

20  
22

**GUIDE**

**mona** mission  
des offices  
de tourisme  
**Nouvelle - Aquitaine**



La Nouvelle-Aquitaine est la terre des grandes découvertes, un phare de culture, une réserve naturelle époustouflante - le rendez-vous du tourisme sous toutes ses formes. Or, nous sommes, je l'espère profondément, à l'aube d'une nouvelle ère qui offre des perspectives d'avenir et de croissance pour le secteur du tourisme en Nouvelle-Aquitaine après une trop longue période d'incertitudes.

En effet, si nos habitudes et nos modes de vie ont été bousculés et remis en cause, il n'en reste pas moins que beaucoup d'acteurs du tourisme ont toutes les cartes en main pour rebondir, grâce à l'appui de la Région. Le bilan positif de la saison estivale 2021, grâce à une clientèle française solide, illustre cette remontée et confirme l'attractivité de notre région.

Ainsi, je souhaite qu'ensemble, avec la MONA et dans le respect de nos compétences, nous puissions travailler aux côtés des professionnels qui ont confiance en l'avenir de leur entreprise.

De même que la Région a répondu à l'appel de détresse des entreprises et des territoires, la Région poursuivra ses efforts afin d'accompagner les transitions et investissements nécessaires à l'ensemble des opérateurs ; et je sais pouvoir compter sur les compétences et l'expertise de la MONA pour y contribuer en parfaite complémentarité.

*Alain Rousset*

Président du Conseil Régional  
de Nouvelle-Aquitaine



Tel un nouveau cycle, 2021 a marqué des orientations tranchées pour des programmes de transition et de transformation. L'Animation Durable de DESTination (ADDES), la transformation des organisations par la Qualité de Vie au Travail (ENTRACT), le renouveau des stratégies partenariales (NOMAK), l'accompagnement des territoires aux stratégies d'accueil (SADI) s'ancrent ainsi dans le réseau.

Nous allons poursuivre en ce sens en 2022, convaincus que ces piliers nous amènent collectivement sur des enjeux sociétaux forts pour notre rôle à chacun au sein de nos territoires.

Par la concertation, la collaboration et la proximité avec notre réseau, nous sommes fiers de vous présenter votre guide 2022.

Les instants réseau qui nous rassemblent jalonnent l'année entre moments d'inspiration et travail de fond. Ce guide est aussi un éclairage sur les services animés par toute l'équipe pour vous épauler au quotidien afin de stimuler les relations, les transitions, l'emploi-formation. La formation, justement, ce sont plus d'une soixantaine d'actions programmées sur l'année avec le réseau Expair et les organismes de formation partenaires ainsi que l'expertise de la MONA pour vous accompagner dans vos plans de développement des compétences.

Excellente lecture à tous !

*Nicolas Martin*

Président de la MONA

# SOMMAIRE

## NOS MISSIONS ET NOS SERVICES

**Qui sommes-nous ?** 05

**Nos services** 06

Stimuler les relations 07

Stimuler les transitions 12

Stimuler l'emploi et la formation 20

**NOTRE PROGRAMME DE FORMATIONS** 24

**Les 10 thématiques de formations** 25

**Index** 72

**Modalités d'inscription et tarif** 74

Ce guide et le programme de  
professionnalisation sont réalisés avec  
l'appui et la confiance de nos partenaires



RÉGION  
**Nouvelle-  
Aquitaine**

**aFDas**





# **NOS MISSIONS ET NOS SERVICES**

## QUI SOMMES- NOUS ?



Nous sommes un **collectif uni, impulseur, bouillonnant, technique et respectueux** œuvrant au sein d'une **organisation vivante** et soucieuse de l'**épanouissement** de ses collaborateurs.



**13**  
salariés



Bordeaux  
Limoges  
Télétravail



**1,2 M€**  
de budget



**48 %** de soutien  
régional



[Consultez les portraits de l'équipe](#)

## NOTRE RAISON D'ÊTRE



**Stimuler les individus et les territoires** pour les rendre

compétents  
novateurs  
connectés  
fiers de leurs actions



## NOTRE RÉSEAU

**175** organisations adhérentes  
Offices de tourisme  
Territoires associés  
Relais Territoriaux Départementaux  
**1400** salariés



## NOS MISSIONS



Au quotidien, nous **animons et professionnalisons** notre réseau néo-aquitain.

Nos **missions** sont de :

1

### STIMULER LES RELATIONS

Il s'agit de nos missions d'animation, de représentation, d'observation et de valorisation de notre réseau. Elles s'appuient sur notre savoir-être et nos savoir-faire.

2

### STIMULER LES TRANSITIONS

Il s'agit de nos missions de conseil et d'accompagnement. Elles s'appuient sur des programmes de transition identifiés, des expertises thématiques, notre centre de ressources.

3

### STIMULER L'EMPLOI ET LA FORMATION

Il s'agit de nos missions de référent territorial et technique sur les sujets de la formation et des métiers au sein de la branche tourisme et de notre réseau. Elles s'appuient sur notre expertise en la matière et une activité d'organisme de formation.

4

### STIMULER NOTRE ORGANISATION

Il s'agit de notre mode d'organisation, de nos actions et du développement de nos compétences qui soutiennent la mise en oeuvre de notre mission. C'est la MONA apprenante, en perpétuel mouvement.

# 1

## STIMULER LES RELATIONS

Il s'agit de nos missions d'**animation**, de **représentation**, d'**observation** et de **valorisation** de notre réseau. Elles s'appuient sur notre savoir-être et nos savoir-faire.

### ✦ NOS SERVICES POUR VOUS

- >> Organisation d'**événements de réseau** (MONATOUR, NADOT, opération je t'invite chez moi, #ET...), et de **rencontres** thématiques
- >> **Animation de communautés** : directeurs et managers, NOTT, qualité, guides, services commerciaux, POT ("Petits OT"), expairs, NOMAK, ENTRACT, comptables, meublés...
- >> **Observation** du réseau
- >> **Représentation** du réseau et partenariats
- >> **Valorisation des bonnes pratiques** et retours d'expériences du réseau
- >> Mise à disposition d'**outils de communication** (newsletters, mail des directeurs, réseaux sociaux, site internet)
- >> **Partenariats** avec le CRT Nouvelle-Aquitaine, l'ADI Nouvelle-Aquitaine, la Maison Nouvelle-Aquitaine, le GIP Littoral, la Coopérative Tiers-Lieux Nouvelle-Aquitaine, l'Association des Guides Nouvelle-Aquitaine (AGNA), Chaptr
- >> Membre des **commissions nationales ADN Tourisme** : prospective, formation-emploi, tourisme responsable
- >> Participation active et gouvernance au **Tourisme Lab**
- >> Coordination des **plans liasse** en partenariat avec le CRT Nouvelle-Aquitaine et Médiatourisme
- >> **Diffusion des offres d'emploi** du réseau
- >> Mise à disposition d'une salle de réunion à Bordeaux



## + ZOOM SUR LES INSTANTS RÉSEAU



### LES ÉVÉNEMENTS RÉSEAU

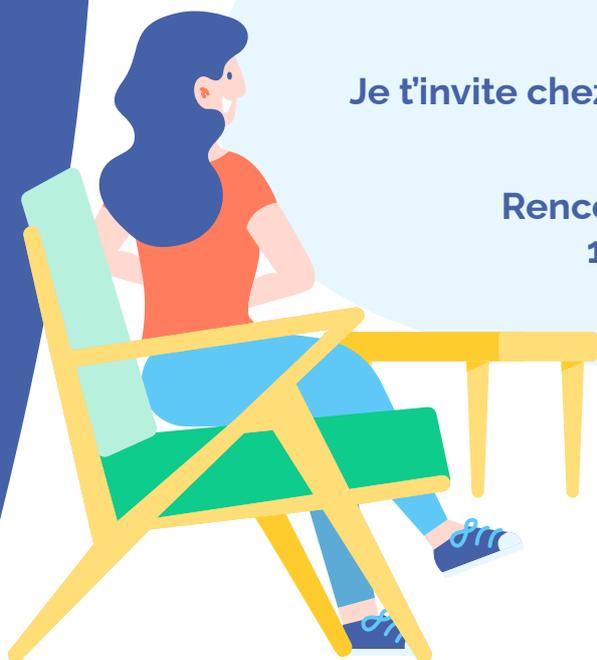
MONATOUR janvier

AG MONA mai

NADOT mai

Je t'invite chez moi tout au long de l'année

Rencontres du etourisme à Pau  
10 au 14 octobre 2022



### LES RENCONTRES RÉSEAU

#### **Le tourisme est dans le pré** 14 & 15 avril 2022 - Melle

Ruralité et tourisme ont aujourd'hui le vent en poupe notamment depuis la dernière crise sanitaire durant laquelle de nombreux français ont exprimé un besoin impérieux d'espace.

Pourtant accueillir, informer et animer un territoire quel qu'il soit, demande des moyens que n'ont pas toujours ces espaces à la touristicité moindre.

Pas de Tour Eiffel, pas d'infrastructure d'hébergement suffisante, peu de moyens humains ou financiers, qu'à cela ne tienne !

Malgré cela, on peut aussi choisir de dire que

tout est possible à condition d'avoir le bon positionnement, de l'assumer et de mettre en place les actions adéquates, même si elles ne sont pas les mêmes que les autres ! Alors quelles clientèles aujourd'hui dans ces territoires et comment répondre à leurs attentes ? Quel rôle pour la structure "office de tourisme" et ses professionnels, pour les acteurs ruraux et pour les élus ? Quels axes prioriser ? seront notamment les questionnements abordés lors de ce nouveau rendez-vous organisé par les POT (Petits Offices de Tourisme) de la Nouvelle-Aquitaine.

## **Pour un numérique plus responsable dans nos organisations**

21 septembre 2022 - Bordeaux

Depuis quelques années nos métiers se numérisent : promotion des destinations sur le web, dématérialisation des brochures, interactions sur les réseaux sociaux, réunions en visioconférence... L'obsolescence programmée et les innovations constantes en matière de digital nous poussent à toujours plus nous équiper, créer du contenu et en consommer. Si bien, qu'aujourd'hui il est difficile d'imaginer un monde sans numérique. Pourtant, face à l'épuisement des ressources naturelles nécessaires à la fabrication des matériaux et à l'impact environnemental de

nos usages qui représente pas moins de 4% des émissions de gaz à effet de serre, ce système pourrait bien un jour arriver à sa fin. Et si on prenait le temps d'interroger nos pratiques et d'opter pour un numérique plus responsable ? Un numérique où nos utilisations seraient raisonnées ; nos outils réparés avant d'être changés ; nos services éco-conçus ou encore notre contenu optimisé pour être accessible au plus grand nombre. Rejoignez-nous le 21 septembre 2022 pour comprendre les enjeux liés à l'impact du digital et de ses outils et contribuer à la mise en place d'un numérique plus responsable au sein de nos structures touristiques.

## **Révolution de l'accueil & Club Qualité**

01 décembre 2022 - Cognac

Ce rendez-vous incontournable permettra de mettre en lumière nouveautés, innovations et la manière dont les stratégies d'accueil ont été repensées dans nos métiers, au sein de nos organisations, notamment dans le contexte COVID actuel.

Repositionnement des lieux d'accueil, gestion des flux et mobilité, outils au service de l'accueil et de la diffusion d'informations, qualité tourisme et satisfaction, encadrement et formation des accueillants...

Autant de sujets qui feront la part belle aux retours d'expérience du terrain, ateliers et débats. La Révolution des idées en matière d'accueil sera placée au centre de cette journée !

Rendez-vous à Cognac !



## **LES CLUBS**

### **Club Inspi Meublés**

17 & 18 mars 2022 - Saint Lary

Ce Club a pour vocation, chaque année depuis 2019, de réunir les structures agréées au classement des meublés de tourisme. Moment privilégié entre techniciens pour confronter les pratiques, valoriser des initiatives locales, échanger des bons tuyaux... Outre l'évolution de la grille de classement, la mission même d'accompagnement des meublés s'étoffe de plus en plus avec de nouveaux services proposés par les Offices de Tourisme et Comités Départementaux du Tourisme à l'attention des propriétaires (conseil en home staging, en stratégie tarifaire, en fiscalité, reportage photos/vidéos...)

Ce Club est organisé en collaboration avec notre fédération nationale ADN et nos voisins occitans. En 2022, le Club se retrouvera à Saint-Lary pour 1 journée et demi placée sous le signe de l'échange et de l'inspiration entre pairs.

## Club Inspi Services commerciaux

01 & 02 décembre 2022 - Pau

Après le succès du club "Services commerciaux" des dernières années, que ce soit en version distancielle ou présentielle, ce format sera de nouveau proposé aux responsables et membres de ces services commerciaux des offices de tourisme et ADT / CDT / CRT, qui s'étoffent au fil des années. Le programme inédit d'une année sur l'autre est construit grâce aux participants et à leurs besoins et sera agrémenté de temps OFF pour découvrir les belles villes qui nous accueillent ! Un RDV à coup sûr riche d'enseignements avec le recul pris sur l'impact de la pandémie sur l'activité commerciale en 2020/2021.



## LES RDV EN LIGNE

Café MONA, Chronique de pros, Inspi'réseau, chaque mois, nous vous proposons un format différent en ligne pour échanger, vous informer et vous inspirer !



### Café MONA

Ce rendez-vous permet aux participants d'échanger avec nous sur nos 4 piliers de transition autour d'un bon café et de croissants !



8 personnes max



1h à 09h30 au café



19 janvier  
13 avril  
06 juillet  
19 octobre

*la Qualité de Vie au travail  
le développement durable  
l'accueil  
le NOMAK*

### Chronique *de pros*

### Chronique de Pros

Organisée en partenariat avec **Trajectoires Tourisme**, ce format vous propose d'aborder un sujet d'actualité autour d'une table ronde inspirante. Au delà du retour d'expérience, l'idée est de participer à la montée en compétence des acteurs du tourisme et de vous donner envie d'aller plus loin.



Illimité



1h30 à 11h00



09 février  
11 mai  
14 septembre  
16 novembre

*voir détails page 11*

**Trajectoires**tourisme  
Auvergne-Rhône-Alpes



### Inspi'réseau

Ce temps en mode interview est dédié à un exemple grandeur nature ! La parole est donnée à une structure du réseau qui nous partage son expérience, ses difficultés, ses victoires.



Illimité



45 min à 11h00



16 mars  
15 juin  
14 décembre

*sujets en cours de  
définition*

## Coopération & gouvernance partagée : les clés d'un projet réussi

09 février - 11h

**Si on vous dit :** Coopération – Intelligence collective – Responsabilité et autonomie des salarié.es – Processus de décisions..., vous pensez à quoi ?

**Nous, on a envie de répondre :** Agilité – Entreprises libérées – Gouvernance partagée – Organisation Opale – Holacratie... De nouvelles formes d'organisation se développent aujourd'hui et proposent des outils, des règles du jeu communes, des processus de décision pour aller vers plus de coopération et d'efficacité.

Pour ce rendez-vous, Chronique de pro met en lumière des équipes et des projets qui ont fait le choix de **questionner leurs pratiques** et d'adopter un nouveau mode de fonctionnement.

## La visite touristique à l'ère 2.0.2.2

14 septembre - 11h

Muni d'un panneau, parfois d'un micro connecté, et souvent d'un petit classeur regorgeant de visuels et autres anecdotes, le guide est tout de suite reconnaissable dans la foule d'une ville ou d'un site.

Mais ce tableau parle déjà d'un temps que les moins de 20 ans ne peuvent pas connaître. Pour **attirer de nouveaux publics, pour se réinventer** face à des attentes de visiteurs toujours plus friands de nouveautés et d'expériences mémorables, la visite touristique doit faire peau neuve.

Participez à notre nouveau rendez-vous pour vous inspirer et découvrir les nouvelles formes de visites qui réenchangent l'expérience du visiteur.

# Chronique

de pros

## RSE et tourisme : virage dans nos organisations

11 mai - 11h

"Le tourisme sera durable ou ne sera pas". Aujourd'hui, plus personne ne peut nier l'impact du secteur du tourisme sur la planète. Aujourd'hui, l'heure n'est plus aux grands discours mais aux **actions concrètes, raisonnées et collectives** en faveur de l'environnement, de l'humain et de l'économie.

Face à cet enjeu de taille, la RSE – responsabilité sociétale des entreprises – permet d'apporter un cadre législatif et réglementaire et de faire grandir des démarches menées à l'échelle d'une structure à l'engagement global du territoire en faveur d'une activité touristique respectueuse et durable.

**Prêt à vous lancer ?** Des professionnels passionnés et passionnants partageront leurs initiatives concrètes.

## L'influence sur les comportements par le nudge

16 novembre - 11h

Peu importe que vous le prononciez « nudge » ou « neudge » vous connaissez sûrement cette méthode sans savoir qu'elle s'appelle ainsi. Bien connue du milieu du marketing et de la communication, elle sert de plus en plus la cause du tourisme.

Son principe : **s'appuyer sur les biais cognitifs des individus pour les inciter à changer de comportement sans les contraindre**. Lors de votre dernier séjour à l'hôtel, vous avez peut-être lu ce message : « 75% des voyageurs acceptent de ne pas changer de linge de toilette chaque jour, et vous ? » suivi de « Grâce à cette décision vous économiserez 6 litres d'eau par serviette et aurez un impact positif sur l'environnement. ». De quoi réfléchir avant de demander une nouvelle serviette de bain...

Ce mois-ci Chronique de pros met à l'honneur des **initiatives inspirantes de nudge** dans le secteur du tourisme.

## 2

# STIMULER LES TRANSITIONS

Il s'agit de nos **missions de conseil et d'accompagnement**.

Elles s'appuient sur des **programmes de transition** identifiés, des **expertises** thématiques, notre **centre de ressources**.

## + NOS SERVICES POUR VOUS

- >> **Accompagnement, conseils et expertises** sur nos piliers de transition
- >> Accompagnement sur d'autres **thématiques** telles que habitants, écosystème territorial, élus, structuration, Tiers-Lieux et Tourisme, Plan de développement des compétences...
- >> **Intervention et animation** lors de vos rencontres
- >> **Conseil et soutien en animation** de groupes, rencontres, projets
- >> **Innovation pédagogique** (Fabrique elearning)
- >> Observation à l'échelle nationale des offices de tourisme : outil **PILOT**
- >> Mise à disposition d'articles, de boîtes à outils dans notre **centre de ressources**
- >> Accès à des **diagnostics et référentiels** : numérique, qualité, durable-RSE, QVT...



## + ZOOM SUR NOS PILIERS DE TRANSITION



# ACCOMPAGNER LES STRATÉGIES PARTENARIALES

**NOMAK** est un programme de transformation qui accompagne les offices de tourisme pour **repenser leur offre de services et modes d'animation de leur réseau de prestataires**. On y parle services bien évidemment, mais également modèle économique, animation de réseau, écoute des besoins et organisation interne.

## Une communauté

*composée d'experts du réseau et de la MONA*

## Une boîte à outils

*Un centre de ressources à votre disposition sur le site de la MONA et de la veille permanente*

**nomak** NOUVEAU  
MARKETING  
DE SERVICES

## Un conseil et accompagnement sur mesure

*Une personne ressource pouvant vous accompagner dans votre réflexion, et vous proposer un diagnostic préalable complet de votre structure*

Votre interlocuteur :



## Des actions de formation

- FIR196** : Accompagner et animer ses réseaux d'acteurs et filières touristiques
- FIR111** : Se préparer pour être agréé, en tant que structure, pour le classement des meublés de tourisme
- FIR225** : Animer des focus groupe avec ses acteurs locaux
- FIR171** : Accompagner les professionnels dans le développement durable
- FIR195** : Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance
- FIR94** : Accompagner les prestataires et les porteurs de projets par des méthodes de coaching
- FIR84** : Accompagner les meublés sur les règles de fiscalité et fondamentaux du droit notarial
- FIR175** : Accompagner les prestataires dans une situation de crise (financière ou autre)
- FIR121** : Accompagner les prestataires à définir une politique tarifaire
- FIR129** : Accompagner les meublés à être plus visible et accroître leur notoriété en ligne
- FIR93** : Fédérer son réseau d'acteurs
- FIR194** : Comprendre le quotidien des acteurs privés de son territoire
- FIR184** : Accompagner les prestataires dans leur stratégie numérique et leur gestion de la relation client
- FIR128** : Etre à l'aise avec la prise de belles photos d'hébergements touristiques (meublés notamment)

# ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION DES ORGANISATIONS

**Entract** est une communauté apprenante de managers, accompagnés par la MONA et une équipe pédagogique, pour identifier et activer leurs leviers de transformation par la qualité de vie au travail.

