

# Catalogue de formations des Offices de Tourisme de Bretagne



Offices de  
Tourisme  
de France

Fédération Régionale  
Bretagne

2014

BRETAGNE 





Bonjour à toutes et à tous,

L'année 2013 aura été marquée par le changement pour notre réseau. Changement de nom, de statut, de Président, intégration de la parité Techniciens/Elus et prise en compte des nouvelles destinations. Si la FROTSI est devenue Offices de Tourisme de France - Fédération Régionale de Bretagne, elle réaffirme toutefois sa vocation première d'accompagner les Offices de Tourisme bretons en privilégiant la logique de réseau.

Face aux nouveaux enjeux liés aux bouleversements des modes de consommations des clientèles touristiques, l'OT, acteur local incontournable doit s'adapter, travailler toujours plus en réseau et sensibiliser et former ses équipes pour conserver et développer l'attractivité de sa destination.

C'est dans ce contexte qu'Offices de Tourisme de Bretagne, OTB vous propose cette année encore un plan de formation adapté aux nouvelles problématiques de vos métiers. Ce dernier a vu le jour grâce à la poursuite de notre collaboration avec AGEFOS PME BRETAGNE, l'OPCA de branche qui finance très majoritairement ce plan de formations. Nous avons également pu compter sur notre partenariat avec le CNFPT qui cette année propose 15 journées de formation aux agents territoriaux des Offices de Tourisme et Pays touristiques.

OTB est également signataire du Contrat d'Objectifs Régional Emploi-Formations Tourisme, dont l'enjeu est de mutualiser l'offre de formation à l'ensemble des filières touristiques. Les formations de ce PRF sont donc ouvertes aux autres acteurs du Tourisme dans la mesure où ceux-ci obtiennent un financement.

Pour des raisons d'économie et de développement durable, le PRF ne sera désormais plus imprimé. Vous pourrez toutefois le consulter en ligne et via le site Internet d'OTB : <http://www.officesdetourismebretagne.pro/>

Découvrez dès à présent les nombreuses nouveautés, telles que :

- les thématiques relatives au E-Tourisme telles que «Conseiller en séjour 2.0» ou «Accueil numérique»,
- les sessions concernant la collaboration avec les acteurs locaux et l'accueil hors les murs de l'OT,
- la formation « La GPEC au service des nouveaux défis de l'OT » qui pour vocation d'aider les directeurs à optimiser et valoriser les compétences au sein des structures.

Cette année OTB a souhaité vous présenter l'intégralité des ateliers qualité qui sont proposés aux OT engagés dans la démarche qualité. A destination des directeurs et référents qualité, ils ont pour objectif de transmettre la théorie et les savoirs-faire indispensables à la mise en œuvre de la démarche qualité. A la fois ludiques et opérationnels, ils sont également un lieu de rencontre et de partage d'expérience.

Sont également présentés dans le catalogue :

- les actions de formations numériques de la FRPAT : ANT, Management Numérique de sa destination et Reporter de Territoire,
- les ateliers thématiques du CRTB,
- la formation « Bien accueillir le pêcheur », de la Fédération de la Pêche des Côtes d'Armor.

Enfin, 2014 sera également une année studieuse pour une dizaine de salariés d'OT bretons qui entame une VAE collective relative à la licence «Valorisation des ressources touristiques» ou au Master «Management d'une structure touristique» avec l'UBS. Nous remercions encore une fois AGEFOS qui finance cette action et le GREF Bretagne qui nous accompagne depuis plusieurs années dans cette démarche. Les candidats auront une année, à compter de janvier 2014, pour valider leur diplôme.

Vous remerciant de votre participation active pour la création de ce plan de formation, tout au long de l'année par vos suggestions et lors de l'enquête de recensement de vos besoins en juin, je vous souhaite une excellente année 2014.

Formez-vous bien !

