



MARCHÉ DE SERVICES

CAHIER DES CHARGES

Objet du marché

Marché de service de formations continues, non qualifiantes, en inter et en intra entreprises

Pouvoir Adjudicateur

Mission des Offices de Tourisme de la Nouvelle-Aquitaine

Date limite de remise des offres

Date : 19 août 2019

Heure : 12h

Mail : professionnalisation@monatourisme.fr

Sommaire

Destinataire de cette consultation	p.3
Présentation de la Commission programme régional de formation Nouvelle-Aquitaine	p.3
Identification de l'organisme qui lance cette consultation	p.4
Contexte et enjeux de la professionnalisation en N-A	p.6
Conditions du partenariat	p.7
Modalités	p.7
Liste des lots de l'appel à candidature pour le catalogue Inter-Entreprises et Intra-Entreprise	p.10
Cahiers des charges de actions de formation - Lots Inter-entreprises	p.13
Cahiers des charges de actions de formation - Lots Intra-entreprise	p.52

Date, signature, cachet de l'organisme

--

CAHIER DES CHARGES
À DESTINATION DES ORGANISMES DE FORMATIONS

Ce cahier des charges est à l'initiative de la [MONA](#) (Mission des Offices de Tourisme de la Nouvelle-Aquitaine) dans la cadre de la construction de l'offre de professionnalisation régionale de la Nouvelle-Aquitaine pour l'année 2020. L'ensemble de ce programme est coordonné par la Commission Programme Régional de Formation de la Région Nouvelle-Aquitaine (appelée ensuite Commission PRF N-A) dont les membres sont les partenaires financeurs et les représentants de la Branche Tourisme. Ce programme est organisé avec le soutien de la Région Nouvelle-Aquitaine et AFDAS Nouvelle-Aquitaine.

Cette consultation est à destination des organismes de formation.

Seuls les organismes de formation référencés dans DATADOCK, et ayant un numéro d'agrément obtenu auprès des services de l'État-DIRECCTE, peuvent se positionner. Il est vivement conseillé aux organismes de formation de s'engager dans une démarche de qualité.

Le public cible de ces formations est la branche tourisme institutionnelle de la Région Nouvelle-Aquitaine : les salariés des offices de tourisme, et potentiellement les salariés des Comités Départementaux du Tourisme ou Agences de Développement Touristique, du Comité Régional du Tourisme (1600 salariés, 160 structures), ainsi que les personnels des services tourisme de collectivités.

> [Connaître le réseau en un coup d'oeil](#)

LA COMMISSION PROGRAMME RÉGIONAL DE FORMATION NOUVELLE-AQUITAINE

Le projet de la Commission PRF N-A

La Commission PRF N-A a pour projet de co-construire dans un premier temps et d'être garant ensuite de toute l'offre de formation proposée dans le cadre du programme régional de formation 2020 (PRF 2020).

Pour y parvenir, la commission suivra toute la procédure d'achat des formations, de l'analyse des besoins au choix des organismes de formations. Elle veillera notamment à la bonne mise en concurrence et à l'égalité de traitement entre les prestataires de formation. Elle s'assurera également de la bonne qualité des actions de formation financées et aura pour objectif de proposer une cohérence des prix des diverses prestations.

Les membres de la commission PRF

DIRECCTE
Région Nouvelle-Aquitaine
AFDAS Nouvelle-Aquitaine

CNFPT
1 représentant du CRT
2 représentants des CDT
3 représentants des offices de tourisme communauté de communes
1 représentant des offices de tourisme station
2 représentants des offices de tourisme communauté d'agglomération
1 représentant des offices de tourisme métropole, communauté urbaine

IDENTIFICATION DE L'ORGANISME QUI LANCE L'APPEL À CANDIDATURES

Le commanditaire de cet appel à candidatures est l'association la [MONA](#) (Mission des Offices de tourisme de la Nouvelle-Aquitaine).

La MONA, agence régionale organisme adjudicateur de la Région est la fédération régionale des offices de tourisme de la Nouvelle-Aquitaine. Elle est également organisme de formation référencée au Datadock et en cours de qualification OPQF.

La MONA est née le 1^{er} janvier 2017 de la fusion de la MOPA, la FROTSI Poitou-Charentes et la FROTSI Limousin.

La MONA coordonne les actions de professionnalisation de la Branche tourisme de la Nouvelle-Aquitaine. Ses partenaires historiques sont la Région, l'État, le CNFPT et les OCPO, notamment l'AFDAS, récemment désigné OPCO de la branche tourisme.

Les actions prévues dans le cadre de cet appel à candidature apparaîtront dans le programme de professionnalisation 2020 à destination des salariés de la Branche Tourisme de la Nouvelle-Aquitaine (Offices de tourisme, CDT/ADT, CRT). La diffusion du programme est prévue en fin d'année 2019.

La Mission des Offices de tourisme Nouvelle-Aquitaine (MONA) est une association loi 1901, constituée de 10 salariés, oeuvrant sur le périmètre de Nouvelle-Aquitaine. Elle se définit par trois activités principales.

- C'est un **organisme de formation**, spécialisé dans l'évolution des compétences et des organisations de l'écosystème touristique institutionnel.
- C'est une **agence régionale**, partenaire de la Région Nouvelle-Aquitaine, en charge de la mise en oeuvre de la politique régionale sur la professionnalisation et l'organisation touristique des territoires.
- C'est une **tête de réseau** qui représente les offices de tourisme et les organisations adhérentes dans différentes instances tout en observant et fédérant son réseau.

Ces trois activités sont vivaces et font l'ADN de la MONA. Elles ont vocation à se poursuivre et à se développer. L'articulation de ces trois champs d'activité peut évoluer, toujours de façon agile et dynamique. C'est à l'image de la vision partagée de la MONA.

La première mission de la MONA est de **professionnaliser**. Elle stimule les hommes et les territoires pour les rendre compétents, novateurs, connectés et fiers de leurs actions.

Ainsi, la MONA anime et adapte en permanence sa propre organisation avec tous ses collaborateurs afin de répondre au mieux à cette vision partagée. Les missions, l'organisation du travail, les projets initiés au sein de la MONA sont le reflet d'une réelle volonté de faire évoluer les compétences, les missions et les organisations du réseau des offices de tourisme.

Ce fonctionnement permet de rester agile et réactif face aux évolutions partenariales de la MONA avec son réseau et ses partenaires financeurs.

Cela prend forme par la capacité d'explorer de nouveaux sujets, de modéliser des réflexions pour les transférer et d'animer la diffusion de ces connaissances auprès de tout acteur.

Cela se traduit enfin dans les orientations stratégiques à court et moyen terme d'un point de vue pédagogique, organisationnel et commercial.

Notre vision stratégique sur le développement des compétences s'appuie sur une permanente écoute, évaluation et reformulation des besoins de nos interlocuteurs.

Plusieurs thématiques permettent de structurer les orientations pédagogiques et la mise en action opérationnelle. Il peut s'agir :

- de l'évolution générale de l'organisation des offices de tourisme et territoires de tourisme,
- de l'accueil touristique et de la relation client,
- des services proposés aux prestataires touristiques,
- de la communication, la promotion et des contenus,
- des ressources humaines,
- de l'organisation en multi-sites,
- ...

Déclaration d'activité de formation enregistrée sous le numéro 72 33 0788 633 auprès de la Préfecture de la Région Nouvelle-Aquitaine.

Adresse postale

La MONA
60-64 Rue Joseph ABRIA
33 000 BORDEAUX

monatourisme@monatourisme.fr

Responsables du marché : Charlotte Emery et Florent Guitard

> [Connaître l'équipe en un coup d'oeil](#)

Ce programme 2020 s'inscrit dans la continuité des programmes de professionnalisation proposés à l'échelle de la Nouvelle-Aquitaine depuis 2016. Cet appel à candidature est le fruit d'un travail continu mené au quotidien grâce aux bilans qualitatifs des actions de professionnalisation et à une enquête, menée au printemps 2019, visant au recueil des besoins des acteurs de la Branche Tourisme. **Tout ce travail a été présenté à la Commission PRF N-A qui s'est réunie le 18 juin 2019 afin de dresser les grandes orientations du programme 2020.**

Quatre grands domaines de formations sont identifiés :

- **L'Accueil**
- **La Promotion et la Commercialisation**
- **Les Partenaires**
- **Le Management, les Ressources Humaines et la Gestion**

En réponse à ces thématiques prioritaires, plusieurs actions de professionnalisation sont proposées (des rencontres réseau, des formations d'intérêt régional en Inter-Entreprises, des formations en Intra-Entreprise, des parcours qualifiants, des clubs, des groupes de travail, des webséminaires...).

La vision de la MONA sur la **professionnalisation : comment souhaitons-nous faire évoluer les structures de notre réseau ?**

Pour les structures :

“La MONA fournit le terreau pour la prise d'autonomie des structures afin qu'elles deviennent incontournables pour leur écosystème local.. Elle peut constituer un exemple pour son réseau. Elle implique les élus dans la professionnalisation, de manière à ce que politiques et techniciens des collectivités locales gardent confiance dans leur OT.”

