REMIS

- Support de la formation

## INTERVENANT

Guy est expert dans le développement marketing et territoires, filières et projets. Il accompagne les professionnels des secteurs tels que le tourisme, les loisirs, la culture ou encore l'environnement pour piloter et gérer des actions de développement.

## PROGRAMME

### Journée 1 : Aborder la crise et sa sortie

#### Séquence 1 (3h30) : réagir en sortie de crise

- Présentation des situations individuelles (questions et freins dans les relations aux prestataires)
- Retour et prise de recul sur la crise, à l'opposé de tous les phénomènes habituels
- Comment réagir de façon générale :
  - Dans l'immédiat
  - En se projetant
- Exemples illustratifs et tour de table sur les cas observés

#### Séquence 2 (3h30) : comment développer de nouveaux liens

- De nouvelles occasions et formes de communication
- Utiliser des outils mobilisateurs
- Légitimer l'OT dans son rôle d'animateur des professionnels
- Exemples et exercice de mise en application (atelier 1)

### Journée 2 : Innover dans vos actions d'animation

#### Séquence 3 (3h30) : saisir de nouvelles opportunités marketing

- Le tourisme de proximité, nouveau mantra marketing
- Inciter à repenser l'offre et les services clients
- Aborder l'expérience client plus franchement

#### Séquence 4 (3h30) : être proactif et efficace en innovant

- Innover dans vos actions de terrain : pourquoi et comment ?
- Illustrations dans le tourisme et hors tourisme
- Exemples et exercice de mise en application (atelier 2)

#### Tour de table et bilan du module, identification des plans individuels de progrès

##### Evaluation des acquis :

- Fiche d'évaluation post formation
- Suivi téléphonique à la demande en post formation



# GAGNER EN IMPACT GRÂCE AU NEUROMARKETING

**30-31 MAI 2022 (à distance)**

**DUREE : 2 jours (14 heures)**

**TARIF : 650€ TTC**

**REFERENCE : NEURO2201**

Sous réserve de 5 participants minimum – Version 1 du 22/07/2021

## OBJECTIFS :

- Intégrer les principes de fonctionnement du neuromarketing
- Développer les connaissances autour des points clés de l'achat : plaisir, émotions et prise de décision
- Amener les marketeurs à adapter leurs moyens de communication pour qu'ils soient neurocompatibles

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Toute personne en charge de la communication et du marketing

## PRE-REQUIS

Réaliser des e-mailings et/ou des newsletters et avoir un projet d'optimisation

## INTERVENANT

Neuroscientifique passionné, Julien a créé son entreprise pour répondre à une problématique présente dans l'ensemble du monde professionnel.

Laquelle ? Celle de la méconnaissance de son cerveau et ses conséquences. Démotivateurs, communication inadéquate, les points sur lesquels formation, et neurocoaching, vont avoir de l'impact sont nombreux. Une véritable route vers la performance

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques multimédia
- Etudes de cas
- Mises en situation adaptative
- Conseils personnalisés

## OUTILS REMIS

- Support de la formation

## VALIDATION DES ACQUIS

QCM et mises en situation

## PROGRAMME



## JOUR 1 / LE CERVEAU FACE AU MARKETING

### I. Connaître les principes de base du fonctionnement cérébral global

- Découvrir le cerveau dans son environnement
- Tester les principales capacités cognitives / émotionnelles

### II. Les connaissances sur le cerveau et la relation des clients avec le neuromarketing

- Redécouvrir les comportements d'achat
- Comprendre les subtilités des capacités de prise de décision
- Intégrer la place du réseau des émotions
- Placer le circuit du plaisir dans le dispositif de vente

### III. Evaluer les méthodes et outils en place

- Vérifier l'adéquation des outils utilisés au quotidien avec la triade liée à la prise de décision
- Observer les détails des sites internet ou des flyers qui captent l'attention ou la dissipent
- Décortiquer les campagnes publicitaires TV / internet et l'utilisation du neuromarketing

### IV. Adapter sa présentation avec le neuromarketing

- Développer ses capacités de transmission des informations aux partenaires / clients
- Repérer les tics de langage qui peuvent coûter cher comment les changer ?
- Intégrer les éléments du storytelling finement pour faciliter la mémorisation