## QVT

### Une grille d'autoévaluation

Pour définir son positionnement via Ancodea

### Une boîte à outils

Un centre de ressources à votre disposition sur le site de la MONA et de l'ARACT et de la veille permanente

### Un conseil et accompagnement sur mesure

Des personnes ressources pouvant vous accompagner dans votre réflexion et vous proposer un accompagnement personnalisé

Vos interlocuteurs :



Charlotte



Florent

### Des actions de sensibilisation

aux travers de causerie, webséminaire, retours d'expériences

### Des actions de formation

- FIR101** : Manager et être en phase avec son équipe
- FIR135** : Renforcer sa légitimité et définir sa plus-value
- FIR136** : Impliquer son équipe et apprendre à déléguer
- FIR221** : Entract (année 1)
- FIR222** : Innover dans ses projets par des méthodes créatives et la ludopédagogie
- FIR226** : Développer des pratiques collaboratives grâce à l'intelligence collective



### Un coaching individuel (un binôme de facilitateur)

### Un accompagnement collectif (un binôme de facilitateur)

**Une équipe pédagogique pluridisciplinaire** (RH, dialogue social, management, développement personnel, coaching, créativité, ludopédagogie, diversité)

**Des boîtes à outils** (Centre de ressources avec les sites internet de la Mona et de l'ARACT, des outils auto-positionnements, des méthodes pédagogiques sur-mesure, de l'intelligence collective)

**Une communauté** (canal Slack pour échanger entre entractés et organiser les temps collectifs)

**Un parcours inspirant** (parcours QVT manager en année 1, parcours QVT équipe en année 2, parcours QVTT territoire en année 3)

**Une pause inspirante** (et créative pour manager en transformation)

**Une dynamique territoriale** (Limoges act)

# ACCOMPAGNER LES STRATEGIES D'ACCUEIL

C'est un programme de transformation qui accompagne les offices de tourisme dans leur **Stratégies d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)**. Ce programme permet de mener une réflexion ou un projet portant sur l'accueil dans les murs, hors les murs, à l'échelle de son territoire, de sa destination. La prise en compte du parcours client, de ses attentes et de ses usages en sont le socle.

## Un réseau d'expairs

*composé du réseau, de la MONA et de la team SADI INSPI*

## Une boîte à outils

*Un centre de ressources à votre disposition sur le site de la MONA et de la veille permanente*



## Un parcours inspirant

*35h pour repositionner et réaménager son lieu d'accueil  
En savoir plus page 19*



## Une communauté

*au sein d'un groupe facebook SADI INSPI*

## Un conseil et accompagnement sur mesure

*Des personnes ressources pouvant vous accompagner dans votre réflexion et vous proposer un accompagnement personnalisé*

Vos interlocuteurs :



*Amélie*

*Fabien*



## Des actions de formation et une rencontre réseau

- RR 22-03** : Révolution de l'accueil et club qualité
- FIR172** : Sensibiliser les visiteurs au développement durable
- FIR214** : Intégrer les habitants dans ma stratégie d'accueil
- FIR40** : Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap
- FIR193** : Co-construire son SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information)
- FIR143** : Ancrer son coeur de métier d'expert de destination
- FIR215** : Concevoir des espaces d'accueil novateurs
- FIR145** : Gérer la relation client à distance en tant que conseiller en séjour
- FIR230** : Animer sa démarche Qualité

# ACCOMPAGNER LES TRANSITIONS DURABLES

ADDES pour **Animation Durable des DESTinations**, est un programme de transformation qui accompagne les offices de tourisme sur 3 ans, pour prendre en main leur stratégie de tourisme durable.

## Une communauté

*Sur Facebook pour échanger et partager ses bons plans*

## Un réseau d'expairs

*Pour partager leurs compétences et savoirs-faires*

## Une boîte à outils

*Sur le site internet avec des bonnes pratiques, de la méthodologie et des articles stratégiques*

## Une grille d'autoévaluation

*Pour analyser l'engagement de sa structure via Ancodea*



## Un parcours inspirant

*35h pour s'engager dans le numérique responsable  
En savoir plus page 18*

## Une sensibilisation en micro-learning

*Utilisant le modèle de Bienvenue ici !*

## Des actions de formation et une rencontre réseau

### Les fondamentaux pour s'engager :

**FIR231** : Initiation au tourisme durable

**FIR233** : Mettre en place une stratégie de tourisme durable sur son territoire

**RR22-02** : Pour un numérique plus responsable dans nos organisations

### Les formations pour se spécialiser :

**FIR171** : Accompagner les professionnels dans le développement durable

**FIR172** : Sensibiliser les publics au développement durable

**FIR219** : Repenser sa stratégie boutique autour du durable

**FIR220** : Gérer et optimiser ses outils de communication dans un objectif plus durable

**FIR205** : Maîtriser la qualité dans les projets Web

## Conseil et accompagnement sur mesure

*Une personne ressource pouvant vous orienter dans votre réflexion, et proposer un accompagnement personnalisé pour votre structure*

Votre interlocutrice :



Sophie

# Les parcours inspirants, Embarquez pour 35h d'aventure humaine



## Le voyage :

En 2022, on vous propose une aventure humaine inspirante et productive car adaptée à vos réalités. Embarquez avec nous dans un parcours de 35h, pour vous aider à vous poser les bonnes questions, vous inspirer avec des intervenants aux profils variés et enfin construire votre propre feuille de route pour déployer la thématique choisie au sein de votre structure.

Ces 2 parcours sont les suivants :

- S'engager pour un numérique responsable
- Repositionner et réaménager son lieu d'accueil

## Dans votre sac à dos, vous trouverez :

- un échange individuel en amont pour identifier votre point de départ
- des rencontres inspirantes avec des collègues du réseau ayant mené des actions concrètes sur ces sujets,
- des interventions d'experts qui vous permettront d'appréhender les différentes aspects techniques liés aux sujets,
- des journées terrain en immersion pour découvrir les manières de faire, les méthodes de travail déployées au sein des organisations,
- des ateliers de mise en pratique pour mettre les mains "dans le cambouis",
- un carnet de bord personnalisé pour repartir avec un projet clé en main,
- une bonne dose d'énergie positive, on fera tout pour en tous cas ;-)

## Durée d'un parcours :

35h avec des capsules à distance et 3 jours consécutifs d'immersion en présentiel

## Coût :

900 euros TTC (non éligible à un financement OPCO)

Frais annexes non compris (hébergement, restauration et transport)

## Cerise sur le gâteau :

Valorisation de vos projets au réseau





Avec plus de 200 jours par an passés au travail dont une bonne partie avec nos outils numériques, notre impact environnemental ne cesse de grandir. En effet, nos actions digitales sont majoritairement dématérialisées et pourtant, elles ont un impact réel qui représente près de 4% des émissions de gaz à effet de serre.

Aujourd'hui il est possible de limiter ses impacts en transformant le numérique de façon responsable pour qu'il devienne écologiquement tolérable, socialement équitable et économiquement efficace. Pour cela, nous vous proposons d'agir sur les comportements quotidiens des utilisateurs, les terminaux utilisés, la conception des services numérique, la production des contenus ou encore l'animation des outils.

Venez vous immerger et phosphorer avec nos experts pour découvrir tout ce qui se cache derrière le numérique responsable et ainsi adopter un modèle qui soit à la fois plus vertueux mais aussi plus qualitatif pour vos utilisateurs et votre organisation.

### Les objectifs

- Connaître les enjeux de la pollution numérique
- Identifier les leviers d'actions pour une communication numérique responsable
- S'inspirer d'initiatives existantes
- Co-construire une méthode et des outils pour accompagner ma structure

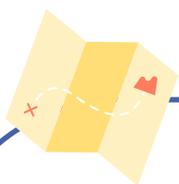
### Public

Chargé.e de communication, chargé.e de communication digitale, chargé.e de projet et tourisme, community manager (limité à 12 personnes)

### Les séquences

- 1- Identifier le point de départ de chaque participant** (1h de rdv en amont à distance)
- 2- Comprendre la pollution digitale** - le 3 mars 2022 - de 9h à 12h30 - en ligne
- 3- Décrypter le système d'information numérique de sa structure** - le 10 mars 2022 - de 9h à 12h30 - en ligne
- 4- Garantir une accessibilité au numérique pour tous** - le 17 mars 2022 - de 9h à 12h30 - en ligne
- 5- Explorer les alternatives pour un numérique plus responsable** - le 24 mars 2022 - de 9h à 12h30 - en ligne
- 6- Éco-concevoir un service numérique** - le 29 mars 2022 - de 9h à 12h30 et 14h à 17h30 - en présentiel à Bordeaux
- 7- Produire des contenus numériques responsables** - le 30 mars 2022 - de 9h à 12h30 et 14h à 17h30 - en présentiel à Bordeaux
- 8- Elaborer sa méthodologie de projet pour un numérique responsable dans sa structure** - le 31 mars 2022 - de 9h à 12h30 et 14h à 17h30 - en présentiel à Bordeaux





## Parcours : Repositionner et réaménager son lieu d'accueil

Depuis de nombreuses années, l'office de tourisme comme lieu physique d'accueil est souvent questionné. S'intéresser à son réaménagement, c'est remettre au centre la question même de l'office de tourisme et son objet. *Quel est son rôle ? Quelle vision ont les acteurs du territoire (élus, prestataires, acteurs socio-économiques, habitants, salariés de l'office...) ? A qui s'adresse-t-il ? Est-il séduisant ? Est-il adapté aux attentes du public ? Est-il adapté aux salariés qui y travaillent ? Est-il pertinent de proposer des services nouveaux ? Comment être innovant ? Comment donner envie de franchir la porte ?*

En questionnant réellement le sens du lieu d'accueil physique, de nombreuses initiatives ont vu le jour dans le réseau. Les 8 portraits d'offices dits de "nouvelle génération", présentés dans le cadre de la Commission prospective en 2019, le montraient déjà. L'office de tourisme comme lieu d'accueil physique devient en ce sens protéiforme. Les espaces sont remaniés, redéfinis. On entend souvent parler de lieu de détente/cocooning, de lieu de visite, d'espaces immersifs, de boutique de destination, de comptoir des loisirs, de tiers-lieux, de maison de la mobilité, de comptoir local...

Ce parcours vous permettra également de bénéficier d'apports techniques en matière de conception et d'aménagement des espaces (nouvelles tendances, comportements des visiteurs dans un espace d'accueil, merchandising, expériences immersives...)

### Les objectifs

- Questionner son projet d'aménagement dans sa stratégie touristique et son positionnement
- Définir une méthode de concertation avec les acteurs du territoire (élus, prestataires, acteurs économiques, habitants, salariés de l'office...)
- Aiguiser son regard critique en matière d'espaces d'accueil (usages et comportements, services proposés, innovation...)
- Connaître les étapes clés dans un projet d'aménagement et les différents corps de métiers à appréhender
- Définir sa feuille de route pour sa structure.

### Public

Direction ou bien salarié.e en charge d'un projet futur d'aménagement/réaménagement de lieu d'accueil (limité à 12 personnes)

### Les séquences

- 1- Identifier le point de départ de chaque participant** (1h de rdv en amont à distance)
- 2- Clarifier son projet d'aménagement en cohérence avec sa stratégie touristique et son positionnement** - le 17 mai 2022 - de 9h à 12h30 - en ligne
- 3- Appréhender la notion d'aménagement des espaces** (nouvelles tendances, hybridation des lieux, nouveaux services, comportements des visiteurs, merchandising, expériences immersives,...) - le 24 mai 2022 - de 9h à 12h30 - en ligne
- 4- Connaître les étapes clés et les différents corps de métiers dans un projet d'aménagement** - le 31 mai 2022 - de 9h à 12h30 - en ligne
- 5- S'inspirer d'offices de tourisme néo-aquitains et aller à leur rencontre pour échanger, s'entraider et nourrir sa propre feuille de route** - les 8-9-10 juin 2022 (immersion terrain en co-voiturage dans le Sud de la Nouvelle-Aquitaine, départements 33/40/47... les lieux exacts seront dévoilés après inscription)
- 6- Enrichir son plan d'actions et définir les étapes clés de son projet** - le 5 juillet 2022 - de 9h à 12h30 - en ligne



3

## STIMULER L'EMPLOI ET LA FORMATION

Il s'agit de nos missions de **référént territorial** et technique sur les sujets de la **formation** et des métiers au sein de la branche tourisme et de notre réseau.

Elles s'appuient sur notre **expertise** en la matière et une activité d'**organisme de formation**.

### + NOS SERVICES POUR VOUS

- >> Programme de **professionnalisation** de 66 actions autour de 10 thématiques
- >> Animation de la **commission régionale de professionnalisation**
- >> Conseil **Plan de développement des compétences**
- >> Référént et animateur régional pour les **parcours certifiants** de notre Branche
- >> **Conseil et partenariats CPF**
- >> Référént **contrat de filière tourisme hôtellerie restauration de la Région**
- >> Référént **commission paritaire nationale**
- >> Portage régional de l'agrément **Service Civique**
- >> Partenariats **universités et formations initiales**



### + ZOOM SUR LE PROGRAMME 2022



## DES FORMATS POUR TOUS LES GOÛTS

L'année 2020 nous a permis d'accélérer notre mue sur la **formation en ligne**, et ce dès le 1er confinement avec des modules 100% à distance.

En 2021, 50% des actions de formation régionales étaient proposées tout ou partie à distance. Grâce aux retours du réseau, l'apprentissage à distance est en constante amélioration. Côté stagiaire, la question de la qualité des conditions d'apprentissage en ligne est un point central (équipements, concentration, disponibilité et assiduité...). Côté formateur, la question de la manière de transmettre s'inscrit dans une démarche de progrès constante (méthodes pédagogiques, rythme, attention des participants...).

Avec vous, nous poursuivons ce souhait d'amélioration continue. **Les formations régionales proposées en 2022 continueront à varier les formats** : présentiel, distanciel, mixte... il y en aura pour tous les goûts !

# L'INTRA À LA CARTE

Depuis maintenant 4 ans, la MONA propose au réseau néo-aquitain des formations en intra-entreprises à destination des équipes et sur un sujet précis.

Ces formations apportent une plus-value quant au travail d'équipe, à la prise en main de sujets par un collectif ou la mise en place de projets transversaux.

C'est en moyenne plus d'une vingtaine de formation intra par an que la MONA anime avec son pool de formateurs et les retours sont très positifs.

## La plus value de la MONA

Reformulation de votre besoin

Construction du meilleur format

Compétence en ingénierie pédagogique

Pool de formateurs validé par notre accord cadre



## Vos interlocuteurs



Laure



Camille

### L'administratif stagiaire



Marie

### L'administratif intervenant

### Les référents ingénierie pédagogique



Charlotte



Jean-Baptiste



Fabien



Amélie



Florent



# NOS PARTENAIRES FORMATEURS

Pour 2022, ce sont 29 organismes de formation qui représentent 42 formateurs sans oublier nos incontournables expairs.



## - FOCUS SUR NOS EXPAIRS -

Depuis maintenant 7 ans, des expairs MONA et du réseau interviennent dans les formations en tant que PAIRS et apportent leurs savoirs et leurs expériences.

- Audrey Marchal
- Charlotte Emery
- Hélène Nermord
- Jean-Marc Louis
- Loïc Coissin
- Jérôme Lay
- Sophie Duprat-Caouré
- Raphaëlle Miremont
- Élise Maximin Opoku
- Fabien Raimbaud
- Béatrice Renaud
- Sylvain Langer
- Nathalie Clauzel
- Julie Dupouts
- Jean-Baptiste Soubaigné
- Corine Pierson
- Amélie Hay
- Emrick Herbault
- Florent Guitard
- Béatrice Mugabure
- Aïno Repaci

# LA CHARTE D'UN·E STAGIAIRE ENGAGÉ·E

**1.** A la formation tu t'inscriras, à la formation entière tu participeras

*Que ce soit en présentiel ou en distanciel, toutes les séquences d'une formation sont nécessaires. On sait que tu le sais mais ça va mieux en le disant. Est-ce que tu ne manges que la moitié de ton dessert préféré ? Bien c'est pareil*

**3.** A la formation tu participeras, entièrement disponible tu seras

*Lors d'une formation en distanciel, tu te sentiras bien mieux avec l'esprit libre et dégagé de toutes perturbations. Calme, focus, avec les collègues du réseau, c'est ton temps, profite-en !*

**5.** A la formation MONA tu participeras, d'un accueil aux petits oignons tu bénéficieras

*La formation c'est aussi une bulle d'immersion dans le réseau qui t'es réservée ! Petit café d'accueil, salle sympa, et bon miam du midi ! et tu peux même venir avec ta gourde pour faire du bien à la planète !*

**7.** A la formation à laquelle nous participerons, bonne humeur formateur, MONA et toi apporteront....

**2.** A la formation tu t'inscriras, au questionnaire amont de la MONA tu répondras

*Une formation, ça se prépare pour s'y sentir bien. Formateur, nous et bien sûr toi évitons d'arriver les mains dans les poches. Le questionnaire préalable, c'est une étape essentielle de cette préparation. Tu vas pas faire des footing en tong ? Bien c'est pareil*

**4.** A la formation tu participeras, le matériel nécessaire tu auras

*Allo ! Tu m'entends ! Je ne te vois pas ! Je change d'ordi ! Je suis sur mon téléphone ! Ttttt... pour la formation en distanciel, assure-toi d'avoir les bons outils avec l'ordinateur qui va bien, l'audio, la vidéo. Ah oui, au fait, faut être connecté à internet !*

**6.** A la formation tu participeras, aux sollicitations des formateurs tu réagiras

*La formation, c'est une bulle d'apprentissage pour être toujours plus à l'aise dans tes missions et l'évolution de compétences. Donc oui, parfois, il y a du travail individuel à produire entre des sessions. Allez hop ! Au boulot !*

**BONNE FORMATION !**

**mona** mission  
des offices  
de tourisme  
Nouvelle - Aquitaine





# NOTRE PROGRAMME DE FORMATIONS

# SOMMAIRE DES FORMATIONS 2022

## ACCUEIL

### Stratégie d'accueil sur les destinations

Co-construire son SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information) - FIR193 29

Intégrer les habitants dans ma stratégie d'accueil - FIR214 29

Animer sa démarche qualité - FIR230 30

### Gestion de la relation client

Gérer la relation client à distance en tant que conseiller en séjour - FIR145 30

### Développement durable

Sensibiliser les publics au développement durable - FIR172 31

### Aménagement de l'espace

Concevoir des espaces d'accueil novateurs - FIR215 31

### Accessibilité de l'espace d'accueil

Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap - FIR40 32

### Savoir faire

Ancrer son coeur de métier d'expert de destination - FIR143 32

## PROMOTION TOURISTIQUE / COMMUNICATION

### Production de contenus

Définir sa stratégie d'écriture pluri-média - FIR76 35

Raconter son territoire (storytelling) - FIR152 35

Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire - FIR75 36

### Stratégie numérique de territoire

Déployer une stratégie numérique de territoire - FIR183 36

### Réseaux sociaux

Connaître les nouveautés sur les réseaux sociaux - FIR156 37

### Webmarketing

Bien gérer son référencement - FIR155 37

### Développement durable

Gérer et optimiser ses outils de communication dans un objectif plus durable - FIR220 38

### Animation de communautés locales

Communiquer sur son rôle auprès des élus, prestataires et habitants - FIR192 38

## ACCOMPAGNEMENT PRESTATAIRES

### Mise en réseau des acteurs

Comprendre le quotidien des acteurs privés de son territoire - FIR194 41

Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance - FIR195 41

Accompagner et animer ses réseaux d'acteurs et filières touristiques - FIR196 42

Fédérer son réseau d'acteurs - FIR93 42

Animer des focus groupe avec ses acteurs locaux - FIR225 43

### Animation numérique

Accompagner ses prestataires dans leur stratégie numérique et leur gestion de la relation client - FIR184 43

**Coaching**

- Accompagner les prestataires et les porteurs de projets par des méthodes de coaching - FIR94 44
- Accompagner les prestataires dans une situation de crise (financière ou autre) - FIR175 44

**Développement durable**

- Accompagner les professionnels dans le développement durable - FIR171 45

**Marketing de services**

- Accompagner les prestataires à définir une politique tarifaire - FIR121 45

**Meublés**

- Se préparer pour être agréé, en tant que structure, pour le classement des meublés de tourisme - FIR111 46
- Accompagner les meublés sur les règles de fiscalité et fondamentaux du droit notarial - FIR84 46
- Accompagner les meublés à être plus visible et accroître leur notoriété en ligne - FIR129 47
- Etre à l'aise avec la prise de belles photos d'hébergements touristiques (meublés notamment) - FIR128 47

**Stratégie commerciale**

- Innover dans ses offres touristiques pour séduire la clientèle de proximité - FIR199 49
- Construire des services orientés client (design de services) - FIR124 49
- Orienter ses offres à destinations des clientèles familiales - FIR154 50

**Activité réceptive**

- Travailler sa clientèle affaire - FIR232 50

**Force de vente**

- Construire son argumentaire commercial - FIR153 51

**Billetterie**

- Optimiser sa billetterie - FIR149 51

**Boutique**

- Repenser sa stratégie boutique autour du durable - FIR219 52

**Visites guidées**

- Se démarquer avec des visites décalées et sensorielles - FIR82 52
- Développer, construire et animer des visites pour le jeune public - FIR228 53

**Politique tarifaire**

- Définir le bon prix pour le bon service (politique tarifaire optimisée et logique - FIR157 53

**Juridique**

- Maîtriser les fondamentaux juridiques de la commercialisation - FIR16 54

**Stratégie**

- Repenser le rôle de l'office de tourisme sur son territoire - FIR211 56

**Pilotage, évaluation, observation**

- PILOTer son OGD - FIR224 56

**Développement durable**

- Initiation au tourisme durable - FIR231 57
- Mettre en place une stratégie de tourisme durable sur son territoire - FIR233 57

**Animation d'équipe**

Impliquer son équipe et apprendre à déléguer - FIR136 58

Entract - FIR221 59

**Savoir-être**

Manager et être en phase avec son équipe - FIR101 59

**Social**

S'approprier la convention collective dans la gestion des ressources humaines - FIR117 61

Composer et encadrer son équipe de saisonniers - FIR96 61

**Commande publique**

Maîtriser les règles de la commande publique : initiation - FIR73 62

**Gestion budgétaire**

Animer, collecter, optimiser la taxe de séjour - FIR26 63

**Gestion comptable**

Maîtriser la comptabilité M4 - FIR108 63

**Méthodologie**

Maîtriser une méthodologie de gestion de projet - FIR217 65

Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe - FIR185 65

**Webmarketing**

Maîtriser la qualité dans les projets Web - FIR205 66

**Animation**

Animer un atelier avec ses prestataires - FIR223 66

Développer des pratiques collaboratives grâce à l'intelligence collective - FIR226 67

Innover dans ses projets par des méthodes créatives et la ludopédagogie - FIR222 67

**Organisation du travail**

Optimiser son temps de travail - FIR68 69

**Savoir-être**

Animer des réunions participatives - FIR97 69

Défendre son projet et s'exprimer à l'oral - FIR186 70

Communiquer en interne et faciliter le dialogue dans une organisation multisite - FIR203 70

Développer sa confiance en soi et travailler en équipe - FIR66 71

Renforcer sa légitimité et définir sa plus-value - FIR135 71

**Légende :**

Nous vous communiquons le taux de satisfaction et le taux d'adéquation objectif / problématique au regard des retours stagiaires de la dernière formation (année de référence).

# ACCUEIL

## Les formations qui m'intéressent

### STRATÉGIE D'ACCUEIL SUR LES DESTINATIONS

- Co-construire son SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information) - FIR193 29
- Intégrer les habitants dans ma stratégie d'accueil - FIR214 29
- Animer sa démarche qualité - FIR230 30



### GESTION DE LA RELATION CLIENT

- Gérer la relation client à distance en tant que conseiller en séjour - FIR145 30

### DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Sensibiliser les publics au développement durable - FIR172 31

### AMÉNAGEMENT DE L'ESPACE

- Concevoir des espaces d'accueil novateurs - FIR215 31

### ACCESSIBILITÉ DE L'ESPACE D'ACCUEIL

- Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap - FIR40 32

### SAVOIR FAIRE

- Ancrer son coeur de métier d'expert de destination - FIR143 32

## Co-construire son SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information) - FIR 193



Pour réussir à délivrer "la bonne information, au bon moment et à la bonne cible", il est nécessaire de travailler sa stratégie d'accueil :

- À toutes les étapes du parcours client prioritaire : dans les murs, hors les murs, en ligne et chez les prestataires
- De manière collective : avec son équipe et les acteurs économiques.

Cette formation vous donnera les clés de la gymnastique de travail qu'est le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI), autant sur les étapes de la méthodologie que sur l'animation en interne et sur le territoire.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les besoins de sa structure en terme d'accueil et de diffusions de l'information en s'appuyant sur l'expertise de l'équipe.
- Choisir les actions prioritaires de sa structure en s'appuyant sur le travail d'état des lieux effectué précédemment.
- Planifier la stratégie d'accueil et de diffusion de l'information de sa structure en s'appuyant sur les choix précédemment validés.

### Public

Référent.e accueils touristiques, Responsable accueil, Chargé.e d'accueil, Conseiller.ère en séjour

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques sur la méthodologie et la diffusion en interne, ateliers pratiques, atelier de projection : comment transmettre en interne, démonstration, plan d'action personnel, questionnement de groupe, quiz, brise-glace

### Modalités d'évaluation

Travaux individuels et présentation

### Prérequis

Être en charge d'animer la stratégie d'accueil



01, 29, 30 mars et 06 avril  
les matins / en ligne  
08, 09 mars et 05 octobre  
2022 / présentiel  
35 h



En ligne  
&  
Saintes



Amélie HAY - Expair  
MONA



Voir page 75

## Intégrer les habitants dans ma stratégie d'accueil - FIR 214



Tourisme de proximité, staycation, locatourisme, un jour visiteur, le lendemain guide et accueillant, l'habitant occupe une place de choix dans les stratégies des destinations. Si les initiatives et les bonnes pratiques sont nombreuses, il convient de poursuivre un vrai travail sur la question des habitants. Comment repenser le tourisme en local sans sonder sa propre population ? Construire de nouvelles offres, de nouveaux produits/services à leur attention, les impliquer davantage dans l'accueil et la manière de faire découvrir le territoire sont autant de leviers possibles. Et vous, vous en êtes où ? Une formation résolument opérationnelle pour renforcer sa stratégie habitants.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier ses habitants et définir leur rôle dans la stratégie de la structure
- Construire sa feuille de route

### Public

Tout public

### Prérequis

Pas de prérequis

### Méthodes mobilisées

Apports sur la méthodologie et la programmation d'une stratégie habitants construite de manière inclusive. Nombreuses techniques d'animation utilisées pour déployer la créativité, pour développer son sens de l'écoute ainsi que pour acter et prioriser les choses.

Ateliers pratiques, questionnements de groupe, pitch de fin individuel.

### Modalités d'évaluation

Pitch de fin individuel prévu pour pouvoir identifier si les acquis sont validés, en cours d'acquisition ou non validés.



10 (matin), 24  
(journée) & 25 (matin)  
novembre 2022  
14 h



En ligne



Hélène NERMORD &  
Fabien RAIMBAUD -  
expairs MONA



Voir page 75

## Animer sa démarche qualité - FIR 230



La marque Qualité Tourisme est un véritable outil de management et d'organisation interne. Une fois la marque obtenue, il est important de ne pas perdre la dynamique, ne pas laisser le souffle retomber. L'animation de la démarche qualité est un vrai enjeu au quotidien pour réussir à maintenir le cap.

### Objectifs pédagogiques

- Faire vivre sa démarche qualité au quotidien
- Mobiliser son équipe
- Animer les parties prenantes

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, exercices pratiques, retours d'expériences

### Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation

### Public

Directeur.trice ou Responsable qualité d'un office de tourisme marqué Qualité Tourisme

### Prérequis

Être marqué Qualité Tourisme



17 & 18 novembre 2022  
14 h



Saintes



Nathalie CLAUZEL -  
expair réseau



Voir page 75

## Gérer la relation client à distance en tant que conseiller en séjour - FIR 145



L'accueil des visiteurs requiert les mêmes compétences au comptoir qu'hors des murs du bureau d'information touristique. L'idée de cette formation est de réussir à transposer l'expertise de l'accueil physique à la relation client à distance.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les différents outils de communication à distance
- Employer ses compétences relationnelles pour un accueil à distance de qualité avant, pendant et après séjour
- Créer de la valeur à distance en personnalisant les échanges et en valorisant la destination

### Méthodes mobilisées

Exercices en binôme, jeux de rôles, mises en situation téléphonique, jeux, quiz

### Modalités d'évaluation

Quiz, mises en situation téléphonique et web

### Public

Référent.e accueils touristiques, Responsable accueil, Chargé.e d'accueil, Conseiller.ère en séjour, Community manager

### Prérequis

Être en charge de l'accueil de visiteur à distance et hors les murs de l'office de tourisme



04, 05, 06, 07 avril les  
matins/en ligne et 11,  
12 avril 2022/présentiel  
28 h



En ligne  
&  
Samazan



Olivier PUVIS - OLIVIER  
PUVIS



Voir page 75

## Sensibiliser les publics au développement durable - FIR 172



60% des offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine déclarent sensibiliser les visiteurs à adopter un comportement responsable sur leur destination. L'office de tourisme doit avoir un rôle de facilitateur et de fédérateur pour faire adopter de nouveaux comportements aux visiteurs.

Cela passe par une appropriation concrète par les équipes qui pourront ensuite mettre en place une sensibilisation auprès des publics grâce à une communication adroite. Responsabiliser sans moraliser. Vous avez déjà démarré ? Vous avez besoin d'autres idées, de construire une stratégie de sensibilisation ?

Nos "expairs" vous livrent méthodes et outils pour construire cet engagement.

### Objectifs pédagogiques

- Définir les enjeux de la sensibilisation du public au tourisme durable
- Identifier les leviers pour embarquer son équipe dans la sensibilisation des publics
- Planifier la sensibilisation des publics sur son territoire

### Public

Tout public

### Méthodes mobilisées

Module elearning de pré-formation, apports théoriques, études de cas, mise en situation, jeu de rôle, atelier de mise en pratique en individuel et en groupe, exposé d'une feuille de route

### Modalités d'évaluation

Évaluation au travers de mises en situation, de quiz et d'un exercice intersession

### Prérequis

Etre missionné en interne sur la mise en place du durable pour la structure et le territoire



05, 06, 07 et 08  
décembre 2022 les  
matins  
14 h



En ligne



Sophie DUPRAT-  
CAOURE & Audrey  
MARCHAL - Expair  
MONA & expair réseau



Voir page 75

## Concevoir des espaces d'accueil novateurs - FIR 215



Depuis l'arrivée d'Internet, l'office de tourisme comme lieu physique d'accueil n'a de cesse d'être questionné sur son utilité réelle. Si la fréquentation physique est en baisse, doit-on continuer à salarier ou doit-on au contraire remettre au centre la question des espaces physiques d'accueil et de manière plus large de l'écosystème office de tourisme. Si certains ont emboîté le pas dans le réseau (exemple des travaux menés par la commission prospective avec 8 portraits d'offices nouvelle génération, et si on ajoute la dynamique intéressante des Tiers-Lieux notamment... il semble important d'apporter de nouvelles manières de concevoir les espaces et de mieux appréhender les nouvelles tendances en matière d'équipements et matériaux dans les lieux d'accueil et pas nécessairement touristiques.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les bases de l'expérience client et du merchandising pour questionner un espace
- Identifier les tendances actuelles en terme d'espaces d'accueil et concevoir autre chose par de l'intelligence collective (valeurs, savoirs faire locaux, consommer local...)
- Expérimenter une méthodologie centrée utilisateurs pour innover dans les espaces d'accueil (identité du territoire, nouveaux services, boutique...)

### Public

Tout public

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, ateliers, échanges

### Modalités d'évaluation

Quiz et production individuelle

### Prérequis

Souhait de nourrir un projet futur de réaménagement



22 et 23 septembre les  
matins / en ligne et 18,  
19, 20 octobre 2022/  
présentiel  
28 h



En ligne  
&  
Cognac



Dominique ARGANS -  
BEETIC



Voir page 75

## Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap - FIR 40



"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 ". C'est un droit fondamental inscrit dans la loi dite de lutte contre les exclusions du 29 juillet 1998. Créé en 2001, le label national « tourisme et handicap » vise à concrétiser ce droit en apportant aux personnes à besoins spécifiques une information sur l'offre touristique et les loisirs accessibles et adaptés à leurs besoins. 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. La compréhension et l'intégration des touristes en situation de handicap représentent un enjeu économique et social important.

Cette formation permettra d'appréhender le sujet sous toutes ses formes : juridique, légal, mise en situation, compréhension des besoins et attentes...

### Objectifs pédagogiques

- Expérimenter les besoins spécifiques des personnes en situation de handicap
- Identifier les dispositifs et cadres réglementaires de l'accessibilité au Handicap
- Construire des réponses adaptées aux besoins des personnes handicapées dans l'offre touristique

### Public

Personne en charge de l'accessibilité dans la structure

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, échanges, mises en situation, travaux en sous-groupes

### Modalités d'évaluation

Quiz, mises en situation, exercice individuel

### Prérequis

Pas de prérequis



03 et 04 février 2022  
14 h



Libourne



Laurence ROY - GIHP



Voir page 75

## Ancrer son coeur de métier d'expert de destination - FIR 143



La notion de relation, de contact, de conseil et de prise en charge du visiteur s'adressant à un office de tourisme a évolué ces dernières années. Plusieurs raisons, autant valables les unes que les autres, expliquent ce changement continu.

Bien qu'il soit utile de comprendre toutes ces raisons, il est surtout important de comprendre que le métier de conseiller en séjour évolue sans cesse. Il doit toujours permettre de créer les conditions propices à un séjour de qualité par un conseil personnalisé (hyperpersonnalisation de l'accueil), un renseignement à forte valeur ajoutée, une écoute et une analyse du visiteur le tout réalisable grâce à une connaissance fine, quantitative et qualitative de l'offre touristique de la destination.

### Objectifs pédagogiques

- Reconnaître et intégrer les enjeux de la relation client dans sa pratique auprès des visiteurs (français et étrangers)
- Appliquer les savoir-faire et les savoir-être de l'expert de destination (conseil personnalisé, argumentaire produits, utilisation des outils d'aide à l'information y compris numériques...)
- Développer la cohérence des pratiques au sein de son équipe pour être acteur du changement

### Public

Référent.e accueils touristiques, Responsable accueil, Chargé.e d'accueil, Conseiller.ère en séjour

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, inspiration, mise en pratique

### Modalités d'évaluation

Quiz et plan d'action

### Prérequis

Être en charge de l'accueil de visiteur



10,11, 28 février et 1er  
mars 2022  
28 h



Périgueux



Raphaële KELLENER -  
PUZZLE



Voir page 75

## NOTES

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

# PROMOTION TOURISTIQUE / COMMUNICATION

## Les formations qui m'intéressent

### PRODUCTION DE CONTENU

- Définir sa stratégie d'écriture pluri-média - FIR76 35
- Raconter son territoire (storytelling) - FIR152 35
- Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire - FIR75 36

### STRATÉGIE NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE

- Déployer une stratégie numérique de territoire - FIR183 36

### RÉSEAUX SOCIAUX

- Connaître les nouveautés sur les réseaux sociaux - FIR156 37

### WEBMARKETING

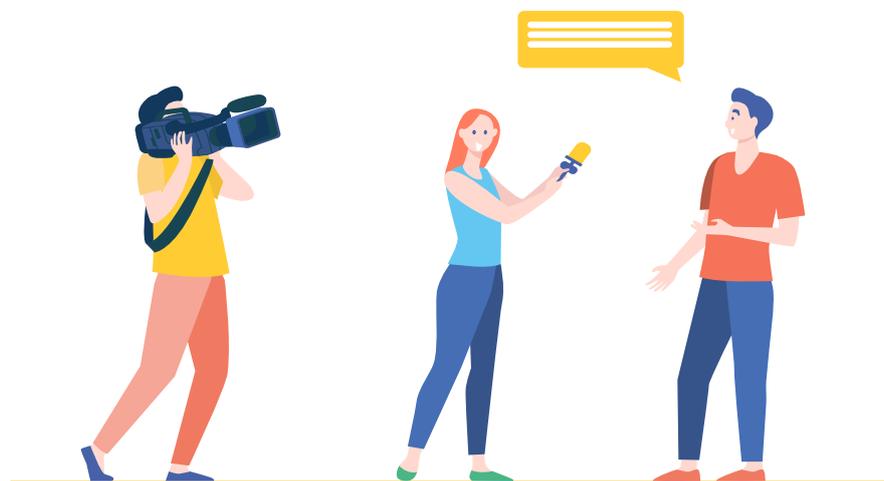
- Bien gérer son référencement - FIR155 37

### DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Gérer et optimiser ses outils de communication dans un objectif plus durable - FIR 220 38

### ANIMATION DE COMMUNAUTÉS LOCALES

- Communiquer sur son rôle auprès des élus, prestataires et habitants - FIR192 38



## Définir sa stratégie d'écriture pluri-média - FIR 76



Il est de plus en plus important d'adapter ses messages à ses objectifs de communication et ses publics visés. Entre la communication papier, l'écriture d'articles de blog, la réalisation de vidéo, la production de photo, l'interaction sur les réseaux sociaux, le métier de la communication touristique requiert de fortes compétences en rédactionnel.

### Objectifs pédagogiques

- Organiser la construction de la stratégie éditoriale multicanale
- Créer des contenus variés et gérer leur cohérence en cross media
- Développer ses compétences rédactionnelles plurimédia

### Public

Chargé.e de la communication, des relations presse, du community management, de la création de contenu, Chargé.e de projets Etourisme

### Méthodes mobilisées

Apports stratégiques et outils, échanges, mises en situation, témoignages, échanges d'expériences

### Modalités d'évaluation

Bilan individuel, grille d'auto-évaluation

### Prérequis

Être en charge de la communication, connaître les fondamentaux du marketing et de la communication, être en lien avec les instances de décisions



01 et 8 avril 2022  
14 h



En ligne



François PERROY -  
EMOTIO TOURISME



Voir page 75

## Raconter son territoire (storytelling) - FIR 152



Promouvoir sa destination en racontant une histoire, voici le principe de base du storytelling. Aujourd'hui, être chargé(e) de la promotion dans un organisme de gestion de destination requiert des compétences fortes en matière de mise en récit. Mais face à une page blanche : comment trouver son axe ? quel angle aborder ? quel style adopter ? L'enjeu de cette formation est de permettre aux stagiaires d'identifier l'essence de leur destination et de développer leur faculté à raconter une histoire au travers d'ateliers d'écritures pour séduire une clientèle et/ou animer une communauté locale.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les atouts de sa destination
- Construire un plan d'histoire autour de ces atouts
- Ecrire une histoire

### Public

Chargé.e de promotion, Community manager, Responsable de communication, Chargé.e de communication

### Méthodes mobilisées

Présentations théoriques, étude de cas, exercices pratiques

### Modalités d'évaluation

Production individuelle

### Prérequis

Maîtriser les fondamentaux de la communication touristique



07, 08, 14 et 15 mars  
2022 les matins  
14 h



En ligne



Sylvie CLERGERIE et/ou  
Mitchka DEL ARCO  
AGUIRRE - WEBPORTAGE



Voir page 75

## Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire - FIR 75

La Nouvelle-Aquitaine compte plusieurs promotions de "Reporter de Territoire" armés et outillés pour produire du contenu de promotion. Mais rien ne remplace une pratique régulière et une connaissance fine des tendances de la production de contenu pour créer du contenu différenciant et qualitatif afin de mettre en scène sa destination. Parmi les notions abordées on retrouve : la stratégie éditoriale, la pratique photo et vidéo, le matériel, les techniques de production de contenu, les tendances de la photo et de la vidéo, la réglementation ou encore le travail avec des pros et influenceurs.