Pour les missions des offices de tourisme :

“La MONA consolide la base des missions des offices de tourisme, en diffusant une culture de réseau : autour du projet d'équipe, avec une montée en compétence autour des RH, autour des deux fondamentaux de l'office de tourisme (l'esprit de service basé sur le parcours client et l'implication de l'office dans son écosystème territorial).”

Pour les salariés du réseau :

“La MONA sensibilise et accompagne les individus à la formation tout au long de la vie, de manière à ce que les salariés puissent régulièrement réinventer leur métier ou leur vie professionnelle. Elle évalue les acquis à l'issue des formations en accompagnant les stagiaires à formaliser leurs connaissances.”

La MONA identifie plusieurs grands enjeux pour le réseau de la Branche Tourisme. Au travers son action, elle accompagne la **transformation des organisations touristiques**, devenue

indispensable pour s'adapter aux évolutions des clientèles et des modes de travail. Elle réfléchit aux **modèles d'affaires** de demain des entreprises touristiques (quels modèles économiques, réorientation des missions vers les partenaires...). Son action porte au quotidien sur les **conditions de travail des hommes et femmes** du réseau (les nouveaux modes de travail, la gestion des équipes en multi-sites, les espaces de travail, l'accompagnement des managers, l'intégration des nouveaux collaborateurs et le turn-over, la gestion des emplois et des compétences, la Qualité de Vie au Travail...).

Pour oeuvrer quotidiennement à la professionnalisation de la Branche Tourisme, la MONA organise deux types de formation : des formations "**métier**" qui sont utiles dans l'exercice du métier au quotidien et des formations "**stratégie**" qui permettent de développer ses compétences professionnelles dans les organismes du tourisme.

CONDITIONS DU PARTENARIAT

La MONA joue son rôle de coordinateur de l'offre de formation régionale et souhaite conserver une relation de confiance à long terme avec les participants à ses actions de formation. **La MONA souhaite également que chaque prestataire de formation croit en cette entreprise commune et donc à un engagement durable.** En cela, les propositions tarifaires formulées par les prestataires qui candidatent aux formations doivent intégrer cette stratégie de collaboration basée sur la confiance.

Dans cette collaboration, la MONA assure :

- Une communication et une ingénierie préalable de professionnalisation avec un recrutement des stagiaires et un brief au formateur en amont
- Une simplification administrative (un kit administratif sera transmis à l'organisme de formation) et financière significative pour un organisme de formation (une action de formation vaut une seule facture à la MONA quel que soit la taille du groupe)
- Une organisation logistique bouclée en amont de toutes formations (lieux, salle, accueil, restauration...).

Les actions de formation seront facturées par l'organisme de formation prestataire à la MONA au terme de leurs réalisations. **Le paiement, par la MONA, se fera à 60 jours à compter de la réception de l'ensemble des documents administratifs dûment complétés** (feuilles de présences signées, attestations de fin de formation signées, facture...) **envoyés par voie postale.**

MODALITÉS DE MISE EN OFFRE DES ACTIONS DE FORMATION

La MONA gère :

- La communication, la promotion et la commercialisation du programme de formation
- La réservation des lieux et des salles de formation
- Le recrutement et les inscriptions des stagiaires aux sessions de formation
- La vérification des pré-requis
- Les conventions de formation
- Les convocations des stagiaires

- La facturation aux participants et/ou aux OPCO
- L'évaluation de la satisfaction

La MONA fournit aux organismes de formation :

- La prise en charge des repas des midis lors des journées de formation
- Des lieux et/ou des salles de formation équipés
- Une mallette administrative :
 - feuilles d'émargement,
 - attestations de fin de formation,
 - règlement intérieur,
 - masque de présentation pour introduire les formations.

L'organisme de formation s'engage, en tant que sous-traitant de la MONA, à :

- Ne pas réaliser d'opération commerciale en direct auprès des stagiaires et de leurs structures durant les formations.
- Informer la MONA de toutes démarches commerciales effectuées auprès du réseau des offices de tourisme de la Nouvelle-Aquitaine. La MONA sera soucieuse de veiller à ce point garant de la relation de confiance mutuelle et de la bonne connaissance des besoins du réseau.
- A introduire les actions de formation avec le masque de présentation par la MONA.
- Respecter les données personnelles des stagiaires qui pourraient lui être transmises, en ne les utilisant qu'à des fins pédagogiques pour l'action en cours, en accord avec la [politique de confidentialité](#) de la MONA.
- Être lui-même en conformité avec le RGPD.
- Être référencé au Datadock.

Au niveau de la conception et de l'animation des formations, l'organisme de formation s'engage à :

- Informer la MONA de toutes difficultés quant au bon déroulement de la formation.
- Proposer une méthode de positionnement de niveau des stagiaires et de recueil des attentes afin de s'assurer de la pertinence de son programme de formation (moyen laissé libre au prestataire, transmission de ce questionnaire par la MONA aux stagiaires).
- Proposer en fin de formation une évaluation dans le but de vérifier les acquis individuels au regard des objectifs professionnels. L'évaluation de la satisfaction est proposée, une semaine après la formation, par la MONA.
- Remettre un kit des ressources pédagogiques à la MONA et aux stagiaires.
- Fournir le matériel pédagogique nécessaire à l'animation de sa formation (hors paperboard et vidéoprojecteur, disponibles sur les lieux de formation).
- Informer, en amont de la formation, la MONA des spécificités sur son programme de formation (matériel, prérequis, logiciel, travail préparatoire, formation à distance...).
- Proposer à la MONA des pistes possibles pour améliorer les formations à venir.
- Envoyer à la MONA, après la formation :
 - la facture avec RIB
 - la feuille d'émargement originale signée par les stagiaires et le formateur,
 - les attestations de fin de formation (2 exemplaires : l'un à remettre aux stagiaires, l'autre à renvoyer à la MONA),

- les évaluations pédagogiques de fin de formation dûment remplies (quizz, grille d'auto-évaluation,... permettant au stagiaire de réaliser une synthèse et de s'auto-évaluer à l'issue de la formation)

Les formations se dérouleront soit en présentiel, soit entièrement à distance, soit en blended learning. L'approche de digitalisation de la formation sera appréciée si cela s'avère utile.

Confirmation de la réalisation d'une formation et possibilité d'annulation préalable

La réalisation d'une formation par le titulaire du présent contrat fait l'objet d'une confirmation écrite au moins 15 jours avant la date prévisionnelle fixée en application de l'article 2.4 ci-après.

La conclusion du présent acte d'engagement ne confère pas au titulaire un droit à la réalisation de la ou des formations prévues par le contrat. La MONA se réserve en effet la possibilité d'annuler la réalisation de la ou des formations prévues jusqu'à 15 jours avant la date, si le nombre de participants est insuffisant. Cette annulation n'ouvre pas droit à quelque indemnité de que ce soit de l'organisme de formation. Elle fait l'objet d'un courriel ou d'un courrier au titulaire.

Date(s) de la ou des formation(s), prévisionnelle(s) puis définitive(s)

La date de réalisation d'une formation par le titulaire du présent contrat est fixée de manière prévisionnelle en concertation avec le titulaire, dans les trois mois qui suivent la signature du présent acte d'engagement. La formation se déroulera nécessairement au cours de l'année civile 2020, à l'exception des mois de juillet, août et des trois dernières semaines de décembre.

Cette date définitive est confirmée à l'occasion de l'envoi de la confirmation de formation prévue à l'article 2.3 ci-dessus. La date choisie ne peut donner lieu à complément de rémunération ni à défraiement en sus du prix total proposé pour chaque lot.

Lieu(x) de la formation ou des formations, prévisionnel(s) puis définitif(s)

Le lieu de réalisation d'une formation par le titulaire du présent contrat est fixé de manière prévisionnelle en concertation avec le titulaire, dans les trois mois qui suivent la signature du présent acte d'engagement. Ce lieu se trouvera nécessairement en Région Nouvelle Aquitaine.

Le lieu définitif de la formation est confirmé à l'occasion de l'envoi de la confirmation de formation prévue à l'article 2.3 ci-dessus. Le lieu choisi ne peut pas donner lieu à complément de rémunération ni à défraiement en sus du prix total proposé pour chaque lot.