**Bernard DELHAYE**

Président d'OTB



## P.6 &amp; 7

**Calendrier**

## p.8

**Conseiller en séjour**

- 8 Prescrire l'offre de son territoire à ses clientèles
- 9 Mieux gérer les situations difficiles à l'accueil et avec vos partenaires
- 10 Anglais appliqué au tourisme et au patrimoine - Niveau A2/B1
- 11 Anglais appliqué au tourisme et au patrimoine - Niveau B1/B2
- 12 Allemand appliqué au tourisme et au patrimoine - Niveau A2/B1
- 13 Accueil des personnes en situation de handicap
- 14 Communiquer avec la personne sourde - Niveau 1
- 15 Pratique de la langue des signes

## p.16

**E-Tourisme**

- 16 Accueil numérique : définir une stratégie et choisir ses outils
- 17 Agent d'accueil et conseiller en séjour 2.0
- 18 Refondre son site internet
- 19 M-Tourisme : Découvrir les potentiel du M-Marketing
- 20 Web Rédactionnel : Comment mettre en valeur ses contenus Web
- 21 Indesign - Initiation
- 22 Photoshop - Initiation
- 23 Photoshop - Perfectionnement

## p.24

**Management & Organisation**

- 24 S'exprimer avec aisance et conviction en toute circonstance professionnelle
- 25 Apprendre à gérer son stress
- 26 Carte mentale : Gagnez en productivité et créativité (Mind Mapping®)
- 27 Gestion et organisation de son temps de travail (CNFPT)
- 28 Préparer, piloter et animer une réunion (CNFPT)
- 29 Formation de formateur occasionnel (CNFPT)
- 30 La GPEC au service des nouveaux défis de l'OT
- 32 Comptabilité d'un EPIC - niveau 2 (CNFPT)
- 33 Fiscalité et TVA en EPIC (CNFPT)
- 34 Les différents statuts juridiques des structures touristiques (CNFPT)
- 35 Sauveteur secouriste du travail
- 36 Sauveteur secouriste du travail - Renouvellement
- 37 Rédiger son document unique et le mettre à jour

## p.38

**Stratégie & Commercialisation**

- 38 Adapter son offre touristique aux motivations des clientèles ...
- 40 Monter un projet de développement touristique et mobiliser les acteurs locaux
- 42 Doper mon offre grâce à la créativité
- 43 Communiquer autour d'un évènement et optimiser ses relations presse (CNFPT)
- 44 Animer et coordonner son réseau de prestataires
- 45 Organiser un évènement écoresponsable (CNFPT)
- 46 Stratégies et outils d'accueil et d'information hors les murs de l'OT

## p.47

**Qualité**

- 47 Initiation qualité
- 48 Préparation à l'Audit Qualité
- 49 Animer et faire vivre sa marque

	<b>Ateliers Qualité</b>	<b>p.50</b>
	Management par la qualité	50
	Rédaction des procédures	51
	Rédaction du manuel qualité	52
	Gestion de l'information	53
	Animer la démarche qualité sur plusieurs sites	54
	Politique Qualité	55
	Animer son GTL	56
	Le rôle du Référent Qualité (RAQ)	57
	Cub des OT marqués	58
	<b>Les formations et ateliers de nos partenaires</b>	<b>p.59</b>
	<b>Les formations numériques de la FRPAT</b>	<b>p.60</b>
	Animateur Numérique de Territoire	60
	Management Numérique de sa destination	61
	Reporter de Territoire	62
	<b>Les formations de la Maison de la pêche et de la Nature des Côtes d'Armor</b>	<b>p.63</b>
	Bien accueillir le pêcheur	63
	<b>Les ateliers thématiques du CRTB</b>	<b>p.64</b>
	Soigner ses photos pour mieux communiquer...	64
	Soigner ses textes pour mieux communiquer et améliorer le référencement...	65
	Travailler avec les médias écrits et audiovisuels pour mieux se faire connaître	66
	<b>Procédures d'inscription, droits &amp; dispositifs</b>	<b>p.67</b>
	Formations du PRF : Comment s'inscrire ?	68
	Droit individuel à la Formation - DIF	69
	Congé individuel de Formation - CIF	70
	Contrat de professionnalisation	71
	Période de professionnalisation	72
	Bilan de compétences	73
	Validation des acquis de l'expérience - VAE	74
	Annexe : Grille de niveaux de Langue selon le cadre européen	75

3, 4 et 5  
Allemand appliqué au  
tourisme et au patrimoine  
- Niveau A2-B1  
J1, J2, J3

6 & 7  
Initiation Qualité Tourisme

10 & 11  
Comptabilité d'un EPIC -  
Niveau 2 - CNFPT

12  
TVA et Fiscalité en EPIC -  
CNFPT

13  
M-Tourisme : Découvrir les  
potentiel du M-Marketing

14  
Rédiger son document  
unique et le mettre à jour

1  
Optimiser son temps de  
travail  
J2

3 & 4  
Monter un projet  
de développement  
touristique et mobiliser  
les acteurs locaux  
J3 & J4