### V. Utiliser les projets passés et présents pour y affiner le storytelling et la démarche neuromarketing

- Déconstruire et reconstruire les projets de mise sur le marché / création
- Systématiser l'intégration des apports neuromarketing dans les démarches créatives

## JOUR 2 / LA STRATÉGIE NEUROMARKETING EN ACTION

### I. Connaître les apports du neuromarketing dans la relation client

- Redéfinir les attitudes de vente qui plaisent aux cerveaux de consommateurs
- Faire la différence face à la concurrence dans l'approche fine du fonctionnement cérébral

### II. Savoir intégrer le neuromarketing aux stratégies classiques

- S'approprier les apports du neuromarketing mix
- Eviter la confrontation aux biais cognitifs
- Construire les bases du storytelling dans le marketing mix avec une méthode concrète

### III. Intégrer le neuromarketing

- Transmettre les principes du neuromarketing aux partenaires
- Faire appel à la neuroandragogie pour capter et intéresser la personne sur un temps long de formation
- Mettre en situation la transmission au client

### IV. Se mettre dans les meilleures conditions pour travailler, créer et neuromarketer

- Neuro-ergonomiser l'organisation du travail pour gagner en efficacité
- S'entraîner à la créativité pour la booster
- Maîtriser son rythme cérébral pour utiliser les pics et gérer les creux attentionnels et créatifs

### V. Savoir intégrer le neuromarketing aux stratégies classiques

- S'approprier les apports du neuromarketing mix
- Eviter la confrontation aux biais cognitifs
- Construire les bases du storytelling dans le marketing mix avec une méthode concrète

# REUSSIR LA COMMUNICATION DE SA DESTINATION



**8-9 JUIN 2022 (présentiel)**

**DUREE : 2 jours (14 heures)**

**TARIF : 595€ TTC**

**REFERENCE : POD2201**

Sous réserve de 7 participants minimum – Version 2 du 22/12/2021

## OBJECTIFS :

- Positionner le format dans sa stratégie éditoriale
- S'initier aux outils de la création de podcast
- Réaliser son premier podcast

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Community manager, chargé de communication, chargé de production de contenus

## PRE-REQUIS

- Etre en charge d'actions de communication et de production de contenus
- Avoir une connaissance de la stratégie de sa destination et des profils de clientèle visés
- Disposer d'un smartphone

## INTERVENANT

Dominique est consultant et formateur dans le domaine des réseaux sociaux et des contenus digitaux.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

La démarche pédagogique prend en compte les points suivants :

- Connaissance (astuces et bonnes pratiques), compréhension (ateliers collectifs), application, analyse et synthèse
- Etude de cas, analyse de leviers de promotion du podcast, des exercices de prise de son, de montage et de partage sont prévus pour que les stagiaires puissent pratiquer et créer un épisode de podcast
- Suivi post-formation : réponse à des questions par mail pendant les 3 mois qui suivent la formation sur des sujets en lien avec le contenu de formation

## OUTILS REMIS

- Fiches de travail et d'analyse à remplir en séance
- Support des cours au format PDF envoyé après la formation avec des liens et des ressources complémentaires

## PROGRAMME



## JOUR 1

- Le son, un nouvel eldorado pour les territoires? (chiffres, usages, acteurs en présence...)
- Objectifs visés par la présence en ligne
- Modèles économiques du podcast
- Les spécificités du format et ses différents formats (récits, interviews...)
- Quel positionnement pour le podcast au cœur de votre stratégie éditoriale?