QUESTIONS

Pour tout renseignement complémentaire en rapport avec cet appel à consultations, les candidats peuvent joindre l'équipe de la MONA au 0760248753 – professionnalisation@monatourisme.fr

Domaines de formation **Actions de formation** **Page** **New** **Inter** **Intra**

L'Accueil	<ul style="list-style-type: none"> FIR144 - Aménager son espace d'accueil avec le marketing expérientiel et le merchandising 	14	x	x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR151 - Hyper-personnaliser l'accueil (savoir-être, appétences) 	15	x	x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR40 - Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap 	16		x	
La Promotion et la Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> FIR152 - Maîtriser le storytelling 	17	x	x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR154 - Développer son offre à destination des familles 	18	x	x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR156 - Connaître les nouveautés des réseaux sociaux 	19	x	x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR157 - Définir le bon prix pour le bon service (politique tarifaire optimisée et logique) 	20	x	x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR164 - Valoriser son activité avec Instagram 	21	x	x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR16 - Maîtriser les aspects juridiques de la commercialisation 	22		x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR112,113,114 : Photoshop, Illustrator, Indesign initiation 	23		x	
	<ul style="list-style-type: none"> INTRA6 - Construire ses argumentaires commerciaux et renforcer sa force de vente 	62	x		x
Les Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> FIR121 - Accompagner ses prestataires à définir une politique tarifaire 	24	x	x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR122 - Faciliter l'innovation de projets par les méthodes créatives (cursus managers) 	25	x	x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR124 - Construire des services orientés client (design de services) 	26	x	x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR128 - Être à l'aise avec la prise de belles photos d'hébergements dont les meublés 	27	x	x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR11 - Accompagner ses prestataires à la commercialisation en ligne 	28		x	
	<ul style="list-style-type: none"> FIR131 - Maîtriser le revenue management pour les hôteliers 	29	x	x	

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ FIR127 - Maîtriser les normes juridiques d'un Établissement Recevant du Public (ERP) 30 ▪ FIR93 - Fédérer son réseau d'acteurs 31 ▪ FIR94 - Coacher ses prestataires et porteurs de projets 32 ▪ FIR95 - Comprendre les bases de la création d'entreprise 33 		x	x	
Le Management, les Ressources Humaines et la Gestion	▪ FIR99 - Composer sa communication interne 34			x	
	▪ FIR101 - Manager et être en phase avec son équipe 35			x	
	▪ FIR134 - Parité - diversité - manager 36	x		x	
	▪ FIR100 - Se préparer au bilan de parcours 37			x	
	▪ FIR138 - Mettre en place son Comité Social Économique 38	x		x	
	▪ FIR117 - Comprendre la Convention Collective (CCN3175) 39			x	
	▪ FIR102 - Gérer ses régies de recettes et d'avances : perfectionnement 40			x	
	▪ FIR73 - Maîtriser les règles de la commande publique : initiation 41			x	
	▪ FIR140 - Maîtriser les règles de la fiscalité pour les EPIC : perfectionnement 42	x		x	
	▪ FIR48 - Optimiser le pilotage financier de son EPIC 43			x	
	▪ FIR49 - Optimiser le pilotage financier de son association 44			x	
	▪ FIR165 - Trouver de nouveaux modèles économiques pour ses projets innovants 45	x		x	
	▪ FIR137 - Coopérer avec ses élus 46	x		x	
	▪ FIR97 - Réussir des réunions participatives et productives 47			x	
	▪ FIR103 - Conduire un projet 48			x	
	▪ FIR135 - Être sur de sa légitimité et affirmer sa plus-value 49	x		x	
	▪ FIR136 - Apprendre à faire faire 50	x		x	
	▪ FIR173 - Devenir formateur occasionnel (Expair) 51			x	
	▪ INTRA1a - Construire et partager des valeurs communes 53	x			x
	▪ INTRA1b - Trouver sa place dans le projet d'entreprise 54	x			x
▪ INTRA1c - Mieux travailler en équipe 55	x			x	
▪ INTRA2a - Maîtriser une méthodologie de gestion de projet 56	x			x	
▪ INTRA2b - Gérer des projets en équipe de manière collaborative 57	x			x	
▪ INTRA3a - Améliorer sa communication interne 58	x			x	

LOTS INTER-ENTREPRISES

Intitulé de l'action Aménager son espace d'accueil avec le marketing expérientiel et le merchandising

Code action	FIR144
Contexte	Ce module de formation permet d'acquérir des compétences pour la gestion d'un projet d'aménagement d'Office de Tourisme. Les participants seront donc sensibilisés sur la méthodologie de projet. Il s'agira aussi d'aborder les principes du marketing expérientiel/sensoriel et permettre ainsi aux participants de définir leur propre concept d'office de tourisme Nouvelle Génération.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Appréhender les composantes clés de l'aménagement des espaces d'accueils ▪ Définir une stratégie d'aménagement cohérente ▪ Imaginer des scénarios d'aménagement pour le confort des collègues et la découverte du côté client
Public concerné	Conseiller(e) en séjour, responsable accueil
Prérequis	Porter un projet de ré-aménagement des locaux d'offices de tourisme.
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de planifier un projet de réaménagement de l'espace d'accueil.
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Hyper-personnaliser l'accueil : savoir-être, appétences

Code action	FIR151
Contexte	Le client qui pousse la porte d'un office de tourisme attend une compréhension de son besoin par la personne qui l'accueille. Il appréciera une personne qui lui parle avec sa personnalité, son histoire, son vécu, plutôt qu'un discours travaillé et sans personnalité. Au delà de la proposition d'une offre ou d'un service adapté, le conseiller en séjour "expert de destination" peut surprendre le client : il devient guide, il se met en scène, il mobilise ses émotions, ses sens et ceux du client pour proposer un accueil vivant, personnalisé, passionné.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redonner du sens à son métier d'accueillant ▪ Comprendre ses émotions et son fonctionnement sensoriel, s'analyser et adapter son discours ▪ Se libérer, se découvrir, se retrouver
Public concerné	Conseiller(e) en séjour, responsable accueil
Prérequis	Accepter de mettre sa personnalité au service de l'accueil
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de délivrer un conseil éclairé vivant, personnalisé et passionné
Durée de l'action	2 session de 2 jours
Période privilégiée	Années 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action**Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap**

Code action	FIR40
Contexte	Le libre accès aux vacances, aux sports et aux loisirs représente un facteur primordial d'intégration sociale et d'épanouissement personnel pour les personnes présentant une gêne ou un handicap. Les professionnels qui s'engagent dans le label Tourisme et Handicap apportent un soin particulier à l'accessibilité de leur structure et sont tenus au respect de certains critères de labellisation. Cette formation doit permettre aux salariés d'être à l'aise dans le conseil de personnes en situation de handicap (fond et forme).
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Connaître et comprendre les besoins des personnes en situation de handicap▪ Appréhender l'esprit de la loi, connaître le label Tourisme et Handicap et les démarches à suivre pour y concourir▪ Adapter son acte de renseignement (discours, print, web, équipements adaptés...)
Public concerné	Conseiller(e) en séjour
Prérequis	Cette formation doit être suivie par au moins 2 personnes de l'équipe d'accueil pour un office de tourisme souhaitant concourir à l'obtention du label
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité d'avoir une vision claire sur ce sujet et de structurer sa démarche
Durée de l'action	2 session de 2 jours
Période privilégiée	Années 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Maîtriser le storytelling

Code action	FIR152
Contexte	Brochures, articles de blog, vidéos, en mobilité, sur les réseaux sociaux, avec les photos... Aujourd'hui, être en charge de la promotion dans un organisme de gestion de destination requiert des compétences fortes en écriture et en storytelling. L'enjeu de cette formation est de permettre aux stagiaires de développer leur faculté à raconter une histoire pour séduire une clientèle et/ou animer une communauté.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Comprendre les principes du storytelling▪ Intégrer ces principes dans les récits produits pour les supports de promotion▪ Conseiller son équipe et ses partenaires sur un bon usage du storytelling pour leur promotion
Public concerné	Chargé(e) de promotion, community manager
Prérequis	Maîtriser les fondamentaux de la communication touristique
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de créer une charte éditoriale claire et optimiser la stratégie d'écriture sur les différents supports de communication de la structure
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Années 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action**Développer son offre à destination des familles**

Code action	FIR154
Contexte	<p>La clientèle famille est majoritaire sur beaucoup de territoires néo-aquitains. L'aménagement d'un espace enfants, la proposition d'une sélection d'activités à faire en famille sont devenus incontournables.</p> <p>Plusieurs questionnements de fond se posent. Quelle sous-segmentation considérer ? Quelles évolutions majeures dans leurs comportements et attentes en matière de pratiques touristiques ? Qu'en est-il des produits commerciaux ? Quels succès ou bien alors quels écueils à éviter ? Comment construire des offres et des expériences adaptées aux familles pour les attirer et/ou les fidéliser ? Comment mobiliser, animer mon réseau d'acteurs sur ce type de clientèles ? Quelle place à l'innovation, à l'expérimentation dans ma stratégie ?</p>
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Actualiser ses connaissances en matière d'évolution des comportements et attentes des clientèles familiales▪ Compléter ou adapter son offre sur le marché des familles▪ Trouver des axes différenciants laissant place à l'innovation et à l'expérimentation.
Public concerné	Chargé(e) de commercialisation, directrice(eur)
Prérequis	Disposer d'une offre en commercialisation à destination des familles (hors produits boutique)
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de parfaire sa stratégie sur le marché des familles et trouver des marges de progression concrètes.
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Années 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action**Connaître les nouveautés des réseaux sociaux**

Code action	FIR156
Contexte	<p>Une connaissance fine du web d'aujourd'hui demeure une nécessité. En effet, les GAFAs voient leurs offres évoluer et il est important de rester en veille sur tous ces sujets.</p> <p>Les usages des clientèles touristiques évoluent dans ce domaine de façon rapide.</p> <p>C'est pourquoi, il est d'actualité de connaître les nouveautés des réseaux sociaux.</p>
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Connaître les nouveautés dans la pratique des réseaux sociaux d'un point de vue de l'utilisateur (le visiteur, l'habitant)▪ Connaître les nouveautés apportées par les plateformes dans les réseaux sociaux majoritairement utilisés en tourisme (instagram, facebook) : règles, publicité, fonctionnalités
Public concerné	Community manager, chargé(e) de promotion
Prérequis	Animer des communautés sur les réseaux sociaux
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'utiliser les dernières fonctionnalités des réseaux sociaux en intégrant les données utilisateurs
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action **Définir le bon prix pour le bon service (politique tarifaire optimisée et logique)**