7  
Préparation Audit Qualité

7 & 8  
Conseiller en séjour 2.0

8  
Préparation Audit Qualité

10 & 11  
Doper mon offre par la  
créativité

## Janvier

28 & 29  
Prescrire l'offre de son  
territoire à ses clientèles  
J1 & J2

30 & 31  
Stratégies et outils  
d'accueil et d'information  
hors les murs de l'OT  
J1 & J2

## Février

18  
Allemand appliqué au  
tourisme et au patrimoine  
- Niveau A2-B1  
J4

20 & 21  
Préparer, piloter et animer  
une réunion - CNFPT  
J1 & J2

24  
Web Rédactionnel :  
Comment mettre en  
valeur ses contenus Web

25  
Stratégies et outils  
d'accueil et d'information  
hors les murs de l'OT  
J3

26  
Prescrire l'offre de son  
territoire à ses clientèles  
J3

27 & 28  
Monter un projet  
de développement  
touristique et mobiliser  
les acteurs locaux  
J1 & J2

## Mars

17  
Préparation Audit Qualité

18  
Préparation Audit Qualité

18  
Préparer, piloter et animer  
une réunion - CNFPT  
J3

24, 25 & 26  
Photoshop - Initiation

31  
Optimiser son temps de  
travail  
J1

## Avril

15 & 16  
Mieux gérer les situation  
difficiles à l'accueil et  
avec vos partenaires

17 & 18  
Accueil numérique :  
définir une stratégie et  
choisir ses outils

23, 24, 25  
Aglais appliqué au  
tourisme et au patrimoine  
- Niveau A2-B1  
J1, J2, J3

Mai	Septembre	Octobre	Novembre Décembre
<p>15 Aglais appliqué au tourisme et au patrimoine - Niveau A2-B1 J4</p> <p>26 Préparation Audit Qualité</p> <p>27 Préparation Audit Qualité</p>	<p>8 &amp; 9 Communiquer avec la personne sourde Niveau 1</p> <p>11 &amp; 12 Accueil de personnes en situation de handicap</p> <p>15, 16 &amp; 17 Aglais appliqué au tourisme et au patrimoine - Niveau B1/B2</p> <p>18 &amp; 19 Formation de formateur occasionnel - CNFPT</p> <p>22 &amp; 23 Apprendre à gérer son stress</p> <p>24 &amp; 25 Carte mentale : Gagnez en productivité, efficacité et créativité - MInd Mapping®</p> <p>26 Communiquer avec la personne sourde Groupe de conversation - Niveau débutant à intermédiaire</p> <p>29 &amp; 30 Organiser un évènement écoresponsable - CNFPT</p>	<p>2 &amp; 3 S'exprimer avec aisance et conviction</p> <p>6 Préparation Audit Qualité</p> <p>6 Communiquer avec la personne sourde Groupe de conversation Niv. interm. à confirmé</p> <p>9 Préparation Audit Qualité</p> <p>7 &amp; 8 La GPEC au service de l'OT du futur, Module 1 J1 &amp; J2</p> <p>9 &amp; 10 Optimiser ses relations presse - CNFPT</p> <p>14 &amp; 15 Animer et coordonner son réseau de prestataires J1 &amp; J2</p> <p>16 &amp; 17 Adapter son offre touristique aux motivations des clientèles J1 &amp; J2</p>	<p>3, 4 &amp; 5 InDesign - Initiation</p> <p>13 &amp; 14 Faire évoluer son site Internet</p> <p>20 &amp; 21 La GPEC au service de l'OT du futur, Module 2 J3 &amp; J4</p> <p>24 &amp; 25 Photoshop - Perfectionnement</p> <p>27 Les différents statuts juridiques des structures touristiques - CNFPT</p> <p>28 Sauveteur secouriste du travail - Renouvellement</p> <p>8 &amp; 9 Sauveteur Secouriste du Travail</p> <p>14 &amp; 15 Animer et coordonner son réseau de prestataires J3</p> <p>16 &amp; 17 Adapter son offre touristique aux motivations des clientèles J3 &amp; J4</p>



# Prescrire l'offre de son territoire à ses clientèles

## Objectifs

### Les clientèles et l'offre du territoire

- Mieux connaître les clientèles présentes sur son territoire
- Maîtriser les informations relatives à l'offre de son territoire pour mieux la prescrire.