**Atelier : Analyse de podcast et brainstorming**

- La gouvernance d'un podcast, de sa réalisation à sa diffusion
- Identifier ses objectifs, son angle, une régularité et choisir son nom
- Création d'ouverture

**Atelier : Analyse de couvertures et de leviers de promotion et de communication de podcasts existants**

- Le matériel d'enregistrement
- Les outils de montage (smartphone et ordinateur)
- Les plate-formes de partage
- Musique et sons : plate-formes de ressources gratuites
- Les plate-formes d'enregistrement sonores à distance

**Atelier : Prise de son avec un smartphone et mini montage****Atelier collectif :**

- **Analyse d'une stratégie de contenu mise en place par une destination ou une entreprise**
- **Partage d'expériences sur les forces et faiblesses des opérations menées par le passé**
- **Elaboration d'une liste de bonnes pratiques**

## JOUR 2

- Les règles de l'écriture audio
- Apprendre à poser une voix off
- Comment réaliser une interview?

**Atelier: Rédaction, enregistrement et montage d'un texte d'introduction à une interview avec une musique**

- En groupes, réalisation de l'épisode 0 d'un podcast
- Ecoute des épisodes et feedbacks communs
- Réalisation d'un document du cadrage stratégique

**Atelier : Rédaction de son document de cadrage (positionnement des podcasts dans sa stratégie de contenus)****Validation des acquis de la formation :**

Tour de table, évaluation des acquis et bilan de formation

# PERFECTIONNER SES TECHNIQUES REDACTIONNELLES

**11-12 AVRIL** (à distance)

**15-16 DECEMBRE 2022** (présentiel)

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 870 € TTC

**REFERENCE** : REDAC2201 & REDAC2202

Sous réserve de 7 participants minimum – Version 1 du 07/09/2021

## OBJECTIFS :

- Parfaire votre style et développer votre créativité rédactionnelle
- Choisir le bon angle
- Adopter un plan pertinent
- Enrichir votre écrit

## PUBLIC

- Responsables et chargés de communication, attachés de presse, rédacteurs
- Toute personne souhaitant perfectionner ses techniques rédactionnelles

## PRÉ-REQUIS

Maitriser les techniques rédactionnelles.

## INTERVENANT

Journaliste au Figaro depuis 27 ans, Nathalie est également formatrice auprès d'étudiants en journalisme, journalistes et chefs d'entreprises, en inter et intra entreprises.

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## MODALITES PÉDAGOGIQUES

- Cas pratiques
- Entraînement à la rédaction à partir de différentes sources

## OUTILS REMIS

- Support de la formation

## PROGRAMME

## JOUR 1

## I. Exploiter les méthodes de recherche d'angles

- Différencier l'angle principal des angles secondaires
- Proposer des angles originaux : faire preuve de créativité
- Utiliser le traitement multi-angles
- Écrire efficace : sortir les chiffres, donner des clés de compréhension, préciser le contexte

## II. Pratiquer les différents types de plans

- Différencier les types de plans : énumératif, par typologie, dialectique
- Adapter la construction de son article en fonction du sujet et de son angle



## JOUR 2

## I. Faire preuve de créativité dans ses écrits

- S'approprier des méthodes de créativité pour aller au-delà de ses habitudes d'écriture
- Combiner les champs lexicaux
- Utiliser le langage métaphorique
- Doper ses attaques et ses chutes
- Donner envie au lecteur de lire avec des titres accrocheurs
- Mettre son style à l'abri des lourdeurs et clichés

## II. Retravailler l'information

- Synthétiser un ou plusieurs documents
- Écrire et habiller une synthèse à partir d'une documentation
- Réaliser une synthèse riche et multi-sourcée : documents, web, téléphone,...

**Validation des acquis de la formation** : un premier débrief à chaud à l'issue de la session pour faire un premier bilan des acquis et une évaluation écrite à travers un questionnaire individuel seront réalisés.



## ILS Y ÉTAIENT, ILS VOUS EN PARLENT

*"Intervenante de grande qualité, beaucoup d'exercices pratiques et concrets, un groupe homogène et très agréable. Je suis ravie de cette formation qui répond absolument à mes attentes. Je vais pouvoir mettre en pratique rapidement les différents outils et la méthodologie livrée par Nathalie."*  
Alexandra MICHEL - Corrèze Tourisme

*"Une méthodologie pouvant être immédiatement appliquée lors du retour dans nos structures."*  
Micheline MORISSONNEAU - CDT Dordogne

*"La formatrice, les sujets abordés, le climat de confiance, l'alternance explications/exercices."* Léa VALLEIX - Allier Tourisme