### Objectifs pédagogiques

- Concevoir du contenu visuel et rédactionnel au service de la stratégie marketing de sa destination
- Organiser et arbitrer la production de contenus rédactionnels et visuels au sein de sa structure, de son territoire
- Utiliser le bon canal pour diffuser l'ensemble des contenus créés ou produits par des tiers

### Public

Reporter de territoire, Chargé.e de production, Créatrice.eur de contenu, Responsable de communication, Chargé.e de communication, Chargé.e de projets Etourisme

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, challenge, exercice, quiz, analyse de cas, brainstorming, travaux personnels, production de vidéo, questions/réponses, cas pratique, présentation des projets

### Modalités d'évaluation

Travaux personnels et quiz permettront de valider les acquis

### Prérequis

Etre en charge de la communication, Connaître les fondamentaux de la production photo, vidéo, Connaître les fondamentaux du marketing et de la communication

 16, 17, 18 mai journée / présentiel et 23, 24, 30, 31 mai 2022 les matins / en ligne  
35 h

 Saintes & En ligne 

 Dominique DUFOUR - COMANAGING

 Voir page 75

## Déployer une stratégie numérique de territoire - FIR 183

La notion de stratégie numérique en 2022, ça veut dire quoi pour un OT/CDT ? Quels sont les enjeux et les perspectives à l'échelle de sa destination ? C'est à ces questions que répond cette formation. Elle permet à chaque stagiaire d'élaborer et/ou conforter une stratégie numérique cohérente avec le territoire en prenant en compte tous les outils. Puis de pouvoir la porter auprès de sa direction et d'autres instances (CA, CODIR...) en expliquant la méthodologie appliquée et les outils de suivi mobilisés.

### Objectifs pédagogiques

- Concevoir un diagnostic numérique de territoire et/ou de sa structure et son actualisation
- Analyser les données recueillies lors de l'enquête en termes de forces à développer et de faiblesses à corriger
- Concevoir un plan d'action de valorisation du territoire
- Employer des outils de suivi du diagnostic et du plan d'action et communiquer sur les actions

### Public

Chargé.e de projet, chargé.e de projets etourisme, référent.e numérique, chargé.e de communication, community manager

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques et mises en pratique immédiates

### Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation des acquis en fin de formation

### Prérequis

cf. public

 28 février & 1er mars / en présentiel et 16 mars le matin, 22 mars, 05 avril, 12 avril les après midi, 04 et 11 mai les matins / en ligne  
35 h

 Bègles

 Sébastien GONZALEZ - ENVOL FORMATION

 Voir page 75

## Connaitre les nouveautés sur les réseaux sociaux - FIR 156



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. Les usages des clientèles touristiques évoluent dans ce domaine de façon rapide. C'est pourquoi, il est d'actualité de connaître les nouveautés des réseaux sociaux et d'échanger les expériences des uns et des autres sur le sujet.

### Objectifs pédagogiques

- Reconnaître l'évolution des personas sur les réseaux sociaux
- Utiliser les nouvelles fonctionnalités des réseaux sociaux
- Élaborer une stratégie éditoriale en fonction des nouveautés et changements de l'univers social média

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, études de cas, exercices pratiques, travaux en groupes

### Modalités d'évaluation

Production individuelle

### Public

Community manager, Chargé.e de promotion

### Prérequis

Animer des communautés sur les réseaux sociaux



03, 04, 07 et 08 février  
2022 les matins  
14 h



En ligne



Sylvie CLERGERIE &  
Mitchka DELARCOAGUIRE  
-WEBPORTAGE



Voir page 75

## Bien gérer son référencement - FIR 155



Distinguer SEO, SEA, SEM, bien choisir son référencement naturel, utiliser de manière subtile le référencement payant, être bien positionné sur Google et les autres moteurs de recherche...

Voilà tout un tas de bonnes questions pour une entreprise/destination touristique !

Cela prend encore plus de sens à l'heure où la dé-googlelisation de la planète et la stratégie de référencement local se posent de plus en plus.

### Objectifs pédagogiques

- Appliquer les bonnes pratiques du SEO - « on page » (balises / contenus) et « off page » (netlinking)
- Évaluer la performance de son site web en référencement
- Décrire les possibilités offertes par Google Ads et identifier une stratégie de référencement payant

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, exercices individuels de mise en pratique, étude de cas pratiques, manipulation d'outils en ligne gratuits, exercices en groupe

### Modalités d'évaluation

Évaluation par le biais d'un document modélisé à compléter tout au long de la formation

### Public

Responsable de communication, Chargé.e de communication, Community manager

### Prérequis

Être en charge de la communication



02, 09, 14, 16, 21 et 23  
juin 2022 après-midis  
21 h



En ligne



Ludovic RENOULT -  
TRIPLE LOOTZ



Voir page 75

## Gérer et optimiser ses outils de communication dans un objectif plus durable - FIR 220

Recycler ses brochures non distribuées, limiter l'affichage des prospectus des partenaires, abandonner le papier, éco-construire son site web, réaliser une production audiovisuelle éco-responsable ...

Toutes ces actions vous parlent ? Elles relèvent d'une gestion responsable de ses outils de communication.

Et vous, où en êtes-vous ? Connaissez-vous réellement l'impact environnemental de vos outils ?

Venez découvrir les grands principes de la communication responsable, apprenez à analyser et adapter vos outils et inspirez-vous de bonnes pratiques pour transformer votre communication de façon plus durable.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les enjeux et les acteurs de la communication responsable
- Identifier les leviers pour adopter une communication responsable au sein de sa structure
- Utiliser les outils et méthodes pour concevoir une communication responsable
- Concevoir une stratégie globale de communication responsable

### Public

Responsable de communication, Chargé.e de communication structures actrices du tourisme

### Méthodes mobilisées

Module e-learning de pré-formation, apports théoriques, études de cas, mise en situation, jeu de rôle, atelier de mise en pratique en individuel et en groupe

### Modalités d'évaluation

Évaluation au travers de mises en situations, de quiz

### Prérequis

Être en charge de la communication, connaître les outils de communication utilisés dans sa structure

Session 1 pour tous les ressortissants AFDAS : 04, 05, 06 et 07 avril 2022 les matins  
Session 2 pour le réseau MONA : 17, 18, 19 et 20 octobre les matins 14 h



En ligne



Sophie DUPRAT-CAOURE & Audrey MARCHAL - expair MONA & expair réseau



Voir page 75

## Communiquer sur son rôle auprès des élus, prestataires et habitants - FIR 192

Nouveau contenu

Que l'on soit office de tourisme, parc naturel, comité départemental du tourisme... savoir communiquer sur son rôle, son objet et l'argumenter de manière efficace et adaptée est primordial.

L'écosystème dans lequel ces structures œuvrent au quotidien est multiple.

Ce sont des organismes vivants en lien avec les élus, les prestataires, les habitants...

Comment en tant qu'organisation et équipe être compris et surtout reconnues comme telles par cette diversité d'acteurs ?

Pour quelle(s) raison(s) croire au tourisme et à son développement ? Au sein même de son équipe, de sa gouvernance, de son territoire, quels arguments à valoriser ?

Cette formation, résolument opérationnelle, devra tenir compte des manières de faire jusqu'à présent pour travailler sur des marges de progression tant internes qu'externes.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier ses interlocuteurs et savoir comment communiquer auprès d'eux sur le rôle de la structure
- Formuler une argumentation et mener des actions de communication pour faire connaître son rôle et pour en faire reconnaître la valeur
- Critiquer sa communication existante afin de l'améliorer

### Public

Directrice.eur, Adjoint de direction, Chargé.e de communication

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, cas pratiques, questions/réponses

### Modalités d'évaluation

Quiz et production individuelle

### Prérequis

Avoir travaillé sur une vision partagée en interne



12 et 13 mai 2022 14 h



Samazan



Yohan STERN - KEY PERFORMANCE



Voir page 75

## NOTES

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

# ACCOMPAGNEMENT PRESTATAIRES

## Les formations qui m'intéressent

### MISE EN RÉSEAU DES ACTEURS

- Comprendre le quotidien des acteurs privés de son territoire - FIR194 41
- Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance - FIR195 41
- Accompagner et animer ses réseaux d'acteurs et filières touristiques - FIR196 42
- Fédérer son réseau d'acteurs - FIR93 42
- Animer des focus groupe avec ses acteurs locaux - FIR225 43



### ANIMATION NUMERIQUE

- Accompagner ses prestataires dans leur stratégie numérique et leur gestion de la relation client - FIR184 43

### COACHING

- Accompagner les prestataires et les porteurs de projets par des méthodes de coaching - FIR94 44
- Accompagner les prestataires dans une situation de crise (financière ou autre) - FIR175 44



### DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Accompagner les professionnels dans le développement durable - FIR171 45

### MARKETING DE SERVICES

- Accompagner les prestataires à définir une politique tarifaire - FIR121 45

### MEUBLÉS

- Se préparer pour être agréé, en tant que structure, pour le classement des meublés de tourisme - FIR111 46
- Accompagner les meublés sur les règles de fiscalité et fondamentaux du droit notarial - FIR84 46
- Accompagner les meublés à être plus visible et accroître leur notoriété en ligne - FIR129 47
- Être à l'aise avec la prise de belles photos d'hébergements touristiques (meublés notamment) - FIR128 47



## Comprendre le quotidien des acteurs privés de son territoire - FIR 194



Les prestataires sont un pilier incontournable de l'office de tourisme et encore plus aujourd'hui dans le contexte particulier que nous traversons. Travailler avec eux oui, mais connaître leur quotidien, leur conjoncture, leur écosystème parfaitement, c'est une autre histoire. Le manque de temps fait que l'on privilégie parfois certaines cibles ou que l'on survole le panel en tentant de l'animer sans jamais vraiment y arriver...

Ce qu'il manque peut-être est une grille de lecture pour les connaître en profondeur, parler le même langage qu'eux dans l'optique de leur apporter les services sur mesure dont ils ont réellement besoin.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les difficultés du quotidien d'un entrepreneur privé
- Composer les contours de son écosystème local privé
- Identifier les ressources locales en appui aux acteurs privés sur le territoire

### Public

Chargé.e de l'accompagnement des prestataires

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, exercices individuels, questions/réponses, échanges et partage d'expériences, étude de cas

### Modalités d'évaluation

Questionnaire et production d'une matrice individuelle permettant l'évaluation des acquis

### Prérequis

Travailler au quotidien avec les prestataires



03 & 04 mars 2022  
14 h



Cognac



Jérôme FORGET -  
GUEST & STRATEGY



Voir page 75

## Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance - FIR 195



La période du COVID19 a précipité l'adoption de nouveaux outils et d'une nouvelle approche pour répondre aux interrogations des prestataires touristiques dans le respect des mesures sanitaires. L'accompagnement à distance apparaît alors comme une des manières de fédérer son réseau et permet d'aller plus loin encore sur ce thème. Les OGD, au-delà de cet événement, ont donc tout intérêt à développer ce format d'accompagnement. Quelles sont les ressources à avoir pour développer un accompagnement à distance ? Écoute, posture de facilitateur, co-construction, implication, adhésion au projet, outils... Comment développer la même qualité de service dans cet accompagnement à distance que dans un accompagnement traditionnel ? Ce sont ces questions qui seront abordées dans cette formation pleine d'échanges et de ressources.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier et utiliser les outils de la facilitation pour concevoir et réaliser un accompagnement à distance pour ses prestataires
- Reconnaître toute la richesse du format d'animation en ligne
- Identifier les bonnes pratiques et les compétences de la posture de facilitateur pour animer des réunions en prenant en compte les spécificités du format en ligne et les pratiquer

### Public

Coordinateur.trice, Chargé.e de relation prestataires

### Méthodes mobilisées

Supports écrits, échanges et réflexions à partir d'expériences passées, construction d'une animation de réunion à distance en groupe, expérimentation de la posture de facilitateur, temps individuel organisé pour prendre un peu de recul sur les apprentissages à chaque fin de séance

### Modalités d'évaluation

Exercice individuel et cas pratique

### Prérequis

Être en charge de l'accompagnement des prestataires touristiques ou d'un projet territorial



03, 04, 10, 11, 17 & 18  
octobre 2022 les matins  
21 h



En ligne



Sophie MOREAU - WE  
BLOOM



Voir page 75

## Accompagner et animer ses réseaux d'acteurs et filières touristiques - FIR 196

nomak

Nouveau formateur  
Nouveau contenu

Face à la situation sans précédent que nous rencontrons, les animateurs de réseau occupent une place stratégique pour accompagner avec les offices de tourisme, les professionnels du secteur. Le point de départ est simple : requestionner sa façon d'animer ses réseaux et filières. Imaginer de nouvelles offres, de nouveaux produits/services qui vont être des leviers majeurs pour repenser le tourisme et réinventer les façons de travailler ensemble. Co-construire différemment, prioriser les actions en matière d'offres et de clientèles prioritaires, par le biais notamment de la professionnalisation, vont être nécessaires pour envisager une reprise durable et consolider les dynamiques locales.

### Objectifs pédagogiques

- Construire une feuille de route réaliste et adaptée aux besoins des acteurs touristiques et aux enjeux de développement du territoire
- Choisir des méthodes et formats d'accompagnement et d'animation pour ses réseaux d'acteurs touristiques

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques sur la méthodologie et la programmation d'un plan d'action à destination de ses prestataires et filières alimenté tout au long de la formation, ateliers pratiques, questionnements de groupe, pitch de fin individuel

### Modalités d'évaluation

Rédaction de plan d'action, création d'une feuille de route

### Public

Chargé.e de projet

### Prérequis

Etre en charge de l'accompagnement des prestataires et filières touristiques



21 (après-midi), 22  
(journée) mars, 04  
(après midi) et 05  
(journée) avril 2022  
21 h



Poitiers



Emrick HERBAUT &  
Loïc COISSIN - Expair  
réseau et & expair  
MONA



Voir page 75

## Fédérer son réseau d'acteurs - FIR 93

nomak

★★★★★  
3,4/5 Satisfaction  
2021 - Contenu révisé  
3,8/5 Adéquation obj

Élément central sur son territoire, l'office de tourisme établit des relations et anime un réseau d'acteurs locaux. Dans cet écosystème, la place de l'office de tourisme dans l'activité en faveur de l'attractivité de la destination est de plus en plus stratégique. Pour cela, il doit s'intéresser aux acteurs touristiques, mais aussi de manière plus large à tous les acteurs qui œuvrent sur le territoire, en faveur des loisirs, de la culture, de l'emploi, de l'environnement, de l'éducation. Écouter, être en posture de facilitateur, co-construire un projet, faire adhérer sont des thèmes majeurs pour impliquer son réseau.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier son réseau d'acteurs locaux et comprendre leurs attentes
- Choisir des méthodes et outils de travail collaboratif & créatif
- Concevoir, co-construire des projets, les formaliser, les organiser et les débriefer

### Méthodes mobilisées

Travaux personnels, atelier collectif et en mini-groupes, apports théoriques, échanges et partages d'expériences, présentation des projets, questions/réponses

### Modalités d'évaluation

Quiz ou QCM, ateliers pratiques, auto-évaluation du stagiaire

### Public

Coordinateur.trice, Chargé.e de relation prestataires, Directeur.trice

### Prérequis

Avoir identifié un projet propre à sa structure qui vise à fédérer et impliquer les acteurs locaux, à co-construire des actions partenariales.  
Disposer du temps de travail nécessaire pour engager la mise en œuvre du projet pendant l'intersession



03, 06, 12, 13 mai & 02  
juin 2022 les matins  
14 h



En ligne



Françoise CLERMONT  
- COMANAGING



Voir page 75

## Animer des focus groupe avec ses acteurs locaux- FIR 225

nomak

NEW

Les organismes de gestion de la destination (OGD) sont au cœur de la concertation avec les acteurs locaux. De plus en plus, ils sont enclins à collecter des avis sur les services qu'ils proposent ou à encourager le dialogue localement sur la stratégie de la destination. Cette attente de médiation et/ou de facilitation territoriale nécessite de monter en expertise sur tout le champ de mobilisation et de la coordination des partenaires de l'OGD. Cette formation doit permettre de comprendre les bases d'une enquête qualitative et de sa planification, pour être à l'aise avec un groupe d'acteurs locaux et construire un déroulement adapté.

### Objectifs pédagogiques

- Organiser des focus-groupes de la préparation à la restitution et la communication des résultats
- Identifier les bonnes méthodes et les bons outils en fonction des objectifs
- Utiliser des techniques d'animation simples

### Public

Chargé.e d'accompagnement des prestataires

### Méthodes mobilisées

Apports de la formatrice, ateliers collectifs, en mini-groupes, individuel, étude de cas, échanges d'expériences

### Modalités d'évaluation

Quiz ou QCM, ateliers pratiques réalisés, auto-évaluation

### Prérequis

Avoir déjà animé un ou plusieurs ateliers avec des prestataires, piloter des projets

SESSION 1 : 07 & 08  
juin 2022



SESSION 2 : 08 & 09  
décembre 2022  
14 h



SESSION 1 :  
Limoges

SESSION 2 :  
Mont de Marsan



Françoise CLERMONT  
- COMANAGING



Voir page 75

## Accompagner les prestataires dans leur stratégie numérique et leur gestion de la relation client - FIR 184

nomak

★★★★★  
4.7/5 Satisfaction  
4.3/5 Adéquation obj  
2021

Dans la droite lignée de l'animation numérique de territoire et du bloc de compétence n°3 "Sensibilisation et accompagnement des acteurs économiques, sociétaux et touristiques du territoire", l'objet de cette formation est de pouvoir proposer une approche très technique permettant d'accompagner ses prestataires sur le numérique et la gestion de la relation client. Les apports portent sur les tendances du web touristique, les sites internet, réseaux sociaux, sites d'avis, marketplace, emailing, etc.

### Objectifs pédagogiques

- Planifier un programme d'accompagnement sur la stratégie numérique et la gestion de la relation client et le promouvoir (thématiques, publics cibles...)
- Utiliser ses connaissances sur les sujets numérique pour les transmettre
- Réaliser un bilan des actions menées en vue d'assurer un suivi auprès des prestataires
- Reconnaître l'écosystème d'outils et de tactiques à la disposition des prestataires et pratiquer le partage d'informations auprès d'eux

### Public

Chargé.e de projet, Chargé.e de projets et tourisme, Référent.e numérique, Chargé.e de communication, Community manager, Chargé.e des prestataires, Animateur.trice de réseaux

### Méthodes mobilisées

Travail personnel, ateliers collaboratifs, brainstorming focus et analyses de cas pratiques, exercices de mise en pratique seul ou en groupe, pratique d'outils, mise en pratique

### Modalités d'évaluation

Modélisation d'un document individuel permettant l'évaluation des acquis

### Prérequis

Connaitre le tissu des socio-professionnels de son territoire  
Avoir un projet d'accompagnement des prestataires et leur proposer des services notamment en lien avec la gestion de la relation client

02, 03, 05, 09, 10, 12  
mai les après-midis /  
en ligne & les 17, 18  
mai journée / présentiel  
35 h



En ligne  
&  
Bègles



Ludovic RENOULT -  
TRIPLE LOOTZ



Voir page 75

## Accompagner les prestataires et les porteurs de projets par des méthodes de coaching - FIR 94



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 pédagogiques \_\_\_\_\_

- Pratiquer son empathie et son écoute active
- Utiliser des techniques de clarification et de reformulation des besoins
- Structurer un accompagnement qui mette en puissance le projet et le chef du projet

### Public \_\_\_\_\_

Salarié.e en charge de l'accompagnement des partenaires et porteurs de projets

### Méthodes mobilisées \_\_\_\_\_

Exercices ludiques, vidéo, débat, apports théoriques, mise en situation, discussions

### Modalités d'évaluation \_\_\_\_\_

Quiz, évaluation en situation réelle

### Prérequis \_\_\_\_\_

Pas de prérequis



02, 11 mars les matins / en ligne & 21 mars journée / présentiel  
14 h



En ligne & Bègles



Brigitte OLLIER DE BOUCAUD - L'ATELIER COACHNIG ET CRÉATIVITÉ



Voir page 75

## Accompagner les prestataires dans une situation de crise (financière ou autre) - FIR 175



La crise sanitaire que nous subissons depuis de nombreux mois a démontré que les organismes de gestion de la destination (OGD) évoluent dans un contexte mouvant. Face à cela, leur mission dite de service public ainsi que de coordination des acteurs locaux sont incertaines. Cette formation a pour vocation à permettre aux OGD de soutenir et orienter leurs partenaires lors d'épisodes extraordinaires provoquant des difficultés au maintien de leur activité économique

### Objectifs pédagogiques \_\_\_\_\_

- Identifier les problématiques spécifiques à chaque secteur d'activité touristique
- Traduire ces problématiques en besoin d'accompagnement
- Construire une stratégie de reprise

### Public \_\_\_\_\_

Manager, Chargé.e d'accompagnement des prestataires

### Méthodes mobilisées \_\_\_\_\_

Présentation croisée, apports théoriques, questions/réponses, séance pratique en collectif et en individuel, analyse, échanges

### Modalités d'évaluation \_\_\_\_\_

Questionnaire, cas pratique individuel

### Prérequis \_\_\_\_\_

Être en charge de l'animation des prestataires



03 & 04 février 2022  
14 h



Bègles



Jérôme FORGET - GUEST & STRATEGY



Voir page 75

## Accompagner les professionnels dans le développement durable - FIR 171



60% des offices de tourisme du réseau déclarent accompagner et sensibiliser les professionnels du tourisme qui souhaitent s'engager dans le tourisme durable. Cela passe par une animation territoriale, des réunions et formations, un accompagnement à la labellisation, des partenariats avec des professionnels engagés. Cependant, sensibiliser ne suffit plus : il faut faire, agir, mettre en action le projet ! La légitimité de l'office de tourisme doit être naturelle sur cet accompagnement ! On démarre ensemble la réflexion ?

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les enjeux du tourisme durable pour les professionnels du tourisme
- Appliquer des techniques d'animation et de formation
- Créer de nouvelles idées d'accompagnement

### Méthodes mobilisées

Module e-learning de pré-formation, apports théoriques, études de cas, mises en situation, jeu de rôle, atelier de mise en pratique en individuel et en groupe, exposé d'une feuille de route

### Modalités d'évaluation

Évaluation au travers de mises en situation et de la présentation finale de la feuille de route d'accompagnement de prestataires sur le durable

### Public

Tout public

### Prérequis

Avoir le projet d'accompagner les prestataires du territoire sur le durable



07, 08, 14 & 15 novembre  
2022 les matins  
14 h



En ligne



Béatrice RENAUD &  
Emrick HERBAUT -  
Expairs réseau



Voir page 75

## Accompagner les prestataires à définir une politique tarifaire - FIR 121



Apporter un conseil éclairé sur la politique tarifaire d'un prestataire croise les champs de l'accompagnement à la création d'entreprise, du coaching, de la créativité et de la connaissance de son territoire. Sur quels éléments se baser pour déterminer une politique tarifaire qui soit juste ? Quelle plus-value les porteurs de projet attendent-ils des OGD ? Comment les accompagner à structurer leur prix ? Cette formation concrète permettra de vous apporter connaissances du sujet et méthodologie pour passer à l'action avec vos prestataires !

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les éléments structurants d'une stratégie tarifaire adaptée
- Concevoir un accompagnement adapté pour ses prestataires dans l'élaboration de leur politique tarifaire
- Employer des outils concrets et personnalisables afin de les transmettre à ses prestataires pour qu'ils reprennent en main leur stratégie commerciale favorisant les ventes directes

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, questions/réponses avec le formateur, cas fil rouge, travaux de groupe, Echanges, benchmark

### Modalités d'évaluation

Questionnaire, cas pratique individuel

### Public

Chargé.e d'accompagnement individuel des partenaires ou de porteurs de projets

### Prérequis

Avoir un ou plusieurs cas réel(s) de prestataire(s)



07, 08, 10 & 11 mars  
2022 les matins  
14 h



En ligne



Jérôme FORGET -  
GUEST & STRATEGY



Voir page 75

## Se préparer pour être agréé, en tant que structure, pour le classement des meublés de tourisme - FIR 111

**nomak** NATIONAL OFFICE DE TOURISME

★★★★★  
4,7/5 Satisfaction  
4,7/5 Adéquation obj.  
2021

Pour tout savoir de l'habilitation au classement des meublés, deux journées de formation à la fois théoriques et pratiques. Elles vous permettront d'avancer dans votre dossier et de vous préparer pour cette mission, qui se répand fortement dans les offices de tourisme et ADT / CDT. Un nouveau service plus à offrir à vos partenaires !

### Objectifs pédagogiques \_\_\_\_\_

- Appliquer la réglementation
- Identifier le contenu du classement
- Expérimenter sur le terrain

### Méthodes mobilisées \_\_\_\_\_

Apports théoriques, échanges, interactions, mise en pratique et en situation sur le terrain

### Modalités d'évaluation \_\_\_\_\_

Questionnaire d'évaluation sur les différents objectifs de formations pour valider l'acquisition des compétences

### Public \_\_\_\_\_

Salarié.e amené à classer des meublés de tourisme et son.sa suppléant.e

### Prérequis \_\_\_\_\_

Être en charge du classement des meublés



05 & 06 mai 2022  
14 h



Eugénie les  
Bains



Julie DUPOUTS &  
Jean-Marc LOUIS -  
expairs réseau



Voir page 75

## Accompagner les meublés sur les règles de fiscalité et fondamentaux du droit notarial - FIR 84

**nomak** NATIONAL OFFICE DE TOURISME

★★★★★  
5/5 Satisfaction  
4,9/5 Adéquation obj.  
2018

De plus en plus d'offices de tourisme se sont investis dans le classement des meublés. Hormis l'aspect purement réglementaire, cette nouvelle activité s'inscrit totalement dans les missions de qualification de l'offre et d'accompagnement des prestataires d'un office de tourisme. Aussi, les agents des offices de tourisme en charge du classement réalisent du conseil. Ils sont souvent saisis de questions purement juridiques et fiscales de la part des propriétaires de meublés jusqu'à parfois une demande pour les aider à monter un business plan.

### Objectifs pédagogiques \_\_\_\_\_

- Identifier les différentes obligations juridiques, fiscales et sociales
- Permettre aux porteurs de retenir les solutions adaptées à leurs situations
- Savoir orienter les créateurs auprès des différentes administrations

### Méthodes mobilisées \_\_\_\_\_

Apports théoriques, travail de groupe sur des cas et présentation

### Modalités d'évaluation \_\_\_\_\_

QCM de validation des acquis sur chacun des objectifs pédagogiques

### Public \_\_\_\_\_

Salariés en charge de l'accompagnement des meublés

### Prérequis \_\_\_\_\_

Aucun si ce n'est de consacrer un temps de sa mission à l'accompagnement des meublés



28, 29 & 30 mars 2022  
21 h



Agen



Francis VARENNES -  
IPSO FACTO



Voir page 75

## Accompagner les meublés à être plus visible et accroître leur notoriété en ligne - FIR 129

**nomak** NOUVEAU FORMATEUR EN SERVICES

**NEW**

De plus en plus d'offices de tourisme se sont investis dans le classement des meublés. Hormis l'aspect purement réglementaire, cette nouvelle activité s'inscrit totalement dans les missions de qualification de l'offre et d'accompagnement des prestataires d'un office de tourisme. Aussi, les agents des offices de tourisme en charge du classement réalisent souvent du conseil et peuvent parfois être saisis par les propriétaires de meublés sur des sujets comme la visibilité, notoriété en ligne et quelques conseils en matière de gestion de la relation client. L'idée n'est pas de transformer ce public, visé par cette action, en expert numérique mais plutôt de leur fournir quelques clés, conseils qu'ils pourraient aisément partager aux propriétaires de meublés sur ces sujets. Le rôle pouvant être joué par la/le stagiaire au sein de sa structure devra être considéré, dès le départ, par l'organisme pour que les apports soient adaptés. Démarche d'accompagnement qui prendra évidemment encore plus de sens si elle est construite avec les éventuels collègues œuvrant déjà sur l'animation numérique des prestataires.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les clés de la e-réputation et savoir les adapter à différents cas
- Planifier un accompagnement de ses prestataires à la définition de leur stratégie marketing et de commercialisation en ligne
- Employer des outils concrets et personnalisables afin de les transmettre à ses prestataires

### Public

Salarié.e en charge de l'accompagnement des meublés

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, questions/réponses avec le formateur, étude de cas, travaux de groupe, Echanges

### Modalités d'évaluation

Questionnaire et travaux individuels d'audit & de recommandations

### Prérequis

Aucun si ce n'est de consacrer un temps de sa mission à l'accompagnement des meublés



04, 05, 07 & 08 avril  
2022 les matins  
14 h



En ligne



Jérôme FORGET -  
GUEST & STRATEGY



Voir page 75

## Etre à l'aise avec la prise de belles photos d'hébergements touristiques (meublés notamment) - FIR 128

**nomak** NOUVEAU FORMATEUR EN SERVICES

**Nouveau formateur  
Nouveau contenu**

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 entrer 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 pédagogiques

- Expérimenter la prise de photos d'hébergement au niveau technique
- Utiliser les bonnes photos pour mettre en valeur un hébergement en vue d'une publication
- Choisir les bonnes plateformes de mises en valeur de ces photos

### Public

Chargé.e de communication, Chargé.e de prestataires

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, échanges, pratique avec prises de vue, retouches, démonstrations outils et fonctions

### Modalités d'évaluation

Présentations par les stagiaires de leurs travaux, mise en pratique de l'ensemble du processus permettant l'évaluation des acquis

### Prérequis

Être équipé de matériel photographique (smartphone, appareil photo numérique) et connaître les réglages de ses appareils pour permettre une mise en pratique instinctive



04, 05 & 06 avril 2022  
21 h



La Rochelle



Michel ANDRÉ - UC  
CONSEIL



Voir page 75

# COMMERCIALISATION

## Les formations qui m'intéressent

### STRATÉGIE COMMERCIALE

- Innover dans ses offres touristiques pour séduire la clientèle de proximité - FIR199 49
- Construire des services orientés client (design de services) - FIR124 49
- Orienter ses offres à destinations des clientèles familiales - FIR154 50

### ACTIVITÉ RÉCEPTIVE



- Travailler sa clientèle affaire - FIR232 50

### FORCE DE VENTE

- Construire son argumentaire commercial - FIR153 51

### BILLETTERIE

- Optimiser sa billetterie - FIR149 51

### BOUTIQUE

- Repenser sa stratégie boutique autour du durable - FIR219 52

### VISITES GUIDÉES



- Se démarquer avec des visites décalées et sensorielles - FIR82 52
- Développer, construire et animer des visites pour le jeune public - FIR228 53

### POLITIQUE TARIFAIRE

- Définir le bon prix pour le bon service (politique tarifaire optimisée et logique) - FIR157 53

### JURIDIQUE

- Maîtriser les fondamentaux juridiques de la commercialisation - FIR16 54

## Innover dans ses offres touristiques pour séduire la clientèle de proximité - FIR 199



La crise sanitaire a bouleversé le tourisme de l'année 2020. Beaucoup de français ont décidé de partir en France et beaucoup de destinations ont pris la balle au bond en créant des campagnes de communication toutes plus alléchantes les unes que les autres. Qu'en est-il de demain ? Pourra t-on voyager de la même manière ? Et si la clientèle de proximité était l'avenir ? Quelles offres touristiques mettre en avant pour pouvoir développer une réelle stratégie de tourisme de proximité ? Comment sortir son épingle du jeu pour donner envie aux locaux et voisins proches de venir (re)découvrir leur chez eux ? Comment innover et être en phase avec leurs attentes ? Comment bâtir cette offre et la faire connaître ?

### Objectifs pédagogiques \_\_\_\_\_

- Identifier les opportunités de marché offertes par le tourisme de proximité
- Identifier les différents types de clientèles de proximité, pour savoir répondre à leurs attentes et besoins spécifiques : en termes d'offre, d'animations, d'outils de commercialisation / fidélisation
- Concevoir une communication pertinente (ton, supports, canaux...) et un plan d'action ciblé pour capter et fidéliser les clientèles de proximité

### Public \_\_\_\_\_

Chargé.e de commercialisation

### Méthodes mobilisées \_\_\_\_\_

Apports théoriques illustrés d'exemples, temps d'échanges et partages d'expériences, ateliers de mise en action : réflexion individuelle ou co-création en petits groupes

### Modalités d'évaluation \_\_\_\_\_

Quiz et travaux individuel pour valider les acquis de formation

### Prérequis \_\_\_\_\_

Connaître sa clientèle de proximité. Connaître ses offres sur le territoire



28 février & 01 mars  
2022  
14 h



La Rochelle



Françoise SCHMITT -  
BEETIC / DIVINEMENT  
BON



Voir page 75

## Construire des services orientés client (design de services) - FIR 124



Comment séduire à nouveau mon public avec mes services en office et sur le territoire ? Quelles techniques mettre en place pour concevoir une offre orientée usagers et clients ? Au travers des méthodes de design de services vous vous mettez en situation de phaser votre projet de l'observation des usages à la phase de test par des scénarii, des problématiques identifiées, du prototypage.

### Objectifs pédagogiques \_\_\_\_\_

- Identifier de nouvelles opportunités de développement pour un OT ou une destination touristique par une stratégie clients innovante
- Élaborer et tester de nouvelles offres de services ou de produits touristiques (design thinking)

### Public \_\_\_\_\_

Salarié.e ayant en responsabilité de créer ou animer une offre, Chargé.e de l'offre de service, Chargé.e de la commercialisation, Directrice.eur d'office, Responsable de collectivité, Responsable accueil

### Méthodes mobilisées \_\_\_\_\_

Apports didactiques et illustratifs, ateliers étude de cas, échanges et interactivité

### Modalités d'évaluation \_\_\_\_\_

Quiz pour valider les acquis de formation

### Prérequis \_\_\_\_\_

Avoir identifié un public cible et des offres à repenser



04 & 05 avril 2022  
14 h



Cognac



Guy CASTAGNÉ -  
AKINA



Voir page 75



## Orienter ses offres à destination des clientèles familiales - FIR 154

COMMERCIALISATION

La clientèle famille est majoritaire sur beaucoup de territoires néo-aquitains. La proposition d'offres d'activités à faire en famille (expériences, pass activité famille...) est devenue incontournable.

Plusieurs questionnements de fond se posent pour élaborer des produits touristiques orientés pour les familles. 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 quels écueils éviter ? Comment les attirer et/ou les fidéliser ? Comment mobiliser mon réseau d'acteurs pour se positionner sur cette cible ? Quelle place à l'innovation, à l'expérimentation dans ma stratégie de vente ?

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les attentes et profils de pratique des familles en France et en Europe, et les prioriser pour son activité.
- Identifier et assembler les 10 éléments clés d'une expérience réussie de découverte en famille
- Situer après l'avoir étudié, le niveau de qualité attendu par les familles dans son offre touristique
- Construire une stratégie produits familles avec les acteurs de son territoire
- Développer une communication efficace vers les publics familles, savoir imager et écrire

### Public

Chargé.e de commercialisation, Directrice.eur

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, photo-langage, ateliers dialogués et créatifs, outils d'auto-positionnement, benchmark, travail personnel sur sa stratégie

### Modalités d'évaluation

Évaluation individuelle écrite ou orale sur chacun des objectifs de la formation

### Prérequis

Avoir une stratégie orientée sur le développement de son offre de commercialisation à destination des familles (hors produits boutique)



02, 03 & 04 mars 2022  
21 h



Pau



Bruno TAMAILLON - TAM'S



Voir page 75



## Travailler sa clientèle affaire - FIR 232

L'acronyme anglais MICE pour Meetings Incentives Conventions & Events présente une forme de tourisme tournée vers le tourisme d'affaire ! En effet, le tourisme d'affaire représente une part importante du tourisme avec de plus en plus d'évènements et de manifestations à destination des entreprises.

Quelles sont les tendances, avec qui travailler dans le tissu économique local, avec quels canaux de commercialisation et quels outils (plateforme de réservation, site de référencement) travailler ? Comment relier commercialisation et communication ?

Voici les items qui seront abordés lors de cette formation.

### Objectifs pédagogiques

- Établir un diagnostic de votre activité et évaluer votre potentiel sur ce marché face aux enjeux et attentes des clients
- Identifier vos cibles, les canaux et outils de commercialisation et communication induits
- Reconnaître les bonnes pratiques pour construire votre proposition de valeur, la commercialiser et la réaliser

### Public

Chargé.e de congrès, Chargé.e de commercialisation

### Méthodes mobilisées

Atelier collaboratif, apports théoriques, atelier diagnostic individuel, ateliers de co-construction en sous-groupes et en binômes, exemples, benchmark

### Modalités d'évaluation

Quiz pour valider les acquis de formation

### Prérequis

Avoir une destination propice à développer la clientèle "affaire"



03 & 04 octobre 2022  
14 h



Pau



Gilles BOURGEOIS - BEETIC



Voir page 75



# Construire son argumentaire commercial - FIR 153

Monter des produits et des séjours c'est bien, mais encore faut-il savoir les vendre correctement. En effet, bien souvent les services commerciaux répondent à des demandes (sans faire de prospection) et ne les concrétisent pas en acte d'achat. Comment prospecter, comment répondre à des demandes : techniques, outils, leviers, vocabulaire, arguments oraux et écrits pour montrer que c'est à l'office de tourisme qu'il faut confier la conception de son séjour !

## Objectifs pédagogiques

- Identifier les avantages réels et perçus de son offre
- Adopter la posture, les outils et techniques d'un conseiller référent et professionnel de la vente
- Construire ou perfectionner son argumentaire commercial et conclure des ventes

## Méthodes mobilisées

Atelier collaboratif, témoignages clients et apports théoriques, benchmark, exemples, brainstorming, jeux, mises en situation, ateliers en sous-groupes, battle

## Modalités d'évaluation

Quiz pour valider les acquis de formation

## Public

Chargé.e de commercialisation

## Prérequis

Être en contact direct avec le client et charge du montage de produit



28 février, 01 mars les matins / en ligne & 15, 16 mars 2022 journée / présentiel 21 h



En ligne & Bègles



Gilles BOURGEOIS - BEETIC



Voir page 75



# Optimiser sa billetterie - FIR 149

Une grande partie des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine gèrent une billetterie, principalement en vente au comptoir. C'est une manne financière importante. Pourrait elle l'être plus alors que la mission est hétérogène dans ses objectifs? Y a-t-il des leviers pour améliorer sa billetterie, son organisation, des négociations avec les partenaires à mener, des marges à améliorer, des méthodes d'optimisation à ne pas manquer. C'est ce que nous explorerons au travers de cette formation.

## Objectifs pédagogiques

- Identifier les piliers des coûts et rentrées de chiffre d'affaires de la billetterie
- Utiliser les outils digitaux et reconnaître leur retour sur investissement
- Planifier l'amélioration d'un système existant par l'analytique et prévisionnel

## Méthodes mobilisées

Fiches d'experts, témoignages, exemples, outils, apports techniques et illustrations

## Modalités d'évaluation

Quiz pour valider les acquis de formation, feuille de route individuelle

## Public

Responsable commercialisation, Responsable accueil

## Prérequis

Connaître le fonctionnement d'une billetterie et en avoir une dans sa structure



07 & 08 novembre 2022 14 h



Voutezac



Guy CASTAGNÉ - AKINA



Voir page 75

## Repenser sa stratégie boutique autour du durable - FIR 219



Réussir la création d'une boutique demande de suivre plusieurs étapes préalables indispensables à la pérennisation du projet. L'une de ces étapes est le positionnement que l'on choisit pour notre boutique avec la marque et les produits qui en découlent. Aujourd'hui, de plus en plus d'offices de tourisme souhaitent se tourner vers un positionnement plus vertueux, plus local, plus durable. Comment monter une telle boutique en gardant à l'esprit la notion de rentabilité que demande la collectivité. Tout se jouera sur l'esprit donné au lieu, sur les produits que l'on y vend, sur les partenariats que l'on tisse pour en faire un lieu incontournable, un lieu où il faut passer durant ses vacances !

### Objectifs pédagogiques

- Définir le positionnement de sa boutique en cohérence avec ses valeurs et l'image que l'on souhaite donner
- Comprendre les différents aspects du durable dans une boutique d'OT
- Agencer l'espace de vente pour le rendre attractif et le gérer de façon performante
- Construire la stratégie plan d'action pour une boutique plus durable

### Public

Responsable boutique, Salarié.e en charge de la boutique, Directrice.eur

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques illustrés d'exemples, temps d'échanges et partages d'expériences, ateliers de mise en action : réflexion individuelle ou co-création en petits groupes, jeux de rôle

### Modalités d'évaluation

Évaluation au fil de l'eau des ateliers, quiz, plan d'action

### Prérequis

Avoir une boutique au sein de sa structure et avoir envie de faire le virage du durable



23, 24 & 25 novembre  
2022  
21 h



Limoges



Françoise SCHMITT -  
BEETIC / DIVINEMENT  
BON



Voir page 75

## Se démarquer avec des visites décalées et sensorielles - FIR 82



La profession de guide est en perpétuelle évolution et se réinvente constamment dans un contexte où de multiples formes de découverte d'un territoire fleurissent et attirent le visiteur. En effet, les visites classiques ou ordinaires sont toujours d'actualité mais de plus en plus de visiteurs cherchent à découvrir au travers de l'expérientiel.

Créer une visite non ordinaire nécessite alors de mobiliser des leviers multiples. Utiliser ses talents, faire des visites décalées, utiliser du sensoriel, tels seront les items explorés dans cette formation.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les outils et méthodes créatives de médiation aux patrimoines par l'expérimentation sensorielle
- Utiliser une méthode pour créer, tester et pérenniser une visite animée
- Expérimenter la création d'une visite, la structurer, la vendre

### Public

Guide

### Méthodes mobilisées

Apports, mise en pratique sur site, construction d'un plan de progrès, ateliers, plan d'action

### Modalités d'évaluation

Rédaction d'un plan d'action, quiz en fin de formation

### Prérequis

Guide ayant toute latitude à se réinventer



10 & 11 février 2022  
14 h



Mont de Marsan



Bruno TAMAILLON -  
TAM'S



Voir page 75



## Développer, construire et animer des visites pour le jeune public - FIR 228

Qui n'a jamais eu à faire en tant que guide à un public scolaire, de centre de loisirs lors d'une visite guidée ? Un public ô combien particulier qui demande de l'attention, de l'imagination et du savoir-faire !

Dans un premier temps, la formation permettra d'aborder la stratégie de développement de vos offres envers ce public avant d'aborder des notions de construction de l'offre, de posture, de bonnes pratiques et de techniques pour captiver son auditoire !

### Objectifs pédagogiques

- Définir les critères essentiels d'une visite pédagogique interactive
- Expérimenter des exercices pratiques de pédagogies sensorielles et d'explorations avec des enfants, selon les âges
- Conceptualiser les priorités d'interaction pour les publics scolaires ou jeunes publics (lieux, expériences interactives à vivre, outils, ...)

### Public

Guide

### Méthodes mobilisées

Apports, travaux de groupe, mise en pratique, témoignages

### Modalités d'évaluation

Évaluation écrite et orale individuelle sur la base d'un document écrit et rédaction de la conceptualisation d'une visite ou atelier interactif pour sa structure

### Prérequis

Être débutant dans la pratique des visites jeunes publics ou avoir déjà pratiqué mais avec un besoin de rassurance



14 & 15 avril 2022  
14 h



Bègles



Marie TAMAILLON -  
TAM'S



Voir page 75

## Définir le bon prix pour le bon service (politique tarifaire optimisée et logique) - FIR 157



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.

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.

Un questionnaire préalable permettra d'organiser la formation sur des cas concrets vécus par les participants.

### Objectifs pédagogiques

- Élaborer un prix en fonction de critères objectifs (prix de revient, mission de service public, marge, environnement concurrentiel, etc.)
- Pratiquer le prix adapté à la demande
- Appliquer une politique commerciale fluide

### Public

Directrices.eurs d'offices de tourisme, DAF, responsables partenariats, Chargé.es de commercialisation

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, mises en situation, partage de cas

### Modalités d'évaluation

QCM reprenant l'ensemble des points essentiels abordés

### Prérequis

Définir des prix dans son quotidien (partenariats, boutique, billetterie, etc.)



12 & 13 mai 2022  
14 h



Bègles



Emilie CARON -  
RUBBEES



Voir page 75

# Maitriser les fondamentaux juridiques de la commercialisation - FIR 16



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. Les connaissances mais aussi les temps d'échanges entre structures seront de la partie.

## Objectifs pédagogiques

- Situer le processus contractuel de l'information à l'exécution de la prestation
- Appliquer à chaque situation de vente le bon cadre contractuel, d'information et de responsabilité
- Créer sa documentation type : CGV, contrat, convention de partenariat...

## Public

Responsable commercialisation, Chargé.e de commercialisation

## Méthodes mobilisées

Apports théoriques, mise en pratique, quiz d'étape, cas pratique en demi-groupes

## Modalités d'évaluation

QCM reprenant l'ensemble des points essentiels abordés, production individuelle

## Pré-requis

Pas de prérequis



17 & 18 novembre  
2022  
14 h



Bègles



Alice GOUTNER &  
Chloé REZLAN -  
ALKEMIST AVOCAT



Voir page 75



## NOTES

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

# STRATÉGIE GÉNÉRALE DES OFFICES DE TOURISME

## Les formations qui m'intéressent

### STRATÉGIE

- Repenser le rôle de l'office de tourisme sur son territoire - FIR211 56

### PILOTAGE, EVALUATION, OBSERVATION



- PILOTer son OGD - FIR224 56

### DÉVELOPPEMENT DURABLE



- Initiation au tourisme durable - FIR231 57



- Mettre en place une stratégie de tourisme durable sur son territoire - FIR233 57

## Repenser le rôle de l'office de tourisme sur son territoire - FIR 211



Les offices de tourisme et plus généralement les organismes de gestion de destinations sont des outils au service des territoires et de leur développement aussi bien économique que local.

En ce sens, s'adapter aux aléas de tout bouleversement conjoncturel voire structurel est une nécessité.

Avoir conscience de cela et acquérir les compétences pour le traiter permettent une refonte progressive mais durable de l'organisation et des métiers dans les OGD.

Raison d'être, scénarii stratégiques et opérationnels, questionnement sur les façons de travailler avec sa collectivité ou encore sur les missions apportent une approche systémique et pratico-pratique de la question du rôle des OGD.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les enjeux pour son OGD
- Décrire les éléments constitutifs d'une raison d'être
- Construire sa feuille de route pour adapter son OGD

### Méthodes mobilisées

Icebreaker, apports théoriques, partage et réflexion collective, travail en sous-groupes, productions individuelles

### Modalités d'évaluation

Évaluation par le biais des travaux réalisés et d'un quiz

### Public

Directrice.eur, Manager, Manager intermédiaire

### Prérequis

Être en charge de la structure, être en lien avec les instances de décisions, être en relation directe avec les élus décisionnaires



03, 04 février les matins / en ligne  
et 10, 11 février 2022 / présentiel  
21 h



En ligne  
&  
Saintes



Guy BACULARD -  
COMANAGING



Voir page 75

## PILOTer son OGD - FIR 224



Au cœur du dispositif PiLOT, plus que la saisie des données nécessaire, c'est la méthode d'exploitation des indicateurs qui doit être visée pour passer de l'information à l'action dans le cadre du pilotage stratégique de sa structure.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les faits saillants issus de la saisie des indicateurs
- Repérer et hiérarchiser les causes
- Construire un plan d'action d'amélioration

### Méthodes mobilisées

Apports méthodologiques et exercices pratiques, travaux en sous-groupes et individuels

### Modalités d'évaluation

Travaux individuels et plan d'action individuel

### Public

Utilisateurs de la solution PiLOT ayant déjà saisi les données ISEC et ITT

### Prérequis

Pas de prérequis



18, 19 & 20 mai et 16  
juin 2022 - les matins  
14 h



En ligne



Loïc COISSIN - expair  
MONA



Voir page 75

## Initiation au tourisme durable - FIR 231



Découvrir les grands principes du développement durable appliqué au secteur du tourisme, ses impacts et enjeux afin de pouvoir par la suite les transposer au sein de son territoire. Tel est l'objectif de cette sensibilisation qui doit être l'affaire de tous, afin de créer une culture commune à l'ensemble des parties prenantes d'un territoire.

Il est donc essentiel de passer du temps sur cette étape de sensibilisation qui permettra à chaque individu d'exprimer ses besoins dans un collectif, de s'inspirer en découvrant un panorama d'actions, de se convaincre mutuellement et de faire émerger des idées complémentaires.

Cette formation prendra en compte les 3 piliers du développement durable afin de créer par la suite une véritable stratégie territoriale de tourisme durable qui soit économiquement efficace, socialement équitable et écologiquement tolérable.

### Objectifs pédagogiques

- Sensibiliser aux 3 piliers du développement durable et à sa traduction en termes de tourisme durable
- Créer une culture commune autour du terme tourisme durable
- Identifier les enjeux du tourisme durable pour son territoire et sa structure

### Public

Tout collaborateur au sein d'une entreprise ou collectivité ayant une activité en lien avec le tourisme (Hôtellerie de plein air, espaces de loisirs, organisme de tourisme, spectacle vivant...)

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, partage et réflexion collective, travail en sous-groupes, productions individuelles

### Modalités d'évaluation

Feuille de route des petits pas

### Prérequis

Pas de prérequis



1er février 2022  
7 h



Bègles



Sophie DUPRAT-  
CAOURE - exPAIR MONA



Voir page 75

## Mettre en place une stratégie de tourisme durable sur son territoire - FIR 233



On ne peut plus le nier, à l'heure actuelle il est indispensable d'engager les actions touristiques de son territoire pour qu'elles respectent et favorisent le développement durable. Cela passe tout d'abord par une compréhension des enjeux de la gestion écoresponsable d'une structure, un décryptage des différents outils de management en développement durable à votre disposition et une appropriation de ces méthodes pour piloter une démarche territoriale de tourisme durable. Venez trouver des idées et appliquer une méthode pour engager durablement votre territoire.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les impacts et les leviers de développement durable sur son territoire et dans sa structure
- Identifier les principaux outils de management en développement durable et les fondamentaux de la RSE
- Appliquer une méthode pour s'engager dans le tourisme durable
- Expérimenter et maîtriser les outils pour piloter, évaluer et s'inscrire dans une démarche d'amélioration constante d'un tourisme plus durable

### Public

Manager, Responsable, Directrice.eur de structures actrices du tourisme

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, retours d'expérience, travaux en sous-groupes et en individuel, auto-évaluation, module de elearning

### Modalités d'évaluation

Questionnaire en fin de jour 1 et en fin de jour 2

### Prérequis

Avoir une connaissance des institutions touristiques



Session 1 pour le réseau MONA : 11 et 12 avril 2022  
Session 2 pour tous les ressortissants AFDAS : 09 et 10 mai 2022  
14 h



Session 1 : PNR Landes de Gascogne   
Session 2 : Bègles



Béatrice RENAUD & Jérôme LAY - exPAIRS réseau



Voir page 75

# MANAGEMENT

## Les formations qui m'intéressent

### ANIMATION D'ÉQUIPE (COHÉSION, CONDITION DE TRAVAIL, QVT, COM INTERNE)

- Impliquer son équipe et apprendre à déléguer - FIR136 58
- Entract - FIR221 59

### SAVOIR-ÊTRE

- Manager et être en phase avec son équipe - FIR101 59

## Impliquer son équipe et apprendre à déléguer - FIR 136



Composante essentielle de la gestion de projet, le distinguo 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'entendre 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 pédagogiques

- Situer son savoir-être pour améliorer ses relations
- Reconnaître les leviers d'implication des acteurs en levant les freins
- Identifier les méthodes de communication et organisation pour un projet réussi

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, ateliers individuel ou en sous-groupes, discussions, mises en situation, jeu de rôle, études de cas, cartes action, exercices en sous-groupes, débriefing

### Modalités d'évaluation

Quiz, test, évaluation en situation réelle pour valider la montée en compétence réelle sur les méthodes et les outils

### Public

Manager, Chargé.e d'animer des projets avec un réseau d'acteurs sans lien hiérarchique

### Prérequis

Animer une équipe, piloter des projets



05, 06, 12 et 13  
décembre 2022 les  
matins  
14 h



En ligne



Brigitte OLLIER  
DE BOUCAUD -  
L'ATELIER COACHING  
CREATIVITE



Voir page 75

## Entract - FIR 221



Entract est un programme de formation multimodal destiné à accompagner les managers dans la transformation de leur modèle organisationnel à travers l'amélioration des conditions de travail.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les styles de management, pour développer son adaptabilité en communication et management
- Construire l'implication de ses collaborateurs à partir de l'identification des clés de l'engagement
- Composer sa posture de manager pour être en phase avec son équipe

### Méthodes mobilisées

Alternance de temps en présentiel et en distanciel. Les temps en distanciel sont réservés à des moments d'apports théoriques et de discussions entre pairs. Les temps en présentiel sont réservés à des méthodes pédagogiques collaboratives et facilitant l'intelligence collective du groupe. Des temps d'exercices individuels et de prise en main de ressources sont intégrés au parcours.

### Modalités d'évaluation

Une grille de positionnement QVT est proposée en début et en fin de parcours afin d'évaluer la progression globale et les acquis sur chacun des items.  
Une matrice de l'engagement est produite pour mobiliser les équipes et les parties prenantes.  
Un plan d'action permet de valider le parcours.

### Public

Manager d'office de tourisme

### Prérequis

Pas de prérequis



08 février, 07 mars, 07 avril matin en ligne, 13 mai, 21 juin matin en ligne, 16 septembre, 04 octobre matin en ligne, 09 et 10 novembre 2022  
49 h



En ligne & en présentiel (lieux à définir)



Charlotte EMERY & Florent GUITARD - expairs MONA



Voir page 75

## Manager et être en phase avec son équipe - FIR 101



La fonction de manager a beaucoup évolué. Pour qu'une équipe fonctionne dans de bonnes conditions, elle ne peut pas être basée sur le contrôle ou l'autorité. Les missions des salariés évoluent régulièrement, les conditions de travail également. Le manager doit jongler entre le travail à distance et le travail en présentiel. Cette formation est conçue pour réussir à créer les conditions pour impliquer, motiver et fédérer son équipe à l'image de la stratégie de la structure. Il s'agit de situer chacun dans son potentiel de manager et d'acquérir différentes techniques d'équilibre relationnel. Elle apportera aux stagiaires des outils pour ajuster leur posture et construire des échanges constructifs et durables, à partir de l'exploration de soi et de cas pratiques relationnels. Elle doit également permettre au manager de mieux comprendre et d'ajuster le fonctionnement et les rôles au sein de son équipe.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les styles de management, pour développer son adaptabilité en communication et management
- Construire l'implication de ses collaborateurs à partir de l'identification des clés de l'engagement
- Composer sa posture de manager pour être en phase avec son équipe

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, exercices, travaux à partir de situations vécues dans le quotidien professionnel, analyse des retours d'expérience, mises en situation, jeux de rôles et partage d'expériences

### Modalités d'évaluation

Quiz d'évaluation des acquis en fin de formation

### Public

Manager, Directrice.eur

### Prérequis

Pas de prérequis



28 et 29 novembre 2022  
14 h



Agen



Cécile HARDY - Carine GUTIERREZ



Voir page 75

# RESSOURCES HUMAINES

## Les formations qui m'intéressent

### SOCIAL

- S'approprier la convention collective dans la gestion des ressources humaines - FIR117 61
- Composer et encadrer son équipe de saisonniers - FIRg6 61



Retrouvez toutes les ressources liées au sujet sur le site internet de la MONA rubrique [«Management - RH - GPEC»](#)



## S'approprier la convention collective dans la gestion des ressources humaines - FIR 117



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 ce document. Surtout, le manager ou responsable des ressources humaines doit se l'approprier pour savoir comment l'interpréter et s'en servir d'outil au service d'une organisation saine et de conditions de travail adaptées pour les salariés. La formation permettra d'explorer des cas concrets et des mises en situation, pour une lecture opérationnelle de la convention collective des organismes de tourisme. Dans l'idéal, les stagiaires repartent avec une vision claire, dynamique et positive de cet outil d'organisation du travail, pour qu'il ne soit plus une contrainte ou l'unique base qui détermine les conditions de travail, mais bien un document ressource sur lequel les managers s'appuient pour définir leur organisation interne.

### Objectifs pédagogiques

- Reconnaître les aspects essentiels de la convention collective
- Employer une rédaction appropriée dans les contrats de travail et avenants et gérer les relations sociales
- Identifier les risques sociaux

### Public

Responsable des ressources humaines, Directrice.eur

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, mise en oeuvre de cas, exercices

### Modalités d'évaluation

QCM de fin de formation reprenant l'ensemble des notions par objectifs pédagogiques

### Prérequis

Pas de prérequis



07, 08, 09, 10 novembre  
2022 les matins  
14 h



En ligne



Alice GOUTNER &  
Camille GOURDON -  
ALKEMIST AVOCATS



Voir page 75

## Composer et encadrer son équipe de saisonniers - FIR 96

Nouveau formateur  
Nouveau contenu

Chaque année, la question du recrutement et de l'arrivée des saisonniers dans une structure est essentielle pour réussir une bonne saison touristique. Cette formation est là pour vous donner toutes les clés pour choisir les bons saisonniers, appréhender et anticiper au mieux leur arrivée afin de les inclure au mieux dans le projet de structure.

### Objectifs pédagogiques

- Évaluer le nombre de personnel saisonnier nécessaire au surcroît d'activité, en s'appuyant sur les critères de fonctionnement de sa structure.
- Identifier le personnel saisonnier adéquat (savoir-être/savoir faire) aux besoins de la structure
- Concevoir l'accompagnement sur mesure idéal pour l'intégration de ses saisonniers

### Public

Directrice.eur, Manager d'équipe d'accueil et en charge des saisonniers

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, ateliers créatifs, outils techniques.

### Modalités d'évaluation

Quiz de fin de session

### Prérequis

Intégrer une arrivée de saisonniers (2 ou +)



07 & 08 février 2022  
14 h



Mont de Marsan



Amélie HAY & Corine  
PIERSON - expair  
MONA et expair réseau



Voir page 75

# GESTION DE LA STRUCTURE

## Les formations qui m'intéressent

### COMMANDE PUBLIQUE

- Maîtriser les règles de la commande publique : initiation - FIR73 62

### GESTION BUDGÉTAIRE

- Animer, collecter, optimiser la taxe de séjour - FIR26 63

### GESTION COMPTABLE

- Maîtriser la comptabilité M4 - FIR108 63

## Maîtriser les règles de la commande publique : initiation - FIR 73



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...). Cette formation est une initiation à la commande publique.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les règles essentielles de la commande publique
- Appliquer les différentes procédures d'achat public et les différentes formes de commande publique
- Développer une procédure de commande publique

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, mises en situation, questions/réponses

### Modalités d'évaluation

Quiz, validation des cas pratiques par le formateur de façon individuelle pour vérifier les connaissances acquises par les stagiaires

### Public

Directrice.eur, Responsable, Chargé.e de développement en office ou collectivité, ou toute personne en responsabilité de mener à bien cette mission

### Pré-requis

Pas de prérequis



21 & 22 novembre 2022  
14 h



Poitiers



Simon FIORELLO -  
PROXIMUM



Voir page 75

## Animer, collecter, optimiser la taxe de séjour - FIR 26

Collecter la taxe de séjour sur son territoire, c'est bien. La considérer comme une ressource dynamique au service du projet de développement touristique du territoire, c'est mieux !

Cette formation vous propose un cadrage réglementaire indispensable et de nombreuses clés pour animer le dispositif de la taxe de séjour.

Elle est animée par nos expairs pour être au plus proche du terrain et des réalités ! Théorie et pratique seront donc mêlées pour répondre à vos interrogations et imaginer la méthode de perception la plus efficiente pour votre territoire.

Formation conseillée en binôme : OT/collectivité ou coordonateur/régisseur.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier les fondamentaux réglementaires de la taxe de séjour
- Créer une organisation efficiente pour la perception de la taxe de séjour et animer le dispositif avec les différents partenaires
- Appliquer des actions d'optimisation de la collecte à son contexte

### Public

Salarié.e en charge de la taxe de séjour et régisseuse

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques et exercices pratiques  
Exemples : démonstration, observation, exercices et études de cas

### Modalités d'évaluation

Questionnaire individuel d'évaluation

### Prérequis

Gérer ou avoir pour projet de mettre en place la taxe de séjour



10 & 11 octobre 2022  
14 h



Pau



Raphaëlle MIREMONT  
& Sylvain LANGER -  
expairs réseau



Voir page 75

## Maîtriser la comptabilité M4 - FIR 108



De plus en plus d'offices de tourisme sont aujourd'hui en EPIC, ce qui ne va pas sans poser de nombreuses questions autour de la gestion des structures. Gestion comptable en partie simple ou en partie double, budget primitif, virement, autofinancement, exécution budgétaire (engagements, mandats, titres...), compte financier seront autant de sujets qui seront appréhendés lors de cette formation riche en expériences et en échanges.

### Objectifs pédagogiques

- Connaître les principes de la comptabilité publique en EPIC
- Appliquer les bases de la comptabilité M4

### Public

Chargé.e de la comptabilité publique, Directeur.rice de structure en EPIC

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, exercices pratiques, retours d'expérience

### Modalités d'évaluation

QCM et exercices de mise en pratique

### Prérequis

Pas de prérequis



26 & 27 septembre 2022  
14 h



Bègles



Elise MAXIMIN OPOKU  
/ Béatrice MUGABURE  
- expairs réseau



Voir page 75

# GESTION DE PROJET

## Les formations qui m'intéressent

### MÉTHODOLOGIE

- Maîtriser une méthodologie de gestion de projet - FIR217 65
- Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe - FIR185 65

### WEBMARKETING

- Maîtriser la qualité dans les projets Web - FIR205 66

### ANIMATION

-   Animer un atelier avec ses prestataires - FIR223 66
-   Développer des pratiques collaboratives grâce à l'intelligence collective - FIR226 67
-   Innover dans ses projets par des méthodes créatives et la ludopédagogie - FIR222 67

## Maîtriser une méthodologie de gestion de projet - FIR 217



Les structures touristiques institutionnelles se sont transformées en peu de temps. Elles génèrent de plus en plus de projets internes. Quel que soit le projet en question, les salariés et les équipes dans leur globalité sont impactés et il est primordial d'acquérir de la méthode et des bonnes pratiques pour mener à bien ces projets. Les apports attendus sont nombreux pour pouvoir bâtir les bases d'un projet en insistant sur les compétences (techniques et relationnelles), 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. L'objectif est ainsi de permettre aux participants de maîtriser la méthodologie de la gestion d'un projet sur le long terme, de savoir comment le mutualiser et manager l'équipe en charge du projet.

### Objectifs pédagogiques

- Expérimenter une méthodologie de conduite de projet : Définition - Planification - Mise en œuvre - Evaluation (indicateurs) Conclusion
- Identifier les outils et techniques nécessaires à chaque phase
- Développer une communication mobilisatrice autour du projet permettant d'informer et d'impliquer, d'identifier et d'anticiper les résistances au changement

### Public

Salarié.e en charge de projets

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, exemples de mise en pratique, travaux de réflexions en sous-groupes, animations à partir de cas apportés ou présentés par chaque participant, ateliers expérimentiels

### Modalités d'évaluation

Évaluation sur les exercices et animations menés en cours de session

### Prérequis

Porter un projet



10 & 11 octobre 2022  
14 h



Saintes



Jean-Pierre  
CONDUCHÉ



Voir page 75

## Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe - FIR 185



La veille est une compétence clé pour chacun d'entre nous car tout poste de travail nécessite de connaître les évolutions (qu'elles soient de nature sociétale, environnementale, sociale, économique, numérique, juridique) et d'en tirer une analyse et formuler des conclusions pour soi, pour son service, pour sa structure, pour son territoire.

Le spectre est large et pourtant la veille est souvent le parent pauvre de notre quotidien professionnel. On invoque, bien souvent, le manque de temps, le manque de méthode, le manque d'analyse, le manque d'échange entre collègues sur le fruit de ces recherches...

Les apports attendus sont nombreux pour pouvoir aider les stagiaires à structurer une démarche de veille pour leur mission et in fine pour leur structure.

Plusieurs sujets devront être traités : distinguer entre veille et curation, sujets prioritaires et outils pour se lancer, tri et analyse, partage et esprit de synthèse.

### Objectifs pédagogiques

- Organiser les processus de veille et de curation
- Prioriser les actions de veille en fonction des demandes et des ressources de la structure
- Concevoir un cadre précis de reporting et de partage en interne

### Public

Tout public souhaitant mettre en place une veille pour sa mission et sa structure

### Méthodes mobilisées

Apports méthodologiques et technologiques, benchmarks, études de cas, exercices pratiques, partage d'expériences

### Modalités d'évaluation

Quiz de fin de formation pour évaluer les acquis, exercices individuels

### Prérequis

Pas de prérequis



03 & 10 octobre 2022  
14 h



En ligne



Florent LIONNET -  
AKINA



Voir page 75

## Maîtriser la qualité dans les projets Web - FIR 205



Quand on est commanditaire d'un projet ou qu'on veut créer un projet web de qualité, il est important de maîtriser toute une palette de connaissances : hébergement, technologie, requête, contenu, SEO, UX, accessibilité aux personnes handicapées, performance, sécurité... Le tout pour permettre une expérience confortable pour tous les utilisateurs.

Mais face à tout ce jargon très technique et à la multitude d'activités numériques qui se développent, comment créer un projet web durable et de qualité quand on est pas un professionnel du numérique ? Venez découvrir ce que cachent ces notions et les règles pour concevoir des sites internet de qualité, moins énergivores et plus respectueux des utilisateurs et de l'environnement.

### Objectifs pédagogiques

- Mémoriser le vocabulaire et les métiers du projet Web
- Reconnaître la diversité et les exigences des utilisateurs
- Identifier les risques, renforcer l'assurance qualité Web, utiliser une check-list qualité Web

### Méthodes mobilisées

Activités de lectures recommandées, consultation de vidéos, QCM autocorrectifs, activités pratiques, examens blancs avec indices et corrigés, référentiel de compétences et du guide de certification au format numérique

### Modalités d'évaluation

Examen blanc  
Examen final en ligne reposant sur la vérification de la maîtrise des compétences clés de la certification

### Public

Chargé.e de projet, Chargé.e de projets tourisme, Référent.e numérique, Chargé.e de communication, Community manager

### Prérequis

Savoir naviguer sur le web  
Pratique élémentaire sur l'un des items d'un projet web (création de contenu ou utilisation CMS ou maintenance de site ou rédaction cahier des charges...)

2 jours en autonomie  
Démarrage : mi-mars pour  
une durée de 3 mois /  
Inscription impérative avant  
le 25 février  
14 h



En ligne



Elie SLOÏM & Laurent  
DENIS - OPQUAST



Voir page 75

## Animer un atelier avec ses prestataires - FIR 223

NEW

Les organismes de gestion de la destination (OGD) sont au cœur de la professionnalisation des acteurs touristiques locaux. Au travers de programmes locaux de professionnalisation ou d'ateliers ponctuels, les chargés de relation prestataire sont amenés à animer des ateliers, en collectif ou en individuels, pour faire monter en compétences leurs partenaires sur les sujets liés à l'accueil, au numérique ou encore à la gestion de leur structure. Ils ont souvent la compétence technique, mais pas nécessairement les méthodes et la posture adaptées. S'ils n'ont pas vocation à remplacer les acteurs privés ou à développer les mêmes compétences que des formateurs aguerris, ils ont besoin de comprendre de quelle manière transmettre un savoir, favoriser l'apprentissage et la mémorisation, transmettre une compétence pour favoriser l'autonomie. Cette formation doit leur permettre de comprendre les bases de la pédagogie et de ses méthodes, pour être à l'aise, avec un groupe comme en individuel, et construire des séquences adaptées.

### Objectifs pédagogiques

- Créer les conditions pour favoriser l'engagement de son public
- Développer une posture d'animateur facilitateur au service du groupe
- Expérimenter diverses méthodes d'animation en fonction des objectifs : partager et/ou coconstruire une vision, informer, résoudre des problèmes, explorer une situation, un projet, prioriser, prendre des décisions...

### Méthodes mobilisées

Apports méthodologiques et théoriques, mise en application, partage d'expérience, cas pratique

### Modalités d'évaluation

Production individuelle, mise en situation, quiz

### Public

Chargé.e d'accompagnement des prestataires

### Prérequis

Avoir un atelier à préparer en cas pratique  
Avoir déjà animé un ou plusieurs ateliers avec des prestataires



16 & 17 juin 2022  
14 h



Saintes



Emily LEFEBVRE  
ou Delphine  
WITTEBROOT - EMY  
DIGITAL



Voir page 75

## Développer des pratiques collaboratives grâce à l'intelligence collective - FIR 226

QVT

NEW

Les organismes de gestion de la destination (OGD) évoluent dans un contexte professionnel en mutation où se multiplient les interactions au sein de l'équipe mais également au sein de l'écosystème de la destination. Dès lors, il est de plus en plus important de créer des liens durables et de renforcer le travail transversal. Les pratiques de co-construction et de travail collaboratif deviennent un enjeu fort et un levier essentiel pour garantir la pérennité des organisations. « Seul on va plus vite, mais ensemble on va plus loin », est le moteur de cette formation qui vous apportera les bases fondamentales à l'amélioration de la qualité des interactions entre les hommes et les femmes qui œuvrent au quotidien dans vos organisations et sur votre territoire.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier et appliquer les principes de l'intelligence collective
- Planifier et mettre en œuvre une séance de travail en intelligence collective
- Expérimenter les processus et analyser leurs effets

### Public

Manager, Responsable d'équipe, Chargé.e d'accompagnement des prestataires

### Méthodes mobilisées

Apports, pratique, échanges collectifs, co-construction, groupes de travail, mises en situation

### Modalités d'évaluation

QCM en fin de formation pour évaluer les acquis et production individuelle

### Prérequis

Avoir envie de bousculer ses anciennes croyances, savoir se remettre en question pour décider à plusieurs



05 & 06 décembre  
2022  
14 h



Bègles



Séverine TEULIÈRES &  
Claire HERNANDEZ -  
GRANDS ENSEMBLE



Voir page 75

## Innover dans ses projets par des méthodes créatives et la ludopédagogie - FIR 222

QVT

NEW

On le sait tous, travailler en équipe n'est pas si simple que cela ! On sait également qu'avoir de nouvelles idées et faire émerger des projets novateurs demandent de sortir de sa zone de confort pour ne pas avoir peur d'innover. Le fait de faire un pas de côté grâce à des approches créatives et/ou axées sur de la ludopédagogie est au cœur de cette formation pour les organismes de gestion de la destination (OGD). En effet, quoi de mieux que de jouer pour développer sa créativité et apprendre en jouant ensemble.

### Objectifs pédagogiques

- Apprendre la théorie des jeux ou comment intégrer une dimension ludique dans une pensée ou un fonctionnement
- Expérimenter les outils proposés (workshop, gamestorming...) avec son propre terrain concret et analyser les retours
- Élaborer une utilisation concrète de la ludopédagogie en situation de travail

### Public

Directeur.rice d'office, responsable de collectivité, manager d'équipe, chef.fe de projet, chargé.e d'accompagnement des prestataires

### Méthodes mobilisées

Apports théoriques, études de cas, jeux, mises en situation, modélisation

### Modalités d'évaluation

Évaluation de fin de formation via questionnaire à choix multiples

### Prérequis

Avoir identifié un terrain d'investigation pour les cas pratiques



22 & 23 septembre  
2022  
14 h



Bègles



Benoit DECONCHAT -  
PLAY AT WORK



Voir page 75

# DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

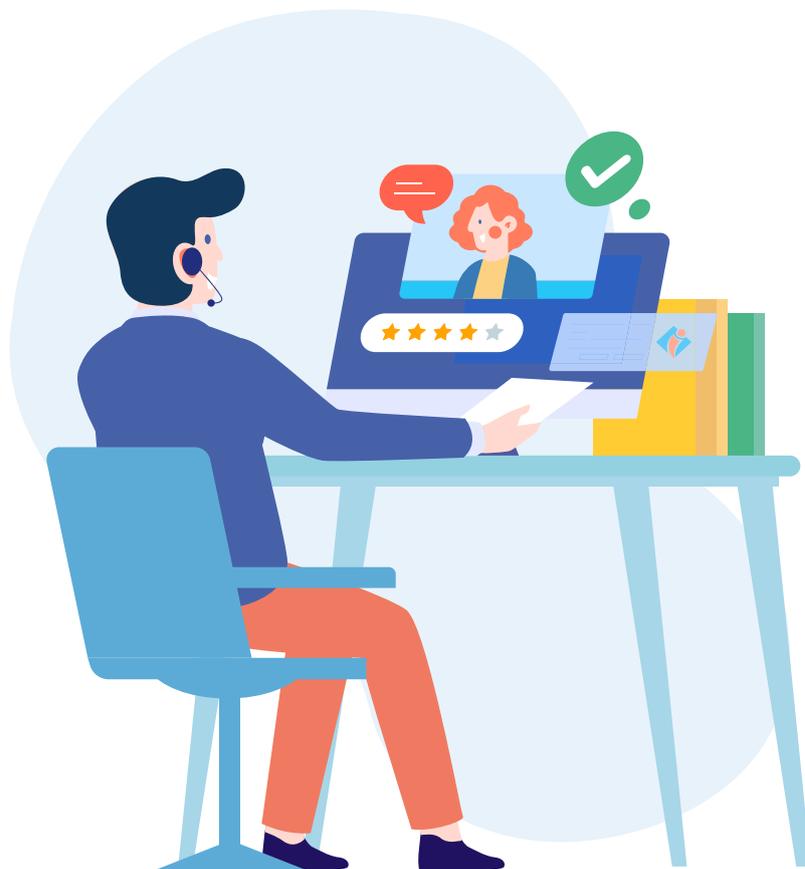
## Les formations qui m'intéressent

### ORGANISATION DU TRAVAIL

- Optimiser son temps de travail - FIR68 69

### SAVOIR ÊTRE

- Animer des réunions participatives - FIR97 69
- Défendre son projet et s'exprimer à l'oral - FIR186 70
- Communiquer en interne et faciliter le dialogue dans une organisation multisite - FIR203 70
- Développer sa confiance en soi et travailler en équipe - FIR66 71
- Renforcer sa légitimité et définir sa plus-value - FIR135 71



## Optimiser son temps de travail - FIR 68

Efficacité, efficacité, 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. Souvent, derrière la question du temps de travail se cache celle de l'organisation du travail et de la répartition de celui-ci au sein d'une équipe.

Cette formation a pour objectif de donner des clés individuelles pour mieux gérer ses priorités, mais également de permettre à chacun de mieux comprendre son mode de fonctionnement, son style de travail et celui des autres, pour s'organiser en fonction. Elle balayera également un ensemble de méthodes et d'outils qui permettent de réaliser son travail plus sereinement, que les stagiaires pourront choisir, adapter à leur fonctionnement et proposer à leurs collègues. 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. Cette formation est donc fortement centrée sur l'individu et sa propre gestion du temps, mais l'on veillera à ne pas oublier la dimension collective.

NB : La journée du 16 septembre sera répartie en 2 groupes selon les attentes définies en amont (gestion de projet / réunion). Vous suivrez donc la formation soit le matin, soit l'après-midi avant le regroupement du 20 septembre.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier son mode de fonctionnement dans le temps et analyser son rapport au temps dans le travail
- Organiser son temps de travail, estimer les restes à faire et planifier selon ses priorités
- Reconnaître les pertes de temps et les réduire

### Public

Tout public

### Méthodes mobilisées

Vidéoconférence de lancement, exercices individuels, test, apports théoriques, étude de cas, exercice de simulation, présentations croisées

### Modalités d'évaluation

Quiz pour valider les acquis de formation

### Prérequis

Pas de prérequis



Vidéoconf de lancement : 05 septembre (à 11h)  
 Module 1 : 12 septembre matin  
 Module 2 : 15 septembre matin  
 Module 3 : 16 septembre (groupe 1 matin) (groupe 2 après-midi)  
 Regroupement : 20 septembre 2022 14 h



En ligne



Françoise MAGLIOZZI - OGWEILAB



Voir page 75

## Animer des réunions participatives - FIR 97



Proposer des moments alliant travail et esprit d'entreprise permet de mieux avancer collectivement sur un projet ou prendre une décision délicate. Mais comment réussir à animer des réunions qui favorisent l'expression de tous les participants et qui les impliquent ? Quelque soit la modalité : à distance ou en présentiel ? Quels sont les éléments à prendre en compte pour organiser une réunion participative (en amont, pendant, et après) ? Quelles techniques d'animation et quelle posture adopter ?

### Objectifs pédagogiques

- Utiliser des outils pour préparer, conduire et conclure une réunion
- Appliquer des techniques d'animation participative
- Reconnaître les différents rôles de l'animateur, des participant.e.s et des besoins en réunion

### Public

Tout public

### Méthodes mobilisées

Ateliers collaboratif et coopératif, questionnement individuel, travaux en binômes, en sous-groupes avec restitution et débriefing et en collectif, plénière, cercle de parole, retours d'expériences, feedback, apports théoriques, jeux coopératifs ludiques, expérimentation, utilisation des situations professionnelles apportées par les stagiaires

### Modalités d'évaluation

Quiz pour valider les acquis de formation

### Prérequis

Avoir besoin d'animer un groupe régulièrement



06 & 07 octobre 2022  
 14 h



Agen



Sophie DURANDEAU - KANOPÉ



Voir page 75

## Défendre son projet et s'exprimer à l'oral - FIR 186



Les salariés du réseau institutionnel touristique se retrouvent à maintes reprises dans des situations de présentation orale face à des publics souvent bien différents (ex : collègues, administrateurs, élus, prestataires, habitants...) Un public qui n'a pas forcément toujours le temps, qui ne retient pas les mêmes choses, qui ne réagit pas de la même manière à un discours oral (cf neurosciences cognitives). Face à ces constats, le trac, la gestion des émotions propre à chacun rajoute une dose de difficultés lors d'un exercice oral. Comment mieux intégrer les mécanismes de gestion émotionnelle ? Comment améliorer leur force de conviction ? Comment préparer et structurer leur discours ? Comment créer l'adhésion du public ? Comment anticiper les éventuels imprévus et contre-arguments ?

### Objectifs pédagogiques \_\_\_\_\_

- Appliquer des techniques de gestion des émotions, de maîtrise du trac dans diverses situations d'expression orale
- Concevoir sa présentation (mise au point du discours)
- Construire l'argumentation d'un projet concret
- Identifier des outils pour captiver et convaincre son auditoire

### Public \_\_\_\_\_

Tout public souhaitant présenter et défendre une action, un projet à l'oral devant son équipe, sa direction, ses partenaires

### Méthodes mobilisées \_\_\_\_\_

Vidéoconférence de lancement, exercice en binôme, exercice individuel, debriefing de groupe, mise en pratique

### Modalités d'évaluation \_\_\_\_\_

Évaluation en mises en situation

### Prérequis \_\_\_\_\_

Pas de prérequis



14 & 15 novembre  
2022  
14 h



Limoges



Françoise MAGLIOZZI -  
OGWEILAB



Voir page 75

## Communiquer en interne et faciliter le dialogue dans une organisation multisite - FIR 203



Les organismes de gestion de destination (OGD), comme beaucoup d'autres structures, réunissent des équipes réparties sur plusieurs sites (bureaux, lieux d'accueil, télétravail). Souvent, ces équipes sont issues de fusions de structures. À l'enjeu de la communication à distance s'ajoutent les enjeux d'interconnaissance, d'organisation du travail et de cohésion d'équipe. Qu'est-ce qui se joue dans la communication interpersonnelle et l'implication des membres d'une équipe dans le cadre d'une organisation multi-site ? Ne pas travailler sur un même lieu implique-t-il une mise en œuvre spécifique dans la communication interne ? Comment réussir à gérer le travail en multi-sites ? Cette formation doit permettre aux stagiaires de comprendre ce qui se joue dans le travail en équipe à distance et comment ils peuvent trouver leur place, en leur proposant également des outils pour mieux gérer la communication à distance.

### Objectifs pédagogiques \_\_\_\_\_

- Pratiquer la justesse relationnelle pour compenser la distance
- Appliquer une organisation structurée dans les échanges d'informations

### Public \_\_\_\_\_

Tout public

### Méthodes mobilisées \_\_\_\_\_

Icebreakers, apports de contenus via capsule en amont de la formation, ateliers de recherche des notions (pédagogie inversée), questionnements, productions collectives, ateliers de mise en pratique, cas concrets, débriefings

### Modalités d'évaluation \_\_\_\_\_

Évaluation via observation de la formatrice au fil de la formation et quiz de fin de formation

### Prérequis \_\_\_\_\_

Être dans un contexte d'organisation multi-site



12 & 13 septembre  
2022  
14 h



Bègles



Edwige DUBÈBE -  
AXENTIEL



Voir page 75

## Développer sa confiance en soi et travailler en équipe - FIR 66



Il est parfois difficile de trouver sa place dans une équipe. L'évolution des métiers et des modes de management, avec une place plus forte donnée au travail collaboratif et au management horizontal, implique que chaque collaborateur a son rôle à jouer au sein d'une équipe. Il doit donc pouvoir être force de proposition, travailler en autonomie mais aussi savoir travailler en équipe et mobiliser des méthodes et outils de travail collaboratifs. La confiance en soi, le développement d'un leadership, les méthodes de travail sont tout aussi importants que l'expertise métier. Cette formation s'adresse donc à tout type de public, pour booster sa confiance, développer son leadership, et mieux trouver sa place au sein d'une équipe. Cette formation se veut particulièrement centrée sur l'humain et les problématiques individuelles liées au travail.

### Objectifs pédagogiques

- Pratiquer l'assertivité pour mieux coopérer
- Utiliser sa créativité et être force de proposition dans l'équipe
- Développer un leadership collaboratif

### Méthodes mobilisées

Exercices d'expérimentation et de découverte en groupe, sous-groupe ou en individuel, brainstorming, exercices d'application pour intégrer l'apprentissage

### Modalités d'évaluation

Évaluation en mises en situation

### Public

Tout public - 1 personne par structure

### Prérequis

Pas de prérequis



26 & 27 septembre  
2022  
14 h



Mont de Marsan



Séverine BROUSSY -  
L'ATELIER COACHING  
ET CRÉATIVITÉ



Voir page 75

## Renforcer sa légitimité et définir sa plus-value - FIR 135



Lors d'une prise de fonction ou d'un changement de poste, dans la même structure ou dans une nouvelle, l'étape d'intégration est primordiale, pour trouver sa place et être reconnu. Généralement, la légitimité technique (les compétences, le diplôme et l'expérience), primordiale, n'est pas suffisante. Le positionnement hiérarchique affiche une légitimité qui n'est pas forcément naturelle. Définir sa plus-value en interne, comprendre son fonctionnement et le fonctionnement de son écosystème permet de renforcer cette légitimité, pour obtenir l'adhésion de son équipe, de ses élus et de ses partenaires.

### Objectifs pédagogiques

- Identifier et appliquer des outils d'analyse de poste/mission dans son écosystème
- Évaluer et renforcer sa propre vision de sa plus-value
- Construire et ajuster sa posture dans diverses situations, en lien avec différents interlocuteurs

### Méthodes mobilisées

Vidéoconférence de lancement, test de personnalité, apports théoriques, exercices individuels, jeu, temps d'échanges en petits groupes, temps de réflexion individuel, quiz, jeux de rôles de mises en situations, auto-évaluation

### Modalités d'évaluation

Quiz pour valider les acquis de formation

### Public

Managers, Responsables, Directrice.eur

### Prérequis

Pas de prérequis



03 & 04 octobre 2022  
14 h



Samazan



Françoise MAGLIOZZI -  
OGWEILAB



Voir page 75

# INDEX

## Formations d'Intérêt Régional (formations en inter-entreprises)

<i>Maîtriser les fondamentaux juridiques de la commercialisation</i>	FIR16 - p.54
<i>Animer, collecter, optimiser la taxe de séjour</i>	FIR26 - p.63
<i>Accueillir, informer et orienter les personnes en situation de handicap</i>	FIR40 - p.32
<i>Développer sa confiance en soi et travailler en équipe</i>	FIR66 - p.71
<i>Optimiser son temps de travail</i>	FIR68 - p.69
<i>Maîtriser les règles de la commande publique : initiation</i>	FIR73 - p.62
<i>Concevoir et produire du contenu de promotion du territoire</i>	FIR75 - p.36
<i>Définir sa stratégie d'écriture pluri-média</i>	FIR76 - p.35
<i>Se démarquer avec des visites décalées et sensorielles</i>	FIR82 - p.52
<i>Accompagner les meublés sur les règles de fiscalité et fondamentaux du droit notarial</i>	FIR84 - p.46
<i>Fédérer son réseau d'acteurs</i>	FIR93 - p.42
<i>Accompagner les prestataires et les porteurs de projets par des méthodes de coaching</i>	FIR94 - p.44
<i>Composer et encadrer son équipe de saisonniers</i>	FIR96 - p.61
<i>Animer des réunions participatives</i>	FIR97 - p.69
<i>Manager et être en phase avec son équipe</i>	FIR101 - p.59
<i>Maîtriser la comptabilité M4</i>	FIR108 - P63
<i>Se préparer pour être agréé, en tant que structure, pour le classement des meublés de tourisme</i>	FIR111 - p.46
<i>S'approprier la convention collective dans la gestion des ressources humaines</i>	FIR117 - p.61
<i>Accompagner les prestataires à définir une politique tarifaire</i>	FIR121 - p.45
<i>Construire des services orientés client (design de services)</i>	FIR124 - p.49
<i>Être à l'aise avec la prise de belles photos d'hébergements touristiques (meublés notamment)</i>	FIR128- p.47
<i>Accompagner les meublés à être plus visible et accroître leur notoriété en ligne</i>	FIR129 - p.47
<i>Renforcer sa légitimité et définir sa plus-value</i>	FIR135 - p.71
<i>Impliquer son équipe et apprendre à déléguer</i>	FIR136 - p.58
<i>Ancrer son coeur de métier d'expert de destination</i>	FIR143 - p.32
<i>Gérer la relation client à distance en tant que conseiller en séjour</i>	FIR145 - p.30
<i>Optimiser sa billetterie</i>	FIR149 - p.51
<i>Raconter son territoire (storytelling)</i>	FIR152 - p.35
<i>Construire son argumentaire commercial</i>	FIR153 - p.51
<i>Orienter ses offres à destination des clientèles familiales</i>	FIR154 - p.50
<i>Bien gérer son référencement</i>	FIR155 - p.37
<i>Connaitre les nouveautés sur les réseaux sociaux</i>	FIR156 - p.37
<i>Définir le bon prix pour le bon service (politique tarifaire optimisée et logique)</i>	FIR157 - p.53
<i>Accompagner les professionnels dans le développement durable</i>	FIR171 - p.45
<i>Sensibiliser les publics au développement durable</i>	FIR172 - p.31
<i>Accompagner les prestataires dans une situation de crise (financière ou autre)</i>	FIR175 - p.44
<i>Déployer une stratégie numérique de territoire</i>	FIR183 - p.36
<i>Accompagner les prestataires dans leur stratégie numérique et leur gestion de la relation client</i>	FIR184 - p.43
<i>Mettre en place une veille sur sa mission et savoir la partager en équipe</i>	FIR185 - p.65
<i>Défendre son projet et s'exprimer à l'oral</i>	FIR186 - p.70
<i>Communiquer sur son rôle auprès des élus, prestataires et habitants</i>	FIR192 - p.38
<i>Co-construire son SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information)</i>	FIR193 - p.29
<i>Comprendre le quotidien des acteurs privés de son territoire</i>	FIR194 - p.41
<i>Animer son réseau d'acteurs par des techniques à distance</i>	FIR195 - p.41
<i>Accompagner et animer ses réseaux d'acteurs et filières touristiques</i>	FIR196 - p.42
<i>Innover dans ses offres touristiques pour séduire la clientèle de proximité</i>	FIR199 - p.49
<i>Communiquer en interne et faciliter le dialogue dans une organisation multisite</i>	FIR203 - p.70
<i>Maîtriser la qualité dans les projets Web</i>	FIR205 - p.66
<i>Repenser le rôle de l'office de tourisme sur son territoire</i>	FIR211 - p.56

<i>Intégrer les habitants dans ma stratégie d'accueil</i>	FIR214 - p.29
<i>Concevoir des espaces d'accueil novateurs</i>	FIR215 - p.31
<i>Maîtriser une méthodologie de gestion de projet</i>	FIR217 - p.65
<i>Repenser sa stratégie boutique autour du durable</i>	FIR219 - p.52
<i>Gérer et optimiser ses outils de communication dans un objectif plus durable</i>	FIR220 - p.38
<i>Entract</i>	FIR221 - p.59
<i>Innover dans ses projets par des méthodes créatives et la ludopédagogie</i>	FIR222 - p.67
<i>Animer un atelier avec ses prestataires</i>	FIR223 - p.66
<i>PILOTer son OGD</i>	FIR224 - p.56
<i>Animer des focus groupe avec ses acteurs locaux</i>	FIR225 - p.43
<i>Développer des pratiques collaboratives grâce à l'intelligence collective</i>	FIR226 - p.67
<i>Renouveler ses pratiques de formation à distance</i>	FIR227 - p.71
<i>Développer, construire et animer des visites pour le jeune public</i>	FIR228 - p.53
<i>Animer sa démarche Qualité</i>	FIR230 - p.30
<i>Initiation au tourisme durable</i>	FIR231 - p.57
<i>Travailler sa clientèle affaire</i>	FIR232 - p.50
<i>Mettre en place une stratégie de tourisme durable sur son territoire</i>	FIR233 - p.57

## Rencontres du réseau

<i>Le tourisme est dans le pré</i>	RR22-01 - p.08
<i>Pour un numérique plus responsable dans nos organisations</i>	RR22-02 - p.09
<i>Révolution de l'accueil et Club Qualité</i>	RR22-03 - p.09

## Clubs

<i>Club INSPI SERVICES COMMERCIAUX</i>	C2 - p.10
<i>Club INSPI' MEUBLÉS</i>	C3 - p.09

## Webséminaires

<i>Coopération &amp; gouvernance partagée : les clés d'un projet réussi</i>	W75 - p.11
<i>RSE et tourisme : virage dans nos organisations</i>	W76 - p.11
<i>La visite touristique à l'ère 2.0.2.2</i>	W77 - p.11
<i>L'influence sur les comportements par le nudge</i>	W78 - p.11
<i>Le Café Mona : la Qualité de vie au travail</i>	W79 - p.10
<i>Le Café Mona : le développement durable</i>	W80 - p.10
<i>Le Café Mona : l'accueil</i>	W81 - p.10
<i>Le Café Mona : le NOMAK</i>	W82 - p.10
<i>Inspi'réseau 1</i>	W83 - p.10
<i>Inspi'réseau 2</i>	W84 - p.10
<i>Inspi'réseau 3</i>	W85 - p.10

## Parcours inspirants

<i>S'engager pour un numérique responsable</i>	PA22-01 - p.18
<i>Repositionner et réaménager son lieu d'accueil</i>	PA22-02 - p.19

**RETROUVEZ LE CALENDRIER DES FORMATIONS EN  
LIGNE**

## + MODALITÉS D'INSCRIPTIONS

### Inscriptions

Pour vous inscrire, rien de plus simple, rendez-vous sur le site de la MONA :

[www.monatourisme.fr/programme-de-professionalisation](http://www.monatourisme.fr/programme-de-professionalisation)

Votre inscription est immédiate sous réserve de validation des pré-requis.

Vous retrouverez l'ensemble des actions présentées dans le guide MONA 2022 et pourrez ajouter celles qui vous intéressent à votre panier. Vous recevrez toutes les informations pratiques par email (horaires, lieu ou lien visio, contenu, liste des participants pour faciliter les co-voiturages réels ou virtuels...) environ 30 jours avant la formation.

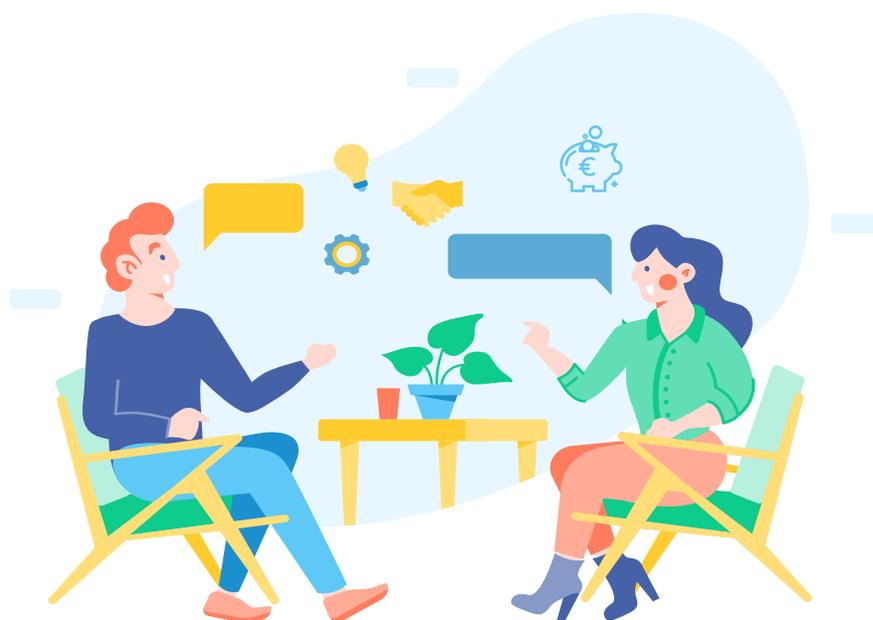
L'inscription est réservée en priorité aux salariés des Offices de Tourisme, Comités Départementaux et Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine et aux collectivités adhérentes à la MONA. Les ressortissants d'autres réseaux et territoires pourront y accéder sous réserve de places disponibles.

Un interlocuteur handicap reste joignable pour toutes vos questions sur l'adaptation et l'accès aux formations (Camille Averty - 06 17 23 31 44 - [camille.averyt@monatourisme.fr](mailto:camille.averyt@monatourisme.fr)).

Pour toutes vos questions sur le contenu du programme, nous restons disponibles pour vous renseigner à [professionalisation@monatourisme.fr](mailto:professionalisation@monatourisme.fr) et au 05 57 57 03 83.

## Conditions générales d'organisation et de vente des formations

L'intégralité de nos conditions générales de vente est consultable en ligne sur [www.monatourisme.fr/tarification-programme-de-professionalisation/](http://www.monatourisme.fr/tarification-programme-de-professionalisation/)



# Tarification des actions régionales MONA 2022

## > Les Instants Réseau en ligne (Café MONA, Chronique de Pros, Inspi réseau)

Ils sont gratuits et ouverts à tous

## > Les Rencontres Réseau et Clubs en présentiel

Cette tarification inclut l'accueil café et le déjeuner.

Adhérents à la MONA : 55 € Net de taxes / jour / personne

Non-adhérents à la MONA : 85 € Net de taxes / jour / personne

## > Les Formations Régionales

Les éléments juridiques communiqués par ADN fin 2021 sur le cas particuliers des EPIC sont à retrouver plus précisément [dans cet article](#).

La tarification des formations régionales est identique, que l'action se fasse en présentiel, en format hybride ou distanciel (remarque : lorsque la formation est sur 4 demi-journées et qu'il est indiqué 4 dans le champ jour, c'est normal, vous mobilisez du temps sur 4 jours. Mais pour la facturation, c'est bien l'addition des séquences qu'il faut comptabiliser ; 4 demi-journées = 14 h = 2 jours ; si nous sommes sur des formats de 2h par jour c'est le même procédé ! On additionne le nombre d'heures).

Depuis la réforme de la formation en 2018, les aides financières accordées pour la formation des salariés diminuent. Il n'existe plus d'aides collectives de la Branche en Nouvelle-Aquitaine. Une subvention annuelle accordée par le Conseil Régional (Direction de la Formation Professionnelle Continue) perdure. Cette dernière permettra notamment en 2022 de conserver un "tarif solidarité réseau" de 150 euros Net de taxes. Pour les structures pouvant prétendre à un financement AFDAS, le montant de votre enveloppe individuelle annuelle est précisée [dans cet article](#) (montant 2022 non connu à ce jour).

	Net de taxes / jour / personne
Structures éligibles à un financement OPCO de Nouvelle-Aquitaine (ex : AFDAS)*	300
Structure non éligible à un financement OPCO de Nouvelle-Aquitaine (ex : collectivités)	150
Structure hors Nouvelle-Aquitaine	325

\* les directions d'EPIC ne peuvent prétendre à un financement OPCO AFDAS, donc bénéficieront du tarif solidarité de 150 euros Net de taxes / jour / personne. (Cf éléments juridiques communiqués par ADN fin 2021)

## > Formations Intra ou Accompagnements sur-mesure

Ces actions sont confectionnées sur-mesure avec un interlocuteur privilégié MONA. Contactez-nous et nous affinerons avec vous le contenu souhaité, le profil d'intervenant recherché ainsi que le devis.

## > Les Parcours spécifiques

### > ENTRACT

Année 1 = 4080 € TTC / personne (dont 2100 € éligibles à un financement OPCO)

Année 2 = 1980 € TTC / personne (non éligibles à un financement OPCO)

Année 3 = 1980 € TTC / personne (non éligibles à un financement OPCO)

### > Parcours "Repositionner et réaménager son lieu d'accueil" & "S'engager pour un numérique responsable"

900 € TTC / parcours / personne (non éligible à un financement OPCO)

# GUIDE

**mona** mission  
des offices  
de tourisme  
Nouvelle - Aquitaine

## 2022

SUIVEZ-NOUS !



60-64 rue Joseph Abria  
33000 Bordeaux



05 57 57 03 88



professionnalisation@monatourisme.fr  
mona@monatourisme.fr



www.monatourisme.fr



RÉGION  
Nouvelle-  
Aquitaine

**Qualiopi**  
processus certifié   
 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre  
des catégories suivantes :  
ACTIONS DE FORMATION

### MENTIONS LEGALES

Document imprimé sur du papier PEFC  
Textes : MONA  
Photos : MONA  
Illustrations : MONA & freepik.com