### La relation d'accueil prescription.

- Acquérir et renforcer les comportements indispensables à la performance de prescription, adapter son comportement à la situation face aux clients pour répondre aux attentes, développer l'apprentissage pour prescrire, orienter vers l'acte d'achat.
- Maîtriser les techniques d'accueil en vis-à-vis et au téléphone et conduire un entretien à vocation « commerciale », savoir argumenter efficacement sur la destination et l'offre touristique.
- Savoir consolider sa relation au client en éliminant ses principaux défauts.

## Contenu

### Les clientèles et l'offre du territoire

- Les caractéristiques des principaux marchés de sa destination.
- Les attentes essentielles des clientèles, l'identification des modes de consommation, leur type de séjour, etc.
- Les clientèles accueillies à l'OTSI : les attentes et les réponses attendues.
- Les techniques de qualification de l'offre de son territoire ; le traitement en information utile au client.
- La typologie des informations que tout conseiller en séjour doit maîtriser.

prise en charge de la demande, la promotion de sa destination, la prise de congé.

- L'accueil en tant que relation interpersonnelle, règles à observer au plan de son apparence et de son comportement verbal et non verbal.
- Repérer les styles de public, les attitudes et comportements d'achat.
- Les techniques d'entretien : les questions utiles pour instruire une demande, l'information, le conseil, la vente, l'identification, à travers la découverte, des motivations et des moteurs d'achat, l'argumentaire et son adaptation au client, la maîtrise des objections : les différents types d'objections, leur traitement, le signal d'« achat » et la conclusion de l'entretien : accord de prescription, la réservation, la vente.
- Les spécificités de l'accueil téléphonique.
- La démarche de prescription téléphonique et en vis-à-vis.
- Les mises en situation en vis-à-vis et téléphoniques à partir des exemples des participants : Identification des attentes du client, traitement de la demande, traitement des objections, prescription de la destination et de l'offre, solution argumentaire, voire réservation ou vente des prestations simples.
- Les outils : guide d'entretien avec le client, argumentaires de vente, supports visuels, documentation, informatique...

A SAVOIR !!

Il sera demandé aux participants un travail préalable à la formation et entre les deux sessions.

Apporter sa clé USB.



8

Pourquoi cette formation ?

La connaissance des clientèles accueillies et des caractéristiques essentielles de l'offre de son territoire associée à la mise en pratique des situations d'accueil contribue à la qualification du métier de conseiller en séjour.

**Nombre de participants :**

10

**Dates :**

28 & 29 janvier et 26 février 2014

**Intervenant :**

Claude-Hélène PASCO

**Public :**

Personnel en charge de l'accueil et de l'information

**Pré-requis :**

Maîtriser les bases de l'accueil

**Méthodologie :**

Apports méthodologiques et études de cas concrets

Mises en situation et analyses

Fiches outils

Travaux de groupe

Dossier « papier » remis à chaque participant



## Mieux gérer les situations difficiles à l'accueil et avec vos partenaires

### Objectifs

- Identifier et analyser vos situations difficiles au téléphone ou en face à face
- Préparer une communication complexe.
- Transformer une relation conflictuelle en utilisant une communication positive et en favorisant la recherche de solutions communes.
- Garder la maîtrise des entretiens face aux imprévus.
- Adapter votre comportement en fonction de vos interlocuteurs.

### Contenu

Faire connaissance pour favoriser la cohésion d'équipe donc l'apprentissage.

- Qui sommes nous?
- Quelles sont vos structures et vos missions?
- Quelles sont vos besoins par rapport à cette formation?

Se positionner face à un environnement qui change.

- L'identification des nouveaux comportements clients.
- Les différentes formes que prennent l'agressivité chez vos interlocuteurs : l'objection; la réclamation et le conflit.
- Les facteurs liés à cette évolution.
- La redéfinition de votre rôle et de vos limites face à ces nouvelles données.

Comment rétablir la communication dans une relation conflictuelle.