# LE TOURISME EXPERIENTIEL : AU-DELÀ DE LA PROMESSE CLIENT

**9 et 12 MAI** (2 matinées à distance)

**7 NOVEMBRE 2022** (1 journée en présentiel)

**DUREE** : 2 matinées à distance ou 1 jour (7 heures)

**TARIF** : 450€ TTC

**REFERENCE** : TEXP2201 & TEXP2202

Sous réserve de 5 participants minimum – Version 1 du 29/07/2021

## OBJECTIFS :

- Définir l'expérience client
- Maîtriser le parcours client
- Connaître les méthodes de conception d'une expérience client
- Définir une stratégie d'expérience client
- Connaître les indicateurs de l'expérience client

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Toute personne en contact avec la clientèle et/ou prestataires (production, promotion, ingénierie)

## INTERVENANT

Après 5 années dans l'hôtellerie, Aurélie intègre une centrale de réservation hôtelière en tant que responsable commerciale puis devient chef de projet dans des agences événementielles et des agences réceptives. Elle devient responsable commerciale au sein d'une centrale de réservation groupes pour une Agence de Développement Touristique pendant 9 ans.

Chargée de commercialisation, ses missions consistaient également à accompagner les prestataires touristiques dans la création, la mise en place et la promotion de leur offre touristique. Aujourd'hui outre l'accompagnement des professionnels du tourisme, Aurélie enseigne en qualité de vacataire à l'Université Montpellier Management.

## PRÉ-REQUIS

Avoir des missions en lien avec la production ou/et promotion de produits ou services

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Questionnaire préalable
- Méthode expositive avec diaporama
- Travaux pratiques et dirigés
- Modules vidéo
- Mises en situation et ateliers
- Outil numérique participatif
- Évaluation individuelle
- + 1H de suivi par webconférence

## OUTILS REMIS

- Support de la formation
- Bonnes pratiques

## PROGRAMME



### Séquence 1: Compréhension et écoute client au cœur du système

- Brise glace pour faire connaissance et introduction
- Définition de l'expérience client
- Enjeux et analyse du parcours client
- Le parcours client : étapes côté client
- Le parcours client : étapes côté entreprise
- Cas pratique : définir et créer votre persona en vue de la préparation de la carte du parcours client



### Séquence 2 : La démarche d'expérience client

- La « voix » du client : une bonne expérience client commence par l'écoute
- Pourquoi et comment mettre en place une démarche de « tourisme expérientiel »
- Cas pratique sur la carte du parcours client (« customer Journey Map »)
- Comment s'engager dans la conception d'expérience client

### Séquence 3 : Vers l'expérience client transformationnelle

- Etude KPMG 2018 sur l'expérience client. Focus sur le tourisme et l'hôtellerie
- L'expérience client en interne
- Indicateurs de l'expérience client
- Comment le numérique peut enrichir l'expérience client
- Définition et exemples d'expériences clients transformationnelles dans le tourisme
- Plan d'actions pour une meilleure expérience client
- Evaluation sommative : Quiz : (10mn) (Kahoot ou Wooclap)

**Le petit +**

**Webconférence  
d'1h suivi à 45  
jours**

#### Validation des acquis de la formation :

- Questionnaire d'auto-évaluation des compétences renseigné par chaque stagiaire au début et en fin de formation
- Quiz formatif durant la session de formation
- Mise en situation et cas pratiques durant la session de formation
- Webconférence d'1h de suivi à 45 jours (pour mesurer le retour d'expérience)

**Matériel requis :** 1 PC portable par apprenant ou à défaut 1 PC portable pour 3 apprenants maximum

# MEDIA TRAINING : SAVOIR COMMUNIQUER AVEC LES MÉDIAS

**23-24 MAI 2022 (à distance)**

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 552€ TTC

**REFERENCE** : MEDIA2201



Sous réserve de 5 participants minimum – Version 1 du 15/07/2021

## OBJECTIFS :

- Comprendre les attentes, contraintes et méthodes de travail des journalistes en fonction des supports (PQR, médias internet, radio, TV,...)
- Élaborer efficacement sa stratégie de Relations Presse
- Mettre en œuvre les outils de Relations Presse adaptés
- Comprendre l'écriture journalistique pour concevoir des communiqués de presse efficaces
- Faire face à l'inattendu : communiquer dans l'urgence avec la presse