Code action	FIR157
Contexte	<p>Les organismes de tourisme ont des produits à vendre (cotisations, partenariats, billetterie, séjour, etc.). Or, ils n'adoptent que rarement des outils permettant d'optimiser la politique tarifaire, tel le yield management.</p> <p>Pouvoir réfléchir à la stratégie de fixation de ses prix à l'aide de méthodes éprouvées semble une étape de professionnalisation pour de nombreux organismes de tourisme.</p> <p>Un questionnaire préalable permettra d'organiser la formation sur des cas concrets vécus par les participants.</p>
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Savoir élaborer un prix en fonction de critères objectifs (prix de revient, mission de service public, marge, etc.) ▪ Savoir adapter le prix en fonction de la demande
Public concerné	Directrices(eurs) d'offices de tourisme, DAF, responsables partenariats, service commercial
Prérequis	Définir des prix dans son quotidien (partenariats, boutique, billetterie, etc.)
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'adopter une stratégie de fixation des prix en fonction de critères objectifs, d'utiliser des outils de management tarifaire, tel le yield management
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Valoriser son activité sur instagram

Code action	FIR164
Contexte	Selon une étude récente, la dimension « instagrammable » d'une destination est prise en compte lors de la réservation par 42% des voyageurs français ! Tout y passe, paysage, photos de plats, de chambres d'hôtel, d'activités... De nouvelles interfaces s'offrent aux organismes de gestion des destination, ce qui pourraient vraiment faire d'Instagram le meilleur allié de la communication digitale.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaître les rouages d'instagram pour adapter sa stratégie ▪ Proposer un plan d'animation de sa communauté et savoir le mesurer ▪ Se sentir prêt à fédérer ses partenaires autour d'une même communauté
Public concerné	Community manager, chargé(e) de promotion et communication, chargé(e) des relations prestataires
Prérequis	Maîtriser le fonctionnement d'instagram, disposer d'un compte instagram animé
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de produire un plan d'actions pour animer sa communauté partagée par l'équipe et par les prestataires de la destination
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Maîtriser les aspects juridiques de la commercialisation

Code action	FIR16
Contexte	Aujourd'hui la plupart des offices de tourisme sont engagés dans une stratégie de commercialisation. L'actualité juridique est dense sur le sujet et les structures ne connaissent pas toujours leurs responsabilités liées à cette activité. Cette formation a pour objectif de connaître les grands principes de la réglementation en vigueur pour bien encadrer son activité de commercialisation.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre l'ensemble des enjeux juridiques de l'activité de commercialisation ▪ Mettre en oeuvre la conformité de sa structure
Public concerné	Responsable commercialisation
Prérequis	Pas de prérequis
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'évaluer la conformité de sa situation avec les règles juridiques et de proposer des pistes d'amélioration
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Photoshop, Illustrator, Indesign : initiation

Code actions	FIR112, FIR113, FIR114
Contexte	<p>La présentation et la lisibilité d'un document, d'un article, d'une page web, reposent sur des qualités techniques et graphiques. L'objectif de ce module est d'acquérir les règles de communication visuelle, d'aborder les bases de la maquette, des formats, des couleurs, des cadrages...etc</p> <p>Trois modules distincts sont à programmer : Indesign, Illustrator, Photoshop.</p> <p>Soit 3 modules au total. Possibilité de répondre à un, deux ou trois modules.</p>
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Maîtriser les outils de PAO▪ Intégrer la communication graphique dans sa stratégie de valorisation de la destination touristique▪ Savoir concevoir un graphisme adapté pour ses productions
Public concerné	Chargé(e) de communication et promotion
Prérequis	Avoir un matériel nomade disposant des licences nécessaires à l'utilisation des logiciels
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité d'investir ses savoirs pour des produits de communication moderne
Durée de l'action	1 session de 2 jours pour chaque module
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action**Accompagner ses prestataires à définir une politique tarifaire**

Code action	FIR121
Contexte	Sur quels éléments se baser pour déterminer une politique tarifaire qui soit juste ? Quelle plus-value les porteurs de projet attendent de moi ? Comment les accompagner à structurer leur prix ? Apporter un conseil éclairé pour son prestataire croise les champs de l'accompagnement à la création d'entreprise, le coaching, la créativité et la connaissance de son territoire.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Mobiliser des outils permettant de jauger la viabilité économique d'un projet▪ Etre force de proposition et faire preuve de créativité dans la construction de l'offre▪ Identifier le profil de son interlocuteur, ses attentes et adapter son accompagnement en fonction
Public concerné	Chargé(e) d'accompagnement individuel des partenaires ou de porteurs de projets, chef(fe) de projets NOTT
Prérequis	Avoir un ou plusieurs cas réel(s) de prestataire(s)
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de conseiller un prestataire ou un porteur de projet sur sa fixation de prix
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

**Intitulé de l'action Faciliter l'innovation de projets par les méthodes créatives
(cursus managers)**

Code action	FIR122
Contexte	Comment engager un virage dans mon office ? Quelles sont les techniques pour impliquer l'équipe sur de nouveaux projets ? Très utiles dans les périodes de transformation, les techniques de créativité obligent à sortir du cadre et à être dans la co-création pour produire de nouvelles idées. Développée pour innover en groupe de façon structurée, ces méthodes mobilisent l'intelligence collective pour produire de nouvelles idées / solutions aux problèmes existants.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intégrer des techniques de créativité et de résolution de problème facilement mobilisables ▪ Accélérer la production d'idées co-construites par son équipe ▪ Reconnaître les phénomènes de groupes et les freins individuels
Public concerné	Directrice(eur) d'office, responsable de collectivité, manager d'équipe
Prérequis	Déterminer un terrain d'investigation pour les cas pratiques
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de produire les conditions favorables à la créativité avec son équipe et/ou ses partenaires
Durée de l'action	1 session de 1 jour
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Construire des services orientés client (design de services)

Code action	FIR124
Contexte	Comment séduire à nouveau mon public avec mes services en office ? Quelles techniques mettre en place pour “designer mon offre” ? Nouveaux besoins : comment construire mon offre pour qu’elle rencontre son public ? A travers des outils marketing, vous vous mettez en situation de construire (reconstruire) votre offre jusqu’au prototypage.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confronter son offre existante au regard des techniques d’identification des besoins ▪ Construire une offre à partir de nouveaux besoins identifiés
Public concerné	Chargé(e) de l’offre de service, chargé(e) de la commercialisation, directrice(eur) d’office, responsable de collectivité, salarié ayant en responsabilité de mener à bien cette mission
Prérequis	Connaître son public, avoir identifié les publics clés de l’office
A l’issue de l’action, le participant sera	en capacité de lister les points d’étapes et de construction d’une offre au regard d’une typologie de client défini et d’analyser les points d’amélioration de son offre
Durée de l’action	1 session de 2 jours ou de 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action **Etre à l'aise avec la prise de belles photos d'hébergements dont les meublés**

Code action	FIR128
Contexte	Une photo vaut 1000 mots.. Face à une multitude d'acteurs locaux, l'office de tourisme doit apparaître comme une structure de confiance pouvant apporter de nombreux services, notamment auprès des hébergeurs. La prise de photos d'un hébergement peut rentrer dans le champ de compétences d'un office de tourisme souhaitant valoriser le parc d'hébergement existant et pour lequel il faut un certain savoir-faire. Outre l'aspect purement technique, l'enjeu sera également de connaître les plateformes intéressantes où partager ces photos.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maîtriser son équipement pour réaliser des photos de qualité ▪ Maîtriser l'ensemble des étapes de travail à mener avant, pendant et après pour obtenir de belles réalisations pour le compte d'un hébergement touristique ▪ Connaître les plateformes utiles pour partager le fruit de ce travail et le rendre visible.
Public concerné	Chargé(e) des visites chez les hébergeurs, chargé(e) de prestataires
Prérequis	Être équipé de matériel photographique (smartphone, appareil photo numérique)
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de réaliser de belles photos pour un hébergement, maîtriser la retouche et savoir le partager.
Durée de l'action	1 session de 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Accompagner ses prestataires à la commercialisation en ligne

Code action	FIR11
Contexte	Les missions d'accompagnement des entreprises touristiques sur le webmarketing (hébergeurs, activités de loisirs, lieux de visites, événementiel) est une spécialisation prise en main par le réseau. Appréhender les enjeux de la commercialisation en ligne pour le développement économique des entreprises touristiques est devenue une nécessité. La connaissance des différentes plateformes en fonction du secteur d'activités, la capacité d'auditer les besoins des entreprises, la capacité de mise en œuvre d'un parcours d'accompagnement des entreprises sont certains des objectifs visés par la formation.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acquérir une vue globale des plateformes de commercialisation en fonction des activités ▪ Déterminer son accompagnement sur la commercialisation
Public concerné	Chargé(e) d'accompagnement des prestataires, chargé(e) de relation prestataires, chargé(e) de commercialisation
Prérequis	Le stagiaire doit déjà accompagner un tissu d'entreprises touristiques
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de maîtriser les enjeux de la commercialisation selon son portefeuille prestataires et de préparer des accompagnements pertinents en fonction de ses ressources et compétences
Durée de l'action	1 session de 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Maîtriser le revenue management pour les hôteliers

Code action	FIR131
Contexte	Les hôteliers, notamment indépendants, doivent développer de nouvelles compétences adaptées à la conduite contemporaine d'un établissement hôtelier (distribution, marketing, yield et revenue management, GRC...). Parallèlement, renouveler son marketing de services pour ses hôteliers est un enjeu de taille pour les organismes de gestion de la destination. Autour du revenue management, il s'agit de créer une vraie dynamique territoriale pour une démarche de professionnalisation et montée en compétences. Théorie, méthodes, étude de cas, analyse et stratégie sont au programme de cette formation.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre les enjeux du revenue management pour les hôteliers ▪ Analyser un produit hébergement et adapter le pricing en fonction de sa qualité ▪ Analyser les performances et maîtriser la distribution ▪ Comprendre les opportunités du revenue management de destination
Public concerné	Chargé(e) de l'accompagnement des prestataires, chargé(e) de commercialisation
Prérequis	Avoir déjà suivi des formations sur la commercialisation des hébergements
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'utiliser le revenue management comme outil d'animation de son réseau de prestataires hôteliers
Durée de l'action	1 session de 2 jours ou de 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Maîtriser les normes juridiques d'un Établissement Recevant du Public (ERP)

Code action	FIR127
Contexte	Les offices de tourisme sont soumis à la réglementation des Établissement Recevant du Public. Il est nécessaire pour la direction comme pour les salarié(e)s travaillant dans cet espace de bien connaître le contexte réglementaire pour répondre aux normes et proposer un espace adapté à la réception de public.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre le contexte réglementaire d'un ERP ▪ Adapter sa structure aux normes d'accueil
Public concerné	Directrice(eur), chargé(e) de gestion des locaux
Prérequis	Aucun
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'analyser la conformité de sa structure au regard des normes et de proposer des adaptations.
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action**Fédérer son réseau d'acteurs locaux**

Code action	FIR93
Contexte	La fédération du réseau d'acteurs locaux est un des éléments clés pour faire de l'office de tourisme un acteur incontournable de son écosystème. Parmi les rôles dont l'importance grandit pour les offices de tourisme, on retrouve l'activiste en faveur de l'attractivité de la destination, et le collaborateur, avec des réseaux stratégiques. Fédérer ses acteurs locaux passe par une stratégie de collaboration et de co-construction forte, portée par toute une équipe.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Connaître et utiliser des méthodes d'animation et de travail collaboratif▪ Mieux impliquer et convaincre son réseau autour de projets▪ Rendre pérenne l'animation de ce réseau, au sein d'une équipe
Public concerné	Coordinatrice(eur), chargé(e) de relation prestataires, chef(fe) de projets NOTT, directrices(eurs)
Prérequis	Avoir identifié un cas d'étude propre à sa structure (projet à co-construire, action partenariale)
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de prendre en main son rôle de chef de projet et de disposer de clés conceptuelles et opérationnelles pour construire un projet fédérateur avec ses acteurs locaux
Durée de l'action	1 session de 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Coacher ses porteurs de projet et prestataires

Code action	FIR94
Contexte	Les salariés en charge de l'accompagnement des prestataires ou porteurs de projets et d'activité se retrouvent confrontés à des entrepreneurs de profils variés, avec des compétences diverses, des niveaux d'autonomie hétérogène. Outre le socle de compétences techniques nécessaires, ce rôle de conseil et d'accompagnement, voire de coaching, nécessite de développer ses capacités d'écoute active, d'empathie, de reformulation, de détection des besoins.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mieux se connaître pour mieux comprendre les besoins de l'autre ▪ Être à l'aise dans sa mission de coaching, de conseil et d'accompagnement ▪ Accompagner en mode « coaching » un certain nombre de partenaires
Public concerné	Chargé(e) d'accompagnement individuel des partenaires ou porteurs de projets
Prérequis	Avoir une expérience dans l'accompagnement de partenaires ou de porteurs de projets
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de muscler sa mission d'accompagnement et de développer des techniques de coaching pour améliorer sa relation aux partenaires ou futurs partenaires.
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action**Comprendre les bases de la création d'entreprise pour accompagner ses porteurs de projets**

Code action	FIR95
Contexte	Les offices de tourisme et/ou collectivités accompagnent, de manière plus ou moins appuyée, les porteurs de projets dans leur installation sur le territoire. Afin d'être à l'aise dans cette mission de conseil, les salariés ont besoin de maîtriser a minima les bases de la création d'une entreprise, sans devenir spécialistes de chaque domaine. Cela passe par la culture de l'entreprise, mais aussi par quelques bases de gestion privée. L'idée est de se mettre dans la peau d'un entrepreneur en passant en revue les différentes étapes de la création d'entreprise. Seront évoqués la définition du business model, les aspects juridiques, fiscaux et sociaux, la stratégie financière, les indicateurs de pilotage, la stratégie marketing et commerciale.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Mieux comprendre l'état d'esprit d'un entrepreneur et ses besoins▪ Apporter un conseil qualitatif au porteur de projet sur les différentes étapes de la création de son activité
Public concerné	Chargé(e) d'accompagnement et de conseil de porteurs de projet ou d'activité
Prérequis	Avoir une expérience dans l'accompagnement de partenaires ou de porteurs de projets
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de se sentir en confiance dans sa mission de conseil des porteurs de projets et d'activités
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Composer sa communication interne

Code action	FIR99
Contexte	Les transformations importantes qui ont impacté le tourisme institutionnel ont modifié les équilibres entre les équipes. La communication interne est une des fonctions les plus importantes en entreprise. Dans notre contexte actuel, ceci est encore plus vrai. Cette formation est là pour permettre aux équipes de travailler ensemble et ainsi porter des projets plus ambitieux et progresser dans les actions quotidiennes de la structure. Cette formation s'attachera également à identifier et mettre en place des outils concrets et adaptés aux diverses organisations.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prendre en main les enjeux de la communication interne ▪ Concevoir un fonctionnement de communication interne ▪ Identifier les outils concrets adaptés à son organisation
Public concerné	Chargé(e) de la communication interne
Prérequis	Avoir une mission claire en interne
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de proposer un projet d'amélioration de la communication interne
Durée de l'action	1 session de 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Manager et être en phase avec son équipe

Code action	FIR101
Contexte	La problématique d'engagement de ses collaborateurs dans l'entreprise, c'est le rôle du management. Les fonctions de managers ne sont pas basées uniquement sur le contrôle ou l'autorité. Celles des collaborateurs sont soumises quant à elles à des missions qui évoluent sans cesse et, pour qu'elles s'effectuent dans les meilleures conditions, cette formation est conçue pour réussir à impliquer, motiver et fédérer son équipe à l'image de la stratégie de la structure
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réussir à se positionner comme manager d'équipe ▪ Stimuler l'esprit d'équipe et l'esprit d'entreprise ▪ Identifier son style de management et apprendre à déléguer pour gagner en performance
Public concerné	Manageuse(eur) d'équipe
Prérequis	Avoir envie d'évoluer dans ses pratiques managériales
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de mettre en place son propre management en phase avec ses valeurs et celles de l'équipe
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Parité - diversité - Manager

Code action	FIR134
Contexte	La branche des organismes de tourisme est majoritairement féminine. Mais plus la structure est de taille importante, plus la direction est masculine. Les différences de salaire selon le sexe existent encore. Parallèlement, les élus auxquels le directeur/rice doit rendre compte sont majoritairement des hommes. Il est donc important que tous les directeurs (femmes et hommes) soient formés aux enjeux de parité, de diversité, et de relation humaine liée à cet enjeu.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prendre conscience des enjeux de la parité dans les organismes de tourisme ▪ Poser le problème de la parité et de la diversité dans l'office de tourisme ▪ Gérer la relation avec des collaborateurs/rices d'un sexe différent ▪ Gérer la relation avec son élu/DGS de sexe différent
Public concerné	Directeurs/rices et responsables d'offices de tourisme
Prérequis	Pas de pré-requis
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de faire un audit "parité/diversité" au sein de sa structure, de gérer une relation professionnelle qualitative avec des collaborateurs de sexe différent, gérer une relation professionnelle qualitative avec des élus/DGS de sexe différent
Durée de l'action	1 session 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Se préparer au bilan de parcours

Code action	FIR100
Contexte	Tous les six ans, l'entretien professionnel se transforme en bilan de parcours. Son but est de faire un état des lieux approfondi du parcours professionnel du salarié pour s'assurer de la mise en place d'actions pour l'évolution professionnelle du collaborateur. La date butoir de ce premier bilan de parcours professionnel est fixée au 7 mars 2020.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Considérer ce rendez-vous comme un acte fondamental du management ▪ Aborder ce rendez-vous de manière sereine pour vous et pour vos collaborateurs
Public concerné	Manageuse(eur), responsable des ressources humaines
Prérequis	Avoir des entretiens professionnels
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de comprendre les enjeux afin d'accompagner les salariés efficacement à devenir acteur de leur projet professionnel
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Mettre en place son Comité Social Économique

Code action	FIR138
Contexte	Le comité social et économique (CSE) remplace les représentants élus du personnel dans l'entreprise. Il fusionne l'ensemble des instances représentatives du personnel, délégués du personnel (DP), comité d'entreprise (CE) et comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT).
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> Maîtriser le contexte réglementaire et les étapes de la mise en place d'un CSE
Public concerné	Directeur(rice), responsable, responsable RH
Prérequis	Connaître les fondamentaux du dialogue social en entreprise
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de mettre en place le CSE dans sa structure
Durée de l'action	1 session de 2 jours ou de 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Comprendre la Convention Collective

Code action	FIR117
Contexte	La convention collective est le document social de référence d'une branche. Pour la bonne gestion sociale de sa structure, il est essentiel de connaître le contenu de base et les avenants de ce document complexe
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Savoir de quelle convention collective relèvent les salariés de la structure ▪ Comprendre la construction de la convention collective ▪ Savoir interpréter les différents articles et avenants
Public concerné	Chargé(e) des RH, responsable, directrice(eur)
Prérequis	Pas de pré-requis
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'ajuster sa gestion des ressources humaines en fonction de la convention collective
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Gérer une régie de recettes et d'avances : perfectionnement

Code action	FIR102
Contexte	La fonction de régisseur, dans les offices de tourisme ayant une comptabilité publique, est complexe. Elle est essentielle au bon fonctionnement de la structure, en particulier sur les activités commerciales. Cette formation apportera donc les clés pour mieux appréhender son rôle de régisseur, de manière opérationnelle, tout en fournissant des éléments de compréhension et de communication pour travailler de manière fluide avec son comptable public.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Appréhender son rôle de régisseur ▪ Optimiser le fonctionnement de sa régie ▪ Travailler de manière fluide avec le comptable public
Public concerné	Régisseur(sse)s, comptables et gestionnaires administratifs et financiers des offices de tourisme sous comptabilité publique
Prérequis	Maîtriser les principes fondamentaux de la comptabilité publique
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de maîtriser le fonctionnement opérationnel des régies au sein de sa structure
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Maîtriser les règles de la commande publique : initiation

Code action	FIR73
Contexte	Quels sont les règles légiférant la commande publique ? Comment garantir le respect de ses règles à l'échelle de mon office ? Comment éviter le risque contentieux ? Il s'agit d'une part de maîtriser les connaissances réglementaires et d'autre part d'appliquer les procédures requises et les outils le permettant (appel d'offre, passation, sélection, etc...).
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaître les points réglementaires indispensables du code de la commande publique ▪ Maîtriser la démarche de commande publique ▪ Appliquer les bonnes pratiques à l'échelle de sa structure / son projet
Public concerné	Directrice(eur), responsable, chargé(e) de développement en office ou collectivité, ou toute personne en responsabilité de mener à bien cette mission
Prérequis	Pas de pré-requis
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de comprendre la législation appliquée aux marchés publics, savoir identifier les zones principales d'enjeux et de risques de contentieux pour la structure, savoir mettre en oeuvre des outils adaptés (analyse du besoin et des critères, analyse des offres, suivi, etc.) et savoir retranscrire l'ensemble de la démarche à l'échelle de l'office ou d'un projet
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

**Intitulé de l'action Maîtriser les règles de la fiscalité pour les EPIC :
perfectionnement**

Code action	FIR140
Contexte	Le statut EPIC est majoritaire dans les structures d'offices de tourisme. Les implications fiscales sont nombreuses et extrêmement pointues dans beaucoup de cas. Nous souhaitons proposer un perfectionnement pour les responsables et régisseurs, prenant en compte les particularités fiscales des EPIC. Un échange préalable à la formation avec les participants permettra de cibler les thèmes principaux qui seront abordés.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaître les spécificités fiscales d'un EPIC ▪ Savoir résoudre des problématiques complexes en matière de fiscalité d'EPIC
Public concerné	Directeurs/rices, DAF, régisseurs/euses et comptables d'offices de tourisme en EPIC
Prérequis	Avoir déjà un bon niveau dans la fiscalité des EPIC (questionnaire préalable)
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de maîtriser l'essentiel de la fiscalité d'un EPIC dans toutes ces composantes et de trouver la ressource nécessaire pour des questions non résolues
Durée de l'action	1 session de 2 jours ou de 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Optimiser le pilotage financier de son EPIC

Code action	FIR48
Contexte	Quelle que soit la taille de la structure, tout gestionnaire doit manager son activité de la façon la plus efficiente possible en se dotant de moyens pertinents. Une bonne gestion repose sur l'adéquation entre les actions réalisées et les budgets engagés par rapport à un prévisionnel. Dans le cas d'une régie ou d'un EPIC, les particularités de la comptabilité publique M4, et de la gestion budgétaire en lien avec la collectivité impliquent un pilotage particulier. Cette formation abordera donc deux aspects essentiels : la construction budgétaire et le pilotage financier.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaître les différents aspects et les fondamentaux de la gestion financière ▪ Se doter d'outils de tableaux de bord adaptés à son activité ▪ Intégrer une véritable fonction de pilotage de ces actions ▪ Bâtir un argumentaire pour défendre son budget
Public concerné	Directrice(eur), responsable d'offices de tourisme en association, responsable administratif et financier, chargé(e) de la gestion financière et/ou budgétaire. Formation conseillée en binôme direction / gestionnaire.
Prérequis	Etre en charge de la gestion financière de la structure et maîtriser les principes de la comptabilité et de la fiscalité.
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'améliorer le pilotage financier de sa structure
Durée de l'action	1 session de 3 jours ou de 4 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Optimiser le pilotage financier de son association

Code action	FIR49
Contexte	Quelle que soit la taille de la structure, tout gestionnaire doit manager son activité de la façon la plus efficiente possible en se dotant de moyens pertinents. Une bonne gestion repose sur l'adéquation entre les actions réalisées et les budgets engagés par rapport à un prévisionnel. La relative indépendance des offices de tourisme sous statut associatif n'empêche pas la mise en place d'un pilotage financier analytique, adapté au projet et répondant aux besoins du territoire.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaître les différents aspects et les fondamentaux de la gestion financière ▪ Se doter d'outils de tableaux de bord adaptés à son activité ▪ Intégrer une véritable fonction de pilotage de ces actions ▪ Bâtir un argumentaire pour défendre son budget
Public concerné	Directrice(eur), responsable d'offices de tourisme en association, responsable administratif et financier, chargé(e) de la gestion financière et/ou budgétaire. Formation conseillée en binôme direction / gestionnaire.
Prérequis	Etre en charge de la gestion financière de la structure et maîtriser les principes de la comptabilité et de la fiscalité.
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'améliorer le pilotage financier de sa structure
Durée de l'action	1 session de 3 jours ou de 4 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Trouver de nouveaux modèles économiques pour ses projets

Code action	FIR165
Contexte	En pilotant ses projets, un organisme de gestion de la destination doit penser à la création de valeur de ses produits et de ses usages en plus de l'impact positif qu'ils auront. Coopération, durable, partenariats de compétences, investissement pérenne, nouvelle organisation sont autant de sujets périphériques traités dans cette formation basée sur des méthode de design thinking.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maîtriser les outils de constitution d'un modèle économique ▪ Intégrer les dimensions d'usages, de durabilité et de gouvernance à son modèle économique ▪ Penser différemment son organisation par le renouvellement de son modèle économique
Public concerné	Tout porteur de projet ou pilote d'une organisation
Prérequis	Avoir au minimum un projet à challenger
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de déterminer plusieurs scenarii de modèles économiques pour son projet, d'orienter ses projets et son organisation en fonction du modèle économique le plus vertueux
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Coopérer avec ses élus

Code action	FIR137
Contexte	Élections, fin de mandat, relation avec DGS, les Organismes de Gestion des Destinations passent par des phases cycliques de sensibilisation, de coopération, de mise en action, d'évaluation. Un directeur d'office de tourisme doit se mettre à la place de son élu pour comprendre son interlocuteur. Il doit aussi et surtout développer sa vision du développement touristique de son territoire pour être force de proposition. L'enjeu est clair pour 2020 : préparer la coopération avec une gouvernance nouvelle ou partiellement renouvelée.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Savoir cibler les attentes de coopération de ses élus ▪ Travailler sa vision stratégique et son argumentaire ▪ Donner des objectifs clairs aux outils de pilotage partagés
Public concerné	Manager et chargé(e) de mission
Prérequis	Être au plus près de la relation avec élus ou son écosystème décisionnaire
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de proposer une vision stratégique et d'identifier les leviers d'action pour une coopération optimale au service du projet territorial
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Réussir des réunions participatives et productives

Code action	FIR97
Contexte	Dans un monde où tout va plus vite et où l'attention est de plus en plus difficile à conserver lors de réunions, il convient de se remettre en cause. Proposer des moments alliant travail et esprit d'entreprise permet de mieux avancer collectivement sur un projet ou prendre une décision délicate.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyser les enjeux de la réunion et la préparer ▪ Animer la réunion de manière dynamique et pertinente pour tout le monde ▪ Obtenir un engagement des participants
Public concerné	Tout public
Prérequis	Avoir besoin d'animer un groupe régulièrement
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de proposer des réunions en phase avec les objectifs
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Conduire un projet

Code action	FIR103
Contexte	Les entreprises touristiques institutionnelles se sont transformées en peu de temps. Elles génèrent de plus en plus de projets interne. Quel que soit le projet en question, les équipes dans leur globalité sont impactées et il est primordial d'acquérir de la méthode et des bonnes pratiques pour mener les projets.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bâtir les bases d'un projet en insistant sur les compétences techniques et relationnelles des membres de l'équipe ▪ Combiner méthodologie rigoureuse et coopération collective performante ▪ Définir des outils de suivi et des indicateurs partagés de performance afin de pouvoir s'adapter à toute éventualité
Public concerné	Chef(fe) de projet, responsable d'équipes, manageuse(eur) intermédiaire, chef(fe) de projets NOTT
Prérequis	Gérer des projets au sein de sa structure et avoir un cas d'étude en tête pour la formation
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité de devenir un facilitateur interne pour la conduite de projet en toute sérénité et créer de la cohésion d'équipe
Durée de l'action	1 session de 2 jours ou de 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Renforcer sa légitimité et affirmer sa plus-value

Code action	FIR135
Contexte	Lors d'une prise de fonction au sein d'une nouvelle équipe, qu'elle soit dans la même structure ou dans une nouvelle : comment réussir à affirmer sa légitimité ? Généralement, la légitimité technique (les compétences, le diplôme et l'expérience), primordiale, n'est pas suffisante. Il est souvent nécessaire de démontrer ses compétences managériales pour obtenir l'adhésion de son équipe, de ses élus, de ses partenaires...
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre les bases de la légitimité managériale ▪ Mettre en lumière sa plus-value ▪ Affirmer son leadership au quotidien et dans des situations délicates
Public concerné	Manager d'équipe et/ou de projets : directrice(eur), responsable, chef(fe) de projets
Prérequis	Avoir la volonté de renforcer sa légitimité dans sa mission
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'utiliser des techniques pour affirmer sa légitimité auprès de ses interlocuteurs.
Durée de l'action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Apprendre à faire faire

Code action	FIR136
Contexte	Composante essentielle de la gestion de projet, le distinguer entre le “faire” et le “faire faire” est souvent difficile à délimiter pour quelqu’un qui a en charge de piloter un projet avec un réseau d’acteurs sans lien hiérarchique. Bien trop souvent, le pilote du projet fait tout. Quelles recommandations pour éviter cet écueil ? Qu’entend-on par équipe projet ? Quels paramètres considérer pour impliquer davantage les membres de l’équipe projet (compétences, appétences, temps disponibles,...) ? Comment fixer un cadre communément admis ? Quels arguments pour convaincre les autres parties prenantes de s’impliquer également ? Quels jalons mettre en place pour être certain d’atteindre les objectifs fixés ? Quelles réactions adopter si les règles fixées ne sont pas respectées ?
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Délimiter son champ d’action et savoir identifier son rôle entre le “faire” et le “faire faire” ▪ Impliquer les parties prenantes à ce travail de répartition des tâches et obtenir la validation de l’équipe projet ▪ Évaluer le travail accompli et les réajustements à prévoir
Public concerné	Chargé(e) d’animer des projets avec un réseau d’acteurs sans lien hiérarchique, chef(fe) de projets NOTT
Prérequis	Animer des projets
A l’issue de l’action, le participant sera	en capacité de fixer son cadre d’intervention avec des techniques d’animation et un argumentaire ficelé pour impliquer pleinement les parties prenantes au projet et fixer leurs rôles.
Durée de l’action	1 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

Intitulé de l'action Devenir formateur occasionnel (Expair)

Code action	FIR173
Contexte	En Nouvelle-Aquitaine, la MONA anime un réseau d'expairs . L'appellation "expair" est une imbrication entre deux notions importantes : la notion d'expertise et la notion de transmission de pair à pair. La MONA dans sa mission d'animation du réseau des offices de tourisme a toujours mis au centre de ses préoccupations l'intérêt de mettre en avant témoignages et bonnes pratiques de terrain. Dans cet esprit, plus d'une trentaine de salariés ont ainsi suivi une formation de 3 journées pour apprendre à transmettre. L'enjeu est donc de pouvoir constituer un autre groupe de nouveaux salariés souhaitant rejoindre ce collectif des expairs de la Nouvelle-Aquitaine.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maîtriser la notion d'objectifs et de séquençage pédagogique ▪ Structurer son propos et fluidifier son aisance à l'oral ▪ S'assurer du niveau, des attentes et de la bonne compréhension du public en face de soi ▪ Développer son sens de la pédagogie et varier les méthodes pédagogiques utilisées
Public concerné	Manager, cadre intermédiaire souhaitant transmettre de manière occasionnelle son expertise
Prérequis	Enthousiasme et appétence à l'idée de transmettre et de s'adresser à ses pairs
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de pouvoir transmettre leurs compétences à un groupe.
Durée de l'action	1 session de 3 jours (2 jours consécutifs + 1 jour quelques semaines après)
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 5 et 12 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Inter-Entreprises

LOTS INTRA-ENTREPRISE

Intitulé de l'action Construire et partager des valeurs communes

Code action	INTRA1a
Contexte	Les entreprises touristiques institutionnelles se sont transformées en peu de temps. Elles se regroupent, elles apprennent doivent apprendre à se connaître. Les problématiques d'organisation sont pour tout ou partie réglées, il est désormais grandement temps de travailler auprès des hommes et des femmes qui travaillent dans ses structures et de construire un projet où tout le monde s'y retrouve.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ S'entendre sur les valeurs de la structure ▪ Comprendre que le projet d'entreprise est constamment à réécrire ▪ Trouver sa place dans sa nouvelle organisation
Public concerné	Toute l'équipe (<i>variable selon les cas de figure : seulement les équipes qui sont en contact avec des clients par exemple</i>)
Prérequis	Avoir amorcé des actions en interne
A l'issue de l'action, l'équipe sera	En capacité de permettre à chaque salarié de connaître sa place et d'œuvrer avec et pour le collectif
Durée de l'action	2 sessions de 2 jours à 4 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action Trouver sa place dans le projet d'entreprise

Code action	INTRA1b
Contexte	Les entreprises touristiques institutionnelles se sont transformées en peu de temps. Elles se regroupent. Les équipes apprennent à se connaître. Les problématiques d'organisation sont pour tout ou partie réglées, les valeurs sont posées. Il est désormais grandement temps de travailler auprès des hommes et des femmes qui travaillent dans ses structures afin que tout le monde participe à la réussite d'une projet commun.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire siennes les valeurs communes ▪ Oeuvrer au projet d'entreprise ▪ Travailler de manière sereine et en collaboration au sein d'une équipe où tout le monde sait ce que chacun apporte et fait
Public concerné	Toute l'équipe (<i>variable selon les cas de figure : seulement les équipes qui sont en contact avec des clients par exemple</i>)
Prérequis	Avoir amorcé des actions en interne
A l'issue de l'action, l'équipe sera	En capacité de permettre à chaque salarié de connaître sa place et d'œuvrer avec et pour le collectif
Durée de l'action	2 sessions de 2 jours à 4 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action **Mieux travailler en équipe**

Code action	INTRA1c
Contexte	Les entreprises touristiques institutionnelles se sont transformées en peu de temps. Elles se regroupent. Les équipes apprennent à se connaître. Les problématiques d'organisation sont pour tout ou partie réglées, les valeurs sont posées, la place de chacun est mieux définie. Il est désormais grandement temps de travailler véritablement tous ensemble.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire sien le projet d'entreprise ▪ Développer sa responsabilité et son autonomie ▪ Travailler en confiance avec ses collègues
Public concerné	Toute l'équipe (<i>variable selon les cas de figure : seulement les équipes qui sont en contact avec des clients par exemple</i>)
Prérequis	Avoir amorcé des actions en interne
A l'issue de l'action, l'équipe sera	En capacité de permettre à chaque salarié de connaître sa place et d'œuvrer avec et pour le collectif
Durée de l'action	2 sessions de 2 jours à 4 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action Maîtriser une méthodologie de gestion de projet

Code action	INTRA2a
Contexte	Les métiers évoluent vite dans le secteur du tourisme institutionnel. Les salariés sont de plus en plus amenés à gérer des projets internes, sans avoir toujours le bagage nécessaire pour concevoir, programmer, animer et évaluer ces projets. Le partage d'une même base méthodologie au sein d'une structure permet de mieux avancer dans le développement de ces compétences individuelles et collectives.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre la méthodologie de gestion de projet ▪ Savoir utiliser des outils efficaces ▪ Comprendre les différents rôles en équipe dans la gestion de projets internes
Public concerné	Toute l'équipe (<i>variable selon les cas de figure</i>)
Prérequis	Gérer des projets au sein de sa structure ou être amené à en gérer et avoir un cas d'étude en tête pour la formation
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de gérer un projet de A à Z en impliquant les parties-prenantes
Durée de l'action	2 sessions de 2 jours à 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action**Gérer des projets en équipe de manière collaborative**