- L'identification de la voix, du langage et des attitudes à adopter et ceux à éviter dans les situations difficiles.
- L'utilisation de techniques pour mettre à distance l'agressivité de vos interlocuteurs.
- La prise de conscience de ce qui se joue dans les situations difficiles : nos différents besoins, nos mécanismes de défense.
- Le travail de vos réponses en langage positif face aux objections les plus courantes.
- L'utilisation de techniques de communication pour désamorcer le conflit et renforcer votre assurance : ex la méthode ERRIC (Écouter, Reformuler, Rassurer, Interroger, Conclure)...

*A SAVOIR !!*

*Méthode pédagogique active.*

*Un livret de formation sera remis à l'issue du stage.*



9

**Pourquoi cette formation ?**

Face à des clients parfois très exigeants, impatientes, voire agressifs, les personnels d'accueil peuvent être déstabilisés et se sentir en difficulté. Une prise de recul permet d'adapter son comportement de mieux gérer des situations difficiles.

**Nombre de participants**

10

**Dates**

15 & 16 avril 2014

**Lieu**

Pontivy

**Intervenant**

Stéphanie BONTE

**Public**

Personnel en charge de l'accueil et de l'information

**Pré-requis**

Aucun

**Méthodologie**

Tour de table  
Echanges semi-directifs  
Mises en situations professionnelles  
Jeux de communication  
Apport bibliographique

## Anglais appliqué au tourisme et au patrimoine - Niveau A2-B1\*

### Objectifs

- Acquérir et approfondir ses connaissances en anglais dans le domaine du tourisme professionnel
- Maîtriser les termes et expressions-cibles du secteur du tourisme
- Renseigner en anglais (au téléphone, en face-à-face, par mail) un interlocuteur étranger
- Présenter et animer des visites de différents sites et en valoriser le patrimoine

### Contenu

#### JOURNEE 1

##### Savoir accueillir

- "Small talk" (anglais social)
- Structures grammaticales: Present simple / present continuous, modaux (may; might; would; must; have to; don't have to...)
- Expressions-cibles de l'accueil

##### Développer ses compétences téléphoniques

- Phrases-cibles du téléphone
- Approche interculturelle
- Mises en situations professionnelles

#### JOURNEE 2

##### Travail sur l'écrit (confirmations de réservations, envoi de compléments d'informations...)

- L'objet d'un courrier ou d'un mail
- Positionner, annuler ou déplacer des rendez-vous, parler de dates, de délai.
- S'excuser
- Structures grammaticales: les formes du futur
- Présentation de la région et du patrimoine local, des spécialités locales
- Structures lexicales: les adjectifs positifs, les comparatifs et superlatifs
- Recommander et suggérer

#### JOURNEE 3

##### Savoir situer et diriger

- Structures grammaticales: prépositions de lieu, structures impératives
- Phrases types pour se situer

##### Réaliser des visites commentées de sites touristiques

- Verbes de mouvement
- Expressions-cibles pour les visites guidées
- Structures grammaticales: maîtrise des temps du passé, expression de la durée, les prépositions

#### JOURNEE 4

- Mises en situation sur cas dans la ville de Pontivy.



10

#### Pourquoi cette formation ?

La maîtrise de l'anglais au sein de l'Office contribue à la qualité de son service. En outre, les nouveaux critères de classement des Offices de tourisme évoquent la nécessité de maîtriser une ou plusieurs langues étrangères.

#### Nombre de participants

8

#### Dates

23, 24, 25 avril et 15 mai 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Centre d'Etude de Langues de Rennes

#### Public

Personnel en charge de l'accueil, de l'information, d'animation touristique

#### Pré-requis

Niveau Elémentaire/Pré-intermédiaire A2-B1 (Niveaux du Cadre Européen de Référence pour l'Enseignement des Langues - Cf. Annexe p.75)

#### Méthodologie

Mises en situations concrètes basées sur des situations pro, travail sur des documents pro, séquences audio et vidéo, méthodes linguistiques, exercices inter séances. Création possible d'un glossaire technique.

#### A SAVOIR !!

Possibilité d'évaluer votre niveau d'anglais sur le site:  
[http://www.languagelevel.com/index\\_fr.php](http://www.languagelevel.com/index_fr.php)

L'organisme de formation proposera un test en ligne de 20 minutes avant la formation.

## Anglais appliqué au tourisme et au patrimoine - Niveau B1-B2\*

Nouveauté !