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Attachés de presse et/ou chargés des relations presse

## PRE-REQUIS

Avoir un statut d'attaché de presse ou une année minimum d'expérience en tant que chargé des relations presse au sein d'un organisme de tourisme

## INTERVENANT

Audrey est journaliste, consultante-formatrice Media Training et Relations Presse. Elle a travaillé près de 20 ans comme journaliste-animatrice pour les médias nationaux et internationaux : Radio France, Radio-Canada, BFM, RTL. Elle a aussi oeuvré comme journaliste-productrice au sein de l'Union Européenne de Radio-Télévision à Genève.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Animation pédagogique participative
- Exercices pratiques
- Mises en situation : rédaction d'un communiqué de presse, pitch, conférence de presse, simulations d'interviews avec une journaliste professionnelle,...

## OUTILS REMIS

- Guide sur les fondamentaux de l'écriture journalistique et de la rédaction d'un document (type communiqué) destiné à la presse
- Pense-bête avec les outils pour une prise de parole réussie

## PROGRAMME

## JOUR 1

**I. Comprendre les contraintes des journalistes en fonction du support**

- Des médias avec différentes attentes
- Comprendre les formats de la PQR, radio et TV pour optimiser ses réponses aux journalistes
- L'interview en direct ou différée
- Privilégier le style direct et parlé
- Les sources principales d'information
- La place des réseaux sociaux dans les rédactions

**II. Savoir identifier les messages clés à dérouler lors d'une communication médiatisée**

- Savoir nommer les points essentiels à diffuser
- Comprendre pourquoi les journalistes ont choisi de traiter le sujet
- Savoir remettre en contexte des phénomènes complexes
- Amener de la pédagogie

**III. Etre « le bon candidat d'une rédaction »**

- Identifier les différents types de communiqués de presse : factuel, évènementiel, annonce, bilan...
- Savoir structurer son communiqué de presse ou son intervention orale en fonction du support
- Maîtriser l'écriture journalistique
- Oser une forme d'originalité dans l'expression pour sortir du propos trop linéaire

**IV. Gagner en fluidité dans l'écriture pour mieux maîtriser sa prise de parole**

- Ecrire pour gagner en force de conviction
- Rythmer son intervention pour mieux la livrer
- Donner envie d'épouser son point de vue

## JOUR 2

**I. Aborder la communication médiatisée avec méthode et confiance**

- Apprendre à respirer pour bien communiquer
- Savoir « poser » sa voix pour mieux la projeter
- Savoir se comporter avec un journaliste
- Gestion des émotions
- Posture, gestuelle, déplacements

**II. Repérer les informations à dérouler pour une conférence de presse**

- Protocole et déroulement
- La déclaration et les échanges
- Identifier media et cibles
- Repérer les messages clés
- Le fil conducteur
- Maîtriser la durée des réponses

**III. La communication de crise**

- Structurer son message en appliquant des techniques journalistique
- Reformulation des questions
- Les hésitations à bannir

**IV. Du communiqué de presse au voyage de presse**

- Identifier les « bons » médias
- Prendre de l'avance pour l'envoi des invitations
- Valoriser son territoire / donner envie
- Préparer les porte-paroles

**Validation des acquis de la formation :**

Mises en situation : rédaction de communiqués de presse, préparation des prises de parole lors de simulations ,...

**ILS Y ÉTAIENT, ILS VOUS EN PARLENT**

" Cette formation permet à chacun d'avoir un retour constructif de la part de l'intervenante sur ses outils et mode de fonctionnement. Une formation uniquement dédiée aux relations presse donc très adaptée à notre métier et aux contraintes que nous rencontrons tous les jours. "  
*Marine D'HYEVRE - Aube en Champagne Tourisme et Congrès*

" Formation dynamique et très concrète, avec beaucoup d'interactivité entre les participants. " *Gilles BERGEAL - Corrèze Tourisme*



# PILOTER UN PROJET DE COMMUNICATION DE A A Z

**20-21 JUIN 2022 (à distance)**

**DUREE : 2 jours (14 heures)**

**TARIF : 906€ TTC**

**REFERENCE : COM2201**

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 07/09/2021

## OBJECTIFS :

- Définir des objectifs de communication et des indicateurs de résultat
- Définir des actions, choisir les outils à mettre en oeuvre
- Établir budget et planning
- Piloter, suivre et évaluer son action

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Personne en charge de la communication  
(en ligne et hors ligne)

## PRE-REQUIS

Etre en charge de la communication

## INTERVENANT

Anne-Catherine est spécialiste en marketing et communication. Passionnée par les sujets d'insertion numérique et de la formation, elle exerce en tant que consultante et formatrice.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Etude de cas, exercices et ateliers pratiques
- Support de formation

## OUTILS REMIS

- Support de la formation

## VALIDATION DES ACQUIS

Quizz de validation des acquis



## PROGRAMME



### Définir clairement son projet de communication

- Identifier le contexte et les enjeux du projet
- Trouver la bonne idée de communication
- Qualifier ses cibles et définir les comportements attendus
- Définir des objectifs de communication concrets, mesurables et identifiables
- Déterminer ses indicateurs de résultat
- Choisir les modalités d'évaluation

### Concevoir le projet de communication et élaborer son plan d'action

- Choisir les moyens de communication à mettre en oeuvre
- Définir le ton, le style de son action conformément à l'image voulue de l'entreprise
- Concevoir et formaliser les messages clés à diffuser
- Budgéter son action : coût et temps passé
- Établir son planning
- Répartir les rôles et les fonctions des différents acteurs : pilotage et réalisation
- Élaborer le plan d'action

### Réaliser ou faire réaliser l'action

- Rédiger un cahier des charges pertinent et précis
- Recruter ses prestataires et organiser la consultation
- Conduire un brief d'agence
- Évaluer objectivement les propositions et sélectionner la meilleure
- Piloter et suivre la réalisation de son projet
- Évaluer les résultats de son projet

## Le petit +

Un atelier interactif pour réaliser un projet de communication performant. Concevez votre propre projet en utilisant une méthodologie de travail couvrant toutes les étapes de votre projet qu'il soit interne ou externe : événement, campagne d'affichage, plaquette, relations publiques, action de communication sur les réseaux sociaux.

# CONCEVOIR UN REPORTAGE PHOTO

**13-14 OCTOBRE 2022** (présentiel)

**DUREE** : 2 jours (14 heures)

**TARIF** : 900€ TTC

**REFERENCE** : REPORT2201

Sous réserve de 6 participants minimum – Version 1 du 07/09/2021

## OBJECTIFS :

- Préparer son reportage photo pour réussir ses prises de vues sur le terrain, en vue d'une parution print ou web
- Connaître les particularités du reportage photo.
- Prendre des photos sur le terrain.
- Raconter une histoire en images

## TYPE D'ACTION

Adaptation et développement des compétences

## PUBLIC

Chargé de communication, photothèque,...

## PRÉ-REQUIS

Connaissance de l'environnement informatique et des bases de l'image numérique

## INTERVENANT

Richard est réalisateur, photojournaliste et vidéaste. Il développe des projets éditoriaux et corporates.

Richard est également directeur général associé dans une startup : un laboratoire de création multimédia et interactive.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Atelier pratique sur le terrain
- Cas pratique

## OUTILS REMIS

- Support de la formation
- Bonnes pratiques



## PROGRAMME

**I. Connaître les caractéristiques du reportage photo**

- Identifier les différents types de reportage photographique : d'actualité, d'illustration
- Connaître les particularités du reportage photo selon les types de presse
- Repérer les principes du reportage photo pour les supports numériques
- Atelier pratique

**II. Connaître les paramètres de prise de vue**

- Se familiariser avec les principes de la taille, définition et résolution des fichiers
- Gérer la lumière
- Définir les formats pour gérer une production destinée au print et aux supports numériques

**III. Préparer son reportage photo**

- Mettre en place une méthode de recherche de thèmes de reportage, de sujets et d'angles
- Effectuer un travail de repérage et de vérification des informations
- Évaluer l'organisation et la faisabilité de son reportage : choisir son matériel, tenir compte des conditions météo, gérer les temps de déplacement, appréhender la situation sur place

**IV. Réaliser son reportage photo**

- Rédiger un synopsis
- Choisir son angle et le traduire en image
- Travailler la photo d'ouverture
- Enrichir son reportage : photos complémentaires, respect d'un style visuel et variation des plans.
- Connaître les nouvelles tendances du reportage
- Concevoir un scénario

**Validation des acquis de la formation :** réalisation de travaux pratiques tout au long des deux journées de formation

**MATÉRIEL REQUIS :** un smartphone avec 2Go d'espace libre, un chargeur à portée de mains et l'application KineMaster installée

**Le petit +**

**Atelier pratique  
sur le terrain**

## MODALITES D'INSCRIPTION

## S'INSCRIRE

**Si vous êtes salarié d'un CDT/CRT/OT :**

**Pour vous inscrire, connectez-vous à votre extranet ADN'Co :**

1. adn-tourisme.pro
- > Espace Tourisme & Compétences

**Si vous êtes salarié d'un OT ou autre sans avoir accès à l'extranet :**

**Pour vous inscrire** envoyez un mail à [contact@tourisme-competences.net](mailto:contact@tourisme-competences.net)

contenant les éléments suivants :

- Le nom ou la référence de la formation à laquelle vous souhaitez participer
- Votre prénom, nom, l'intitulé de votre poste
- Le nom et le numéro de SIRET de votre structure.

### Délais et modalités d'accès aux formations

- Les inscriptions sont généralement ouvertes 5 mois avant la date de la formation.
- Sous condition du respect des prérequis suffisants (voir fiches pédagogiques). Le formateur peut par ailleurs tester au préalable le niveau des stagiaires via une passation de tests, QCM etc via l'intermédiaire du chargé des formations.
- Tourisme & Compétences peut organiser des formations en interne et personnalisées sur demande : un retour complet par mail vous sera adressé pour qualifier votre demande afin de définir tous les détails à prendre en compte.

### Convention de formation

- **Télécharger sa convention** : une fois votre inscription en ligne effectuée, une notification vous est envoyée par e-mail. En cliquant sur le lien inséré dans ce message, vous pourrez télécharger votre convention de formation.
- **Retourner la convention signée à Tourisme & Compétences** : cette convention est à signer par votre organisme et par le stagiaire et à nous renvoyer en trois exemplaires originaux au 15 avenue Carnot 75017 PARIS.

### Règlement (par virement ou chèque)

- Le règlement s'effectue impérativement avant la formation, directement de votre organisme vers Tourisme & Compétences.
- Quel que soit votre mode de paiement, nous vous remercions de préciser votre organisme et la référence de la formation.

### Demande de prise en charge par l'AFDAS

Vous pouvez faire une demande de prise en charge auprès de l'AFDAS. Si ce dernier vous informe que votre formation sera financée par le Fonds Social Européen (FSE), ou le Fonds Paritaire de Sécurisation des Parcours Professionnels (FPSPP), merci d'envoyer un mail à Marine BARRAULT.

**Votre inscription est validée dès réception des trois exemplaires de votre convention signés et du règlement.**

La formation est confirmée par Tourisme & Compétences au plus tard deux/trois semaines avant la date. Il est conseillé de vous munir de billets de transports échangeables et/ou remboursables dans le cas d'une annulation éventuelle de la formation. Tous les éléments pratiques sont envoyés au moment de la confirmation de la formation.

## VALIDATION DE VOTRE FORMATION

INFORMATIONS PRATIQUES

LE JOUR J

**Horaires**

Premier jour de la formation : 9h30 - 17h30  
 Deuxième jour de formation : 9h00 - 17h00

**A noter, les horaires sont identiques pour l'ensemble des formations en présentiel. (détail envoyé par mail pour les classes virtuelles)**

**Accueil**

Vous serez accueilli par Marine au 15 avenue Carnot, 75017 PARIS.

**Déjeuner**

Le déjeuner est pris en commun à proximité du lieu de formation (300m) et reste à la charge des participants, au même titre que le transport et l'hébergement.

ACCÉDER AU LIEU DE FORMATION

**Adresse**

15 avenue Carnot - 75017 Paris  
 (plan illustré et informations dans le livret d'accueil envoyé quelques jours avant la formation)

**Accès**

RER A ; Lignes de métro 1, 2 et 6 : station Charles de Gaulle Etoile. Sortie 5 : avenue Carnot, puis 2 minutes à pied.

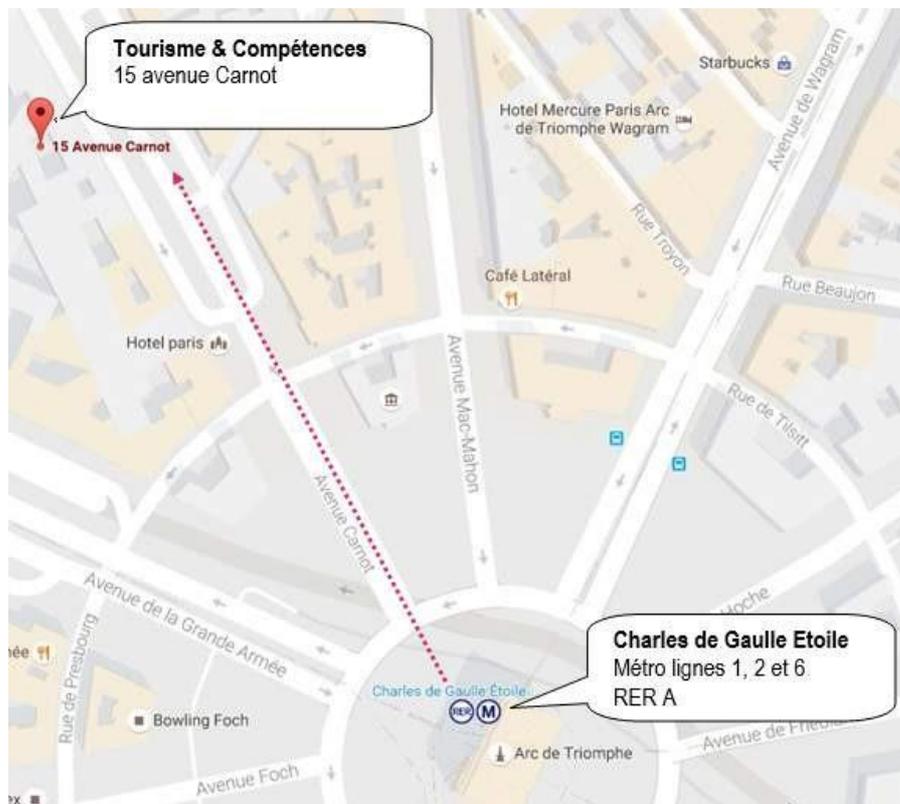
Pour plus d'informations : [www.ratp.fr](http://www.ratp.fr)

**Attention**

La formation peut, à titre exceptionnel, se dérouler dans un autre lieu ou à distance. Les participants seront informés en amont de la formation avec les détails pratiques (horaires, matériel, etc.).

**Accessibilité**

En cas de tout besoin spécifique lié à l'accessibilité, merci de prendre contact en amont avec le référent handicap.



**Votre contact**  
**Formation professionnelle**  
 Référent pédagogique,  
 administratif et handicap

Marine BARRAULT  
 01 44 11 10 45  
[contact@tourisme-competences.net](mailto:contact@tourisme-competences.net)



**Tourisme & Compétences - 15 avenue Carnot 75017 PARIS**

**Votre contact : Marine BARRAULT**

**01 44 11 10 45 - [contact@tourisme-competences.net](mailto:contact@tourisme-competences.net)**

**Institut de formation enregistré sous le numéro 11755751375 auprès du préfet de la région d'Île-de-France  
- SIREN 839154861**