

# PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES

## PAYS PERIGORD NOIR

### Cahier des charges 2010

#### 1) Présentation du territoire Périgord Noir

Le territoire du Pays Périgord Noir est constitué de 146 communes du département de la Dordogne représentant 12 cantons et regroupées aux 4/5<sup>ème</sup> en 13 intercommunalités (83.198 habitants en 2009).

- 2 millions de touristes par an ;
- 56.000 lits marchands soit 60% de l'offre du département de la Dordogne ;
- les meublés et chambres d'hôtes représentent près de 80% des hébergeurs.
- 10 sites touristiques qui accueillent 1,5 millions de touristes par an ;
- plus d'1 million de visiteurs sur les sites Internet des offices de tourisme

#### 2) Eléments de contexte

##### **Le Pays Périgord Noir est Pays d'Accueil Touristique\*.**

Le Pays Touristique du Périgord Noir regroupe, au sein d'un comité de pilotage, 15 offices de tourisme et les représentants des professionnels du tourisme (sites, hébergeurs). Ce comité de pilotage à trois vocations :

- il définit la stratégie de développement touristique du Périgord Noir qui est ensuite soumise à la validation des élus locaux via le conseil d'administration du Pays ;
- il permet de gérer les projets collectifs (plan de formation, plan de communication, conseils aux porteurs de projets...) - cf 1,5 ETP dédiés au tourisme
- il permet aux offices de tourisme de concerter leurs politiques : harmonisation des cotisations, création de brochures collectives, création d'un site portail Internet...

En 2006, les professionnels et les offices de tourisme se sont unis pour créer une association commerciale (Destination Périgord Noir : DPN) qui a repris l'activité de centrale de réservation et d'agence réceptive de l'office de tourisme de Sarlat.

Schématiquement, l'organisation territoriale du tourisme en Périgord Noir est la suivante :

<b>Structures</b>	<b>Fonctions</b>
Offices de tourisme	Accueil, Information, Promotion
Destination Périgord Noir	Commercialisation
Pays d'Accueil Touristique	Communication , Projets collectifs

\* Notion de Pays d'Accueil Touristique en clair : il est organisé autour de terroirs, de bassins de vie ou d'une filière. A partir d'une démarche de diagnostic territorial, il bâtit un projet de développement de l'économie touristique cohérent avec les démarches de développement globales ou sectorielles engagées sur tout ou partie du territoire. Il s'engage dès lors avec l'ensemble des acteurs locaux dans sa mise en œuvre.

6 conditions formelles :

- l'existence d'un groupement intercommunal ayant un territoire cohérent à vocation touristique affirmée.

- la mise en œuvre par ce groupement d'un projet de développement pluri annuel de l'économie touristique locale.
- une déclinaison annuelle du projet de développement.
- l'implication des acteurs locaux dans l'élaboration et la mise en œuvre du projet.
- l'animation du projet par un ou plusieurs techniciens professionnels spécialisés tourisme.
- un engagement fort des collectivités locales et des structures intercommunales dans le fonctionnement du PAT.

Les engagements d'un PAT concernent prioritairement :

- l'aménagement et le développement de l'offre touristique locale, l'organisation de la production et la valorisation de l'offre
- l'animation touristique locale
- la formation
- la promotion et mise en marché de l'offre
- l'accueil et information des clientèles touristiques
- l'observation de l'économie touristique locale
- l'évaluation des politiques publiques

### **Le Pays d'Accueil Touristique Périgord Noir a coordonné et animé un programme local de formation à destination des offices de tourisme du territoire.**

En 2005 - 2006 - 2007, la MOPA et le Pays d'Accueil Touristique ont animé un PLF au profit de 40 salariés des 17 offices de tourisme et syndicats d'initiative locaux.

L'outil PLF bénéficie du soutien d'AGEFOS-PME, du Conseil Régional d'Aquitaine et de l'Etat (DRTEFP).

L'objet du PLF : il a été un outil de mise en oeuvre du programme cadre 2004 – 2006 défini par le pôle touristique rural du Périgord Noir autour des axes suivants :

*Axe 1 : Structurer l'action touristique et professionnaliser les acteurs*

*Axe 2 : Optimiser et qualifier l'offre*

*Axe 3 : Définir une destination "Périgord Noir"*

*Axe 4 : Favoriser un développement touristique durable*

Les axes de formation retenus pour les 3 ans du PLF ont été les suivants :

Axe 1 : mieux vendre son territoire (modules : connaître son territoire, savoir vendre le Périgord Noir autour de 4 thèmes prioritaires : préhistoire, terroir, patrimoine bâti, paysages et jardins).

Axe 2 : mieux gérer l'information (modules : techniques d'accueil, langues étrangères, informatique et courrier électronique)

Axe 3 : démarche développement (modules : utilisation des images, principes de droit de la communication, communication interne)

Retour sur la dynamique PLF à l'échelle du Périgord Noir : le programme triennal a eu deux types d'incidences, sur les structures et sur le territoire. Au niveau des structures, le PLF a mené les agents des offices de tourisme à s'intéresser davantage à la qualité des services rendus aux clients et aux prestataires touristiques. Les modules de formation leurs ont permis d'augmenter leur compétence et de s'insérer dans une dynamique positive en terme de relation clients.

Au niveau du territoire, le PLF a permis une rencontre des acteurs. Le problème récurrent est que les équipes d'un même territoire n'ont pas forcément l'habitude de se réunir et de travailler ensemble. Le PLF, par son action de professionnalisation collective permet aux acteurs de se rencontrer, de se connaître et de s'apprécier. Désormais, dans les projets collectifs du Pays Touristique, c'est une véritable équipe qui travaille ensemble sur des objectifs communs et partagés.

Dans la continuité, le Pays Touristique souhaiterait étendre ce type d'initiative en regroupant les acteurs touristiques publics et privés (OTSI, campings, hôteliers...) autour d'actions de formation sur le Etourisme.

### 3) Les bases du projet interfilières

La MOPA intervient depuis deux ans sur le pays Périgord Noir pour un accompagnement de la stratégie Etourisme. A l'occasion d'une présentation des projets 2009 du PAT Périgord Noir à l'équipe de l'AEC (Aquitaine Europe Communication) en charge de l'animation du PASI (Pôle Aquitain de la Société de l'Information), en août 2008, l'idée de réfléchir à un programme pluriannuel sur la problématique Etourisme est née.

Globalement, le Périgord Noir a bien pris à son compte la problématique Etourisme, mais des points faibles importants sont à corriger :

- présence de la destination sur les sites communautaires et prescripteurs ;
- peu de culture des acteurs touristiques privés (hébergeurs, sites de visite, etc.) aux Etourisme;
- peu d'offre touristique accessible à la vente en ligne ;
- peu d'outils collaboratifs utilisés ;
- pas de proposition cohérente et complète pour les visiteurs en mobilité.

Partant de ces constats là, le projet global de la stratégie Etourisme du Périgord Noir s'articulerait autour des 5 axes décrits ci-dessous. Le projet de PLF Interfilières s'inscrirait dans ce contexte comme un des éléments ou outil fondamental d'appui à cette stratégie.

#### Tisser la toile sur le Web 2.0

Les sites communautaires sont des sources de plus en plus utilisées par les clients pour préparer leur séjour. Or, si le Périgord Noir est présent en partie sur ces sites, il n'est pas toujours clairement cité. Pire, certaines des informations le concernant sont erronées. Globalement, l'objectif du projet est de tisser la toile du Périgord Noir (destination touristique) sur le réseau. Ex : Wikipedia, google earth, panoramio, tripadvisor... En créant du contenu, fournissant des ressources et en échangeant des liens. Ce travail initié par le Pays sera confié au réseau des offices de tourisme. L'office de Sarlat sera le chef de projet opérationnel. (Action 1)

#### Le concept d'@telier numérique

Il s'agit d'ateliers thématiques regroupant les professionnels du tourisme publics et privés. La conception et l'animation seront réalisées par le Pays Touristique avec l'appui ponctuel de consultants pour les sujets pointus. L'objectif est d'améliorer les usages des TIC chez les professionnels du tourisme pour la gestion de leur entreprise et pour la promotion de leurs activités (notamment en favorisant l'échange de bonnes pratiques entre les professionnels du PN). Ce concept inclut la création d'un observatoire numérique du tourisme en Périgord Noir par le Pays Touristique (lien avec les projets Web 2.0 et Conseil). (Action 2)

#### Conseil vente en ligne et @marketing

Certains opérateurs souhaitent s'orienter vers la vente en ligne directement ou indirectement, d'autres veulent mettre à jour leur site Internet. Tous sont demandeurs de conseils, mais ont des difficultés à les trouver faute de temps ou de moyen. Les compétences internes existent au niveau du réseau et ont l'avantage de la proximité. Le rôle du Pays sera de conseiller et d'informer ces opérateurs au début de leur démarche et de les orienter vers les ressources utiles à la réussite de leur projet. Ex. ressources en ligne gratuite, personne ressource en Périgord Noir, outils créés dans le

cadre des @ateliers numériques (échange de bonnes pratiques). (Action 3)

Amélioration des outils collaboratifs existants

Il s'agit de pouvoir consacrer du temps à la mise en place de nouvelles solutions collaboratives en ligne (plus performantes) et surtout de former les utilisateurs (personnels des OT, et prestataires privé). Ce travail se fera en lien avec les @ateliers numériques. (Action 4)

Audio-guide

Une solution d'audio-guide mutualisé fera l'objet d'un travail spécifique (dossier FEDER). (Action 5)

## 4) Contenu du projet

- **Intitulé** du programme local de formation interfilières pluriannuel 2010 - 2012.

### **DEVELOPPER LES E-COMPETENCES DES PROFESSIONNELS TOURISTIQUES DU PERIGORD NOIR DANS UNE LOGIQUE DE RESEAU**

#### **Axe 1 : Utiliser les ressources gratuites du web pour gérer ou développer son activité**

Contexte : la multiplicité des outils en ligne gratuits est une opportunité pour les professionnels.

Objectifs : proposer un panel d'outils gratuits en ligne aux professionnels leur permettant d'améliorer la gestion de leur entreprise, et de mieux assurer sa rentabilité ; apprendre aux professionnels et offices de tourisme à utiliser ces outils.

Ex de contenu : créer un mini-site Jimdo (ex. pour un événementiel) ; utiliser google site pour créer un extranet d'entreprise...

#### **Axe 2 : Analyser son site Internet pour améliorer ses ventes ou le fonctionnement de son site**

Contexte : la mobilisation des statistiques et leur analyse est fondamentale pour optimiser les performances d'un site Internet. Pourtant, faute de temps et de compétence, cette ressource est sous exploitée.

Objectifs : La formation visera à donner les indicateurs clefs aux opérateurs en fonction de la typologie de leur site Internet puis à leur donner les techniques permettant de mobiliser rapidement (automatiquement) ces indicateurs.

A mi-chemin entre l'analyse statistique et le marketing, l'ergonomie d'un site doit être adapté pour conduire l'Internaute aux pages générant le plus de valeur pour un opérateur (ex. page de descriptif / réservation pour un hébergement). Derrière la simplicité apparente de navigation d'un site se cache un ensemble de principe et de techniques que doivent impérativement maîtriser les professionnels.

Ex de contenu : formation au paramétrage de Xiti (observatoire régional) ou de google. Formation à la mise en place d'un tableau de bord et à l'interprétation des résultats.

#### **Axe 3 : Utiliser le Web 2.0 pour développer la notoriété de son entreprise / destination**

Contexte : les outils du web 2.0 sont de plus en plus utilisés par les Internautes Français et étrangers. Le volume de connexion sur ces outils justifie une implication rapide des opérateurs touristiques sur ces médias. Il convient toutefois de les guider dans le choix des outils à investir en priorité.

Objectifs : sensibiliser les professionnels aux outils du web 2.0. Les former à leur utilisation dans une optique de valorisation de leurs activités.

Ex de contenu : gérer une page facebook efficacement.

#### **Axe 4 : Maîtriser les outils du Emarketing**

Contexte : les outils du marketing en ligne sont nombreux. Connaître les points forts de chacun d'entre eux et leur fonctionnement permet aux entreprises de les choisir et de les gérer avec efficacité pour le plus grand profit de leur entreprise ou de leur destination touristique.

Objectifs :

Ex de contenu : bien utiliser google adwords., etc...

#### **- Programme 2010**

Nb d'acteurs concernés : une quarantaine de personnes

Intitulés des modules et public :

	Nombre de journées en 2010
Module PN1 <b>utiliser les ressources gratuites et payantes de Google pour améliorer la fréquentation de son site Internet</b>	3
Module PN2 <b>utiliser les ressources gratuites et payantes de Google pour améliorer la fréquentation de son site Internet</b>	4
Module PN3 <b>écriture web</b>	4
Module PN4 <b>clefs de lectures pour analyser simplement et rapidement les statistiques de son site internet</b>	3

Pour les programmes souhaités durant les années suivantes, ceux-ci seront travaillés en étroite collaboration avec les professionnels (PAT Périgord Noir/ Destination Périgord Noir/ MOPA)

### **5) Le public ciblé**

Public : offices de tourisme et prestataires touristiques

Pour les prestataires, le constat est le suivant : peu de possibilités de dégager du temps en formation pour le personnel. Il est recommandé de plutôt mettre en avant des formations pour les **gestionnaires et responsables propriétaires.**

## **6) Format**

Durée du programme : 3 années

Calendrier à privilégier la première année : janvier – février – mars 2010 ; novembre – décembre 2010

Rythme : nombre de journées limitées au vue de la contrainte de mobilisation des professionnels.

Privilégier le format journée

Participants : petits groupes dans des salles équipées de postes informatiques.

## **7) Le référent territoire du PLF Interfilères**

### **Cécile Lepoutre**

PAT Périgord Noir

Place Marc Busson

24200 SARLAT LA CANEDA

Tél. 05 53 31 56 29

[patpn@wanadoo.fr](mailto:patpn@wanadoo.fr)

[www.perigordnoir.com](http://www.perigordnoir.com)

**CAHIER DES CHARGES**  
**ANNEE 2010**  
**PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES**

L'appel d'offres de formation 2010 porte sur 4 modules.

La MOPA (mission des offices de tourisme et pays touristiques d'Aquitaine) coordonne cet appel d'offres en lien avec les OPCA concernés, le Conseil Régional d'Aquitaine, la DRTEFP et le territoire.

**Conditions de réponse**

Un organisme de formation peut répondre indifféremment à un ou plusieurs modules.

Les réponses à cette consultation devront être remises à la MOPA par courrier électronique au plus tard le 20 octobre 2009 inclus

A l'attention de Fabien Raimbaud

**MOPA**

*Conseil Régional d'Aquitaine*

*14 rue François de Sourdis*

*33077 Bordeaux Cedex*

*05 57 57 03 87*

[mopa@aquitaine-mopa.fr](mailto:mopa@aquitaine-mopa.fr)

---

**Module PN1 : utiliser les ressources gratuites et payantes de Google pour améliorer la fréquentation de son site Internet**

**Axe 4 : Maîtriser les outils du emarketing**

**1. Contexte**

Google est devenu l'outil incontournable pour assurer une bonne promotion de son site internet. La connaissance de ses principaux concepts est essentielle pour les web-éditeurs de site.

**2. Les objectifs de la formation**

- Fournir les éléments de base pour un bon référencement naturel dans Google.
- Donner les clefs aux participants pour qu'ils sachent gérer efficacement une campagne Adwords en utilisant les outils de campagne Google.

**3. La méthode pédagogique à mettre en oeuvre :**

- Il s'agit d'une formation action. Chaque participant devra pouvoir mettre en oeuvre tout ou partie des recommandations apportées par le formateur pendant la formation. Un crédit de campagne Google Adwords de 50 à 90 euros / participant leur permettra de tester une campagne adwords réelle.

**4. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

- Meilleure maîtrise des techniques du référencement
- Sensibilisation à l'utilisation raisonnable et raisonnée des campagnes Adwords
- Meilleure utilisation de google analytics

**5. Evaluation et outil proposé :**

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par une synthèse des points clefs à retenir. Une fiche répertoriant l'ensemble des éléments fondamentaux pourra être élaborée et transmise aux participants.

Une évaluation à chaud du formateur devra être réalisée auprès des participants et transmise ensuite au référent local du PLF.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyé par la Mopa aux participants après la fin du module de formation. (pour se faire une copie des feuilles de présence mentionnant les mails des participants sera envoyée par l'organisme de formation à la Mopa).

**6. Durée :**

3 journées de 7 heures soit 21 heures.

**7. Effectif prévisionnel – public concerné :**

10 personnes. 2 groupes.

**8. Période :**

Octobre 2010.

**9. Lieu(x) :** Maison de l'emploi de Sarlat.

**10. Contenu de la réponse attendue :**

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

1. ses références en particulier dans le domaine du tourisme
2. ses compétences internes et externes
3. le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
4. la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
5. la méthode d'évaluation de la mission
6. le coût global

Le prestataire pourra indiquer les formations qu'il a mises en œuvre ayant une finalité similaire ou proche de celle-ci.

**Les éléments indiqués sur le contenu, la durée et l'évaluation de la formation ne sont pas figés.**

---

**Module PN2 : créer un mini-site Jimdo**

**Axe 1 : Maîtriser les outils gratuits du web**

**1. Contexte**

Disposer d'un site Internet est un des fondamentaux de la communication touristique. Si les entreprises professionnelles sont toutes équipées, des structures telles que les meublés, les chambres d'hôtes voire certains sites touristiques n'ont pas forcément les capacités financières pour investir dans ce type de média. Parfois ces structures se sont plus ou moins lancées dans la construction de site « perso » peu qualitatif et au final contreproductif. Pour les institutionnels, la création de mini-sites peut s'avérer être un excellent moyen pour assurer la promotion de certaines manifestations ou opérations commerciales (ex. réveillon du Nouvel An).

Ces réalisations seront cohérentes avec le déploiement du système d'information touristique régional (SIRTAQUI)

Le projet de formation consiste à leur fournir un outil gratuit permettant de créer des sites internet de qualité en terme de composition graphique, de référencement et d'outils multimédias. Pour cela, Jimdo est l'outil de conception idéal.

**2. Les objectifs de la formation**

Permettre aux participants de mettre en place leur site internet Jimdo

- Leur donner les clefs pour optimiser son référencement et répondre aux attentes des internautes (ergonomie, contenu...).

### **3. La méthode pédagogique à mettre en oeuvre :**

- Il s'agit d'une formation action. Chaque participant devra pouvoir mettre en oeuvre tout ou partie des recommandations apportées par le formateur pendant la formation pour créer directement son site Internet.

### **4. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

- Réduire le nombre de petites structures ne possédant pas de site Internet.
- Améliorer la qualité des sites auto-administrés actuels.
- Améliorer la visibilité des structures sur le réseau Internet.

### **5. Evaluation et outil proposé :**

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par une synthèse des points clefs à retenir. Une fiche répertoriant l'ensemble des éléments fondamentaux pourra être élaborée et transmise aux participants.

Une évaluation à chaud du formateur devra être réalisée auprès des participants et transmise ensuite au référent local du PLF.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyé par la Mopa aux participants après la fin du module de formation. (pour se faire une copie des feuilles de présence mentionnant les mails des participants sera envoyée par l'organisme de formation à la Mopa).

### **6. Durée :**

4 journées de 7 heures soit 28 heures.

### **7. Effectif prévisionnel – public concerné :**

10 personnes. 2 groupes.

### **8. Période :**

Novembre 2010.

### **9. Lieu(x) :** Maison de l'emploi de Sarlat.

### **10. Contenu de la réponse attendue :**

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

7. ses références en particulier dans le domaine du tourisme
8. ses compétences internes et externes
9. le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en oeuvre pour cette formation
10. la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
11. la méthode d'évaluation de la mission
12. le coût global

Le prestataire pourra indiquer les formations qu'il a mises en oeuvre ayant une finalité similaire ou proche de celle-ci.

**Les éléments indiqués sur le contenu, la durée et l'évaluation de la formation ne sont pas figés.**

**Axe 4 : Maîtriser les outils du emarketing**

**1. Contexte**

La création de contenu sur un site Internet est un gage de qualité et de fidélisation. Si les photos, vidéos, 360... sont devenus des incontournables, la rédaction des textes ne doit pas pour autant être négligée. Celle-ci fait appel à des connaissances de base (écriture journalistique) et à des compétences nouvelles : il faut écrire pour les lecteurs mais aussi pour les moteurs de recherche. Rédiger de bons textes pour son site internet est donc un véritable exercice bien loin des copier/coller souvent pratiqués pour rapidement les pages Web.

**2. Les objectifs de la formation**

Inculquer les principes de base de l'écriture journalistique

- Apprendre à créer des textes et inculquer une logique d'écriture adaptés aux usages des internautes (utilisation des pages liées...)
- Apprendre à optimiser les textes pour améliorer le référencement de son site

**3. La méthode pédagogique à mettre en oeuvre :**

- Apports théoriques et exercices pratiques s'appuyant si possible sur des cas pratiques proposés par les participants.

**4. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

- Améliorer la qualité des sites internet actuel.
- Améliorer la visibilité des structures sur le réseau Internet.

**5. Evaluation et outil proposé :**

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par une synthèse des points clés à retenir. Une fiche répertoriant l'ensemble des éléments fondamentaux pourra être élaborée et transmise aux participants.

Une évaluation à chaud du formateur devra être réalisée auprès des participants et transmise ensuite au référent local du PLF.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyé par la Mopa aux participants après la fin du module de formation. (pour se faire une copie des feuilles de présence mentionnant les mails des participants sera envoyée par l'organisme de formation à la Mopa).

**6. Durée :**

4 journées de 7 heures soit 28 heures.

**7. Effectif prévisionnel – public concerné :**

10 personnes. 2 groupes.

**8. Période :**

Janvier 2010.

**9. Lieu(x) :** Maison de l'emploi de Sarlat.

10. Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

13. ses références en particulier dans le domaine du tourisme
14. ses compétences internes et externes
15. le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
16. la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
17. la méthode d'évaluation de la mission
18. le coût global

Le prestataire pourra indiquer les formations qu'il a mises en œuvre ayant une finalité similaire ou

proche de celle-ci.

**Les éléments indiqués sur le contenu, la durée et l'évaluation de la formation ne sont pas figés.**

---

## **Module PN4 :**

### **clefs de lectures pour analyser simplement et rapidement les statistiques de son site internet**

#### **Axe 2 : Analyser son site Internet pour améliorer ses ventes ou le fonctionnement de son site**

##### **1. Contexte**

Les outils statistiques payants ou gratuits sont de plus en plus performants. Analyser les statistiques de son site internet est fondamental pour discerner ses points faibles et les corriger.

##### **2. Les objectifs de la formation**

Donner une liste d'indicateurs clefs pour analyser rapidement les statistiques de son site Internet.

- Donner aux participants les ratios statistiques « standards » d'un site Internet pour qu'ils puissent comparer leurs résultats aux normes actuelles.
- Aider les participants à configurer leurs outils statistiques (google analytics ou xiti pro) pour qu'ils puissent générer des rapports automatiques pertinents.

##### **3. La méthode pédagogique à mettre en oeuvre :**

- Apports théoriques et exercices pratiques s'appuyant si possible, sur des cas pratiques proposés par les participants.

##### **4. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

- Faciliter l'interprétation des statistiques par les participants.
- Permettre de positionner les résultats d'un site par rapport aux normes actuelle du Web.
- Faire le lien entre indicateurs statistiques, ergonomie, contenu... dans une logique d'optimisation des sites web.
- Améliorer la qualité des sites internet actuels.
- Améliorer la visibilité des structures sur le réseau Internet.
- Augmenter le nombre de structures touristiques participant au programme d'observatoire du web touristique aquitain initié par la Région Aquitaine avec Xiti Pro (*les entreprises participant au programme bénéficient de conditions très avantageuses pour utiliser cette solution et des statistiques globales du programme*)

##### **5. Evaluation et outil proposé :**

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par une synthèse des points clefs à retenir. Une fiche répertoriant l'ensemble des éléments fondamentaux pourra être élaborée et transmise aux participants.

Une évaluation à chaud du formateur devra être réalisée auprès des participants et transmise ensuite au référent local du PLF.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyé par la Mopa aux participants après la fin du module de formation. (pour se faire une copie des feuilles de présence mentionnant les mails des participants sera envoyée par l'organisme de formation à la Mopa).

##### **6. Durée :**

3 journées de 7 heures soit 21 heures.

##### **7. Effectif prévisionnel – public concerné :**

10 personnes. 2 groupes.

**8. Période :**

Décembre 2010.

**9. Lieu(x) :** Maison de l'emploi de Sarlat.

**10. Contenu de la réponse attendue :**

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références en particulier dans le domaine du tourisme
- ses compétences internes et externes
- le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
- la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
- la méthode d'évaluation de la mission
- le coût global

Le prestataire pourra indiquer les formations qu'il a mises en œuvre ayant une finalité similaire ou proche de celle-ci.

**Les éléments indiqués sur le contenu, la durée et l'évaluation de la formation ne sont pas figés.**