### Objectifs

- Fournir aux stagiaires un anglais cohérent avec les besoins professionnels,
- Permettre à l'apprenant de construire ses propres phrases prêtes à être déployées,
- Comprendre l'implication culturelle d'un anglophone,
- Présentations en anglais.

### Contenu

#### Jour 1

- Présentation du programme, besoins et des objectifs,
- Présentation des apprenants,
- Choix d'un sujet pour le dernier jour de présentation
- Tests / Révision de la langue dans un contexte touristique
- Vocabulaire spécifique au tourisme
- Répondre à une demande
- Comprendre le vocabulaire spécifique : accès handicapés, préoccupations médicales, horaires, nourriture, etc.

#### Jour 2

- Préparation d'une présentation d'un site historique important,
- Comprendre comment le système de patrimoine fonctionne dans différents pays d'Europe

- Anglais (théorie) : demande écrite, orale et en face à face
- Anglais (pratique) : Ecrire une lettre, un mail de réponse ; Téléphoner en anglais ; Face à face en anglais ; discussion ouverte sur l'anglais utilisé et la façon de structurer une réponse, le vocabulaire utilisé et les variations entre l'Anglais formel et informel.
- Situations réelles avec demandes orales au téléphone et en face à face, devant un comptoir avec des situations variées, les malentendus, les informations incorrectes et les situations conflictuelles.
- Répondre à et poser des questions sur des sujets en relation avec les sites historiques et de l'endroit en général, ses points d'attraction et les informations pratiques sur logement, accès, voyage, repas, monnaie, police, aide médicale.

#### Jour 3

- Préparation d'un projet individuel
- Savoir écouter pour commenter, répondre aux questions et traiter les demandes de renseignements.
- Débat sur la langue à utiliser ; Interagir sur un sujet ; L'importance historique et la réputation du site concerné.
- Présentation de la visite historique dans son contexte et son importance au niveau local, régional et national.
- Session de questions / réponses sur la prestation

#### A SAVOIR !!

Possibilité d'évaluer votre niveau d'anglais sur le site: [http://www.languagelevel.com/index\\_fr.php](http://www.languagelevel.com/index_fr.php)

Voir annexe p. 75, Grille de niveaux selon le cadre européen commun de référence



11

#### Pourquoi cette formation ?

La maîtrise de l'anglais au sein de l'Office contribue à la qualité de son service. En outre, les nouveaux critères de classement des Offices de tourisme évoquent la nécessité de maîtriser une ou plusieurs langues étrangères.

#### Nombre de participants

8

#### Dates

15, 16, 17 septembre 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Elikya

#### Public

Toute personne en charge de l'accueil, de l'information et d'animation touristique de niveau B1 et +.

#### Pré-requis

Validation par un test en ligne du niveau B1 et +.

#### Méthodologie

Apports théoriques, exercices d'application et mises en situation dans le cadre de la ville de Pontivy. Semi-immersion possible pour les stagiaires qui le souhaitent au déjeuner et en soirée loisir culturel avec le formateur.



# Allemand appliqué au tourisme et au patrimoine - Niveau A2-B1\*

Nouveauté !

## Objectifs

- Acquérir des connaissances en allemand dans le domaine du tourisme professionnel
- Acquérir les termes et expressions-cibles du secteur du tourisme
- Apprendre à renseigner en allemand (au téléphone, en face-à-face, par mail) un interlocuteur étranger
- Se préparer aux bases de la présentation et de l'animation de visites de différents sites et d'en valoriser le patrimoine

## Contenu

### JOURNEE 1

#### Savoir accueillir

- "Small talk" (allemand social)
- Modaux

#### Développer ses compétences téléphoniques

- Phrases-cibles du téléphone
- Approche interculturelle
- Mises en situations professionnelles

### JOURNEE 2

#### Travail sur l'écrit (confirmations de réservations, envoi de compléments d'informations...)

- L'objet d'un courrier ou d'un mail
- Positionner, annuler ou déplacer des rendez-vous, parler de dates, de délai.
- S'excuser
- Structures grammaticales: les formes du futur

#### Présentation de la région et du patrimoine local, des spécialités locales

- Structures lexicales: les adjectifs positifs, les comparatifs et superlatifs
- Recommander et suggérer

### JOURNEE 3

#### Savoir situer et diriger

- Structures grammaticales: prépositions de lieu, structures impératives
- Phrases types pour se situer

#### Réaliser des visites commentées de sites touristiques

- Verbes de mouvement
- Expressions-cibles pour les visites guidées
- Structures grammaticales: maîtrise des temps du passé, expression de la durée, les prépositions

### JOURNEE 4

- Mises en situation sur cas dans la ville de Pontivy.