Code action	INTRA2b
Contexte	Les entreprises touristiques institutionnelles se sont transformées en peu de temps. Elles génèrent de plus en plus de projets interne. Quel que soit le projet en question, les équipes dans leur globalité sont impactées et il est primordial d'acquérir de la méthode et des bonnes pratiques pour mener les projets.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Bâtir les bases d'un projet en s'appuyant sur les compétences techniques et relationnelles des membres de l'équipe▪ Combiner méthodologie rigoureuse et coopération collective performante▪ Définir des outils de suivi et des indicateurs partagés de performance afin de s'adapter à toute éventualité
Public concerné	Toute l'équipe (<i>variable selon les cas de figure</i>)
Prérequis	Gérer des projets au sein de sa structure ou être amené à en gérer et avoir un cas d'étude en tête pour la formation
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de gérer ses projets de manière collaborative avec l'ensemble des parties prenantes, et de comprendre son rôle dans d'autres projets d'équipe
Durée de l'action	2 sessions de 2 jours à 4 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action Améliorer sa communication interne

Code action	INTRA3a
Contexte	Les transformations importantes qui ont impacté le tourisme institutionnel ont modifié les équilibres entre les équipes. La communication interne est une des fonctions les plus importantes en entreprise. Dans notre contexte actuel, ceci est encore plus vrai. Cette formation est là pour permettre aux équipes de travailler ensemble et ainsi porter des projets plus ambitieux et progresser dans les actions quotidiennes de la structure. Cette formation s'attachera également à identifier et mettre en place des outils concrets et adaptés aux diverses organisations.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prendre en main les enjeux de la communication interne ▪ Concevoir un fonctionnement de communication interne ▪ Identifier les outils concrets adaptés à son organisation
Public concerné	Toute l'équipe (<i>variable selon les cas de figure</i>)
Prérequis	Avoir validé une commande claire en interne
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de mieux communiquer, en considérant les modes de fonctionnement et outils définis en équipe
Durée de l'action	2 sessions de 2 ou 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action**Communiquer de manière positive**

Code action	INTRA3b
Contexte	Communiquer de manière positive, claire, en prenant en compte son interlocuteur est essentiel pour la qualité des relations en entreprises. C'est le cas dans les équipes nouvellement constituées comme dans les équipes qui se connaissent très bien. Lorsqu'une difficulté émerge, que certaines situations sont sources de tensions, l'équipe a besoin d'un regard extérieur pour se synchroniser à nouveau.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Comprendre ce que la communication positive a à apporter aux relations sociales au travail▪ Intégrer la communication positive dans son quotidien▪ Trouver des solutions à des situations "conflituelles" en équipe
Public concerné	Toute l'équipe (<i>variable selon les cas de figure</i>)
Prérequis	Avoir envie de participer
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de mieux comprendre l'impact de sa manière de communiquer et de l'adapter avec le collectif
Durée de l'action	2 sessions de 2 ou 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action Mieux gérer son temps de travail en équipe

Code action	INTRA4
Contexte	<p>Efficacité, efficience, rentabilité sont des leitmotivs dans la plupart des structures aujourd'hui... Termes qui souvent produisent un effet inverse à celui désiré, en introduisant un sentiment d'urgence et de stress qui nuit à une bonne gestion de son temps, et à un travail réalisé dans de bonnes conditions. Cette formation a donc pour objectif de donner des clés pour mieux gérer ses priorités, comprendre son mode de fonctionnement personnel et son style de travail pour s'organiser en fonction, utiliser des outils qui permettent de réaliser son travail plus sereinement. Elle s'adresse à toutes les personnes qui sont rapidement submergées par le travail, ou tout simplement celles qui aimeraient se doter d'outils pour mieux gérer leur temps et leurs priorités.</p>
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Favoriser une prise de conscience sur les modes de fonctionnement et les styles de travail ▪ Fournir des outils pour organiser son travail de manière plus efficace et favoriser un meilleur-être au travail ▪ Bâtir ses propres outils pour mieux gérer son temps
Public concerné	Tout public
Prérequis	Pas de pré-requis
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de comprendre son propre fonctionnement et trouver ses propres leviers de développement
Durée de l'action	4 sessions de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action Coopérer avec ses élus : objectif 2020 !

Code action	INTRA5
Contexte	Porteurs d'une vision pour les territoires, les élus sont des impulseurs pour le développement touristique. Elections, fin de mandat, relation avec DGS, les Organismes de Gestion des Destinations passent par des phases cycliques de sensibilisation, de coopération, de mise en action, d'évaluation. L'équipe, pour préparer la coopération avec la nouvelle équipe d'élus, doit se mettre à la place de ceux-ci pour comprendre leur fonctionnement. L'équipe doit aussi s'impliquer dans la vision stratégique pour être force de proposition et coopérer de manière sereine.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Savoir cibler les attentes de coopération des élus ▪ Trouver sa juste place en tant qu'organisme satellite, en développant la vision stratégique de la structure et en travaillant un argumentaire ▪ Donner des objectifs clairs aux outils de pilotage partagés
Public concerné	Les membres de l'équipe impliqués dans les relations avec les élus
Prérequis	Être au plus près de la relation avec les élus ou son écosystème décisionnaire
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'y voir clair dans les attentes des élus et des leviers d'action pour une coopération optimale au service du projet territorial
Durée de l'action	4 sessions de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action Construire ses argumentaires commerciaux et travailler sa force de vente

Code action	INTRA6
Contexte	La commercialisation prend une part de plus en plus importante dans les structures. Les salarié(e)s impliqué(e)s sont nombreux : conseiller(e) en séjour, responsable boutique, billetterie, chargé(e) de relations prestataires. Pour être plus à l'aise dans l'acte de vente et répondre à la stratégie globale de la structure, une bonne connaissance des produits par l'ensemble de l'équipe est indispensable. La construction d'un argumentaire commercial par produit, par cible en équipe permet à chacun de s'approprier un discours et de travailler sa force de vente. On travaille ici le fond (argumentaire client, marketing) et la forme (posture, force de vente).
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Construire ou améliorer son argumentaire de ventes ▪ Adapter son approche commerciale au public face à soi ▪ Ne pas avoir peur de vendre
Public concerné	Les membres de l'équipe amenés à vendre
Prérequis	Développer une culture commerciale dans son quotidien
A l'issue de l'action, le participant sera	En capacité d'intégrer un argumentaire commercial dans ses missions et de l'adapter aux besoins de ses clients
Durée de l'action	3 sessions de 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action**Instaurer le dialogue social en entreprise**

Code action	INTRA7
Contexte	Le dialogue social, en entreprise, désigne principalement les relations formelles entre l'entreprise et les salariés. Sa principale mission est de favoriser la mise en place de consensus entre les différentes parties qui participent au débat. Au cœur de la Loi Rebsamen n°2015-994 du 18 août 2015, le dialogue social a pour ambition de permettre une meilleure cohésion au sein des entreprises et de développer les sentiments d'appartenance et de loyauté en remettant le salarié au cœur du débat. Ce dialogue social passe, d'un point de vue opérationnel, par certains outils : CSE, convention collective,...
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Favoriser la mise en place du débat▪ Permettre une meilleure cohésion au sein des entreprises▪ Mettre les problématiques du salariés au centre des préoccupations d'évolution de la structure
Public concerné	Tout public
Prérequis	Pas de pré-requis
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité de favoriser la circulation de l'information et à la prise en compte des idées d'une manière décloisonnée
Durée de l'action	2 session de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action**Poursuivre le virage digital en interne**

Code action	INTRA8
Contexte	Les entreprises touristiques institutionnelles se sont transformées depuis une dizaine d'années. L'arrivée du numérique bouleverse sans cesse les métiers dans les organismes gestionnaires des destinations. Ces changements constituent un long virage en interne et l'accompagnement au changement est permanent.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">▪ Développer un langage commun et éditer une charte partagée quant à la place du digital dans la structure▪ Mieux comprendre les évolutions liées au digital dans sa structure et dans son quotidien professionnel
Public concerné	Tout public
Prérequis	Pas de pré-requis
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'intégrer l'évolution digitale dans la vie quotidienne de la structure
Durée de l'action	3 sessions de 2 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)

Intitulé de l'action Manager autrement

Code action	INTRA9
Contexte	La question du management mérite d'être posée dans un grand nombre de structure. Alors pourquoi pas tenter de manager autrement ? Intelligence collective, vivre avec son temps, captiver les nouvelles générations, capter des nouveaux talents et détecter ceux de son équipe sont autant d'ingrédients. Cependant, la clé dans une équipe en interne est bien l'alignement managérial. L'enjeu de cette formation est que tous les managers (top managers et intermédiaires) soient sur la même longueur d'onde pour provoquer une transformation durable de l'organisation.
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prendre conscience individuellement et collectivement de remettre en question ses pratiques managériales ▪ Se mettre d'accord sur une ligne de conduite managériale pour la structure ▪ Changer de méthode durablement
Public concerné	Manageuse(eur) d'équipe
Prérequis	Avoir envie d'évoluer dans ses pratiques managériales
A l'issue de l'action, le participant sera	en capacité d'impulser une nouvelle organisation à travers des méthodes de management en phase avec les valeurs partagées
Durée de l'action	3 sessions de 3 jours
Période privilégiée	Année 2020
Nombre par groupe	Entre 8 et 16 participants
Lieu(x)	A définir en Nouvelle-Aquitaine
Formation	En Intra-Entreprise (<i>ce programme de formation sera adapté sur-mesure aux besoins de la structure commanditaire</i>)