12

#### Pourquoi cette formation ?

La maîtrise de l'anglais au sein de l'Office contribue à la qualité de son service. En outre, les nouveaux critères de classement des Offices de tourisme évoquent la nécessité de maîtriser une ou plusieurs langues étrangères.

#### Nombre de participants:

8

#### Dates

23, 24, 25 avril et 15 mai 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Centre d'Etude de Langues de Rennes

#### Public

Personnel en charge de l'accueil, de l'information, d'animation touristique

#### Pré-requis

Niveau Élémentaire/Pré-intermédiaire (Niveaux du Cadre Européen de Référence pour l'Enseignement des Langues) - Cf. Annexe p.75

#### Méthodologie

Mises en situations très concrètes basées sur des situations professionnelles concrètes, travail sur des documents professionnels, séquences audio et vidéo, méthodes linguistiques, exercices inter séances, etc.

### A SAVOIR !!

Possibilité d'évaluer votre niveau d'allemand sur le site:  
[http://www.languagelevel.com/index\\_fr.php](http://www.languagelevel.com/index_fr.php)

L'organisme de formation proposera un test en ligne de 20 minutes avant la formation.

# Accueil des personnes en situation de handicap

## Objectifs

Avoir une meilleure connaissance des déficiences pour pouvoir mieux les prendre en compte.

- Connaître les quatre principales familles de déficiences
- Connaître les clés pour accueillir les personnes en situation de handicap
- Fédérer l'ensemble de l'équipe de l'office autour de cette démarche

Avoir une bonne connaissance de l'offre touristique adaptée du territoire.

- Recenser l'offre et distinguer l'offre labellisée de l'offre adaptée déclarative.
- Adapter ses supports promotionnels aux besoins spécifiques.

Tenir un rôle moteur sur son territoire d'intervention.

- Savoir présenter le label Tourisme et Handicap à des prestataires.
- Savoir argumenter pour convaincre les prestataires de l'intérêt d'entrer dans la démarche.

## Contenu

### Journée 1

**Le label « Tourisme et Handicap »**

- Un peu d'histoire, pourquoi un label ?
- Le processus d'attribution
- Rappel de la philosophie du label

### Sensibilisation au monde du handicap

- Notions de handicap et d'accessibilité.
- Savoir définir ce qu'est l'accessibilité touristique et la chaîne de déplacement.
- Présentation des principales déficiences :  
auditive, mentale, motrice et visuelle.
- Savoir définir le touriste en situation de handicap : Quels besoins et attentes particulières ces déficiences déclenchentelles chez les personnes en situation de handicap ? Généralement, deux déficiences sont abordées le jour 1 et 2 le jour 2.

### Journée 2 :

À partir de tous les éléments appris la veille et tenant compte des missions propres aux OT, déclinaison de la façon d'intégrer la problématique dans chacune des missions.

### Information

- Connaître et répertorier l'offre adaptée de son territoire.
- Faire la distinction entre offre labellisée et offre déclarée accessible.
- Savoir informer la clientèle en situation de handicap.

### Promotion

- Tenir compte des besoins spécifiques dans l'élaboration des supports de communication.

### Accueil

Par la mise en situation dans un OT et à partir des critères intégrés dans le label « T&H », comment aménager un espace d'accueil ? :

- Identifier les difficultés liées à sa structure et les traiter pour organiser l'accueil.
- Quelques éléments techniques à posséder
- Présentation de quelques outils
- A partir de photos, repérage des points d'attention indispensables.

### Coordination des acteurs

- À quelles occasions présenter la démarche
- Comment sensibiliser ?

### Évaluation à chaud



13

### Pourquoi cette formation ?

L'accueil des personnes en situation de handicap s'inscrit dans une démarche globale et volontaire de qualité et en accord avec les principes fondamentaux de l'intégration de tous dans le cadre des vacances et des loisirs.

### Nombre de participants :

10

### Dates :

11 & 12 septembre 2014

### Lieu :

A déterminer

### Intervenant :

Dominique RABET

### Public :

Personnel en charge de l'accueil, de l'information, d'animation touristique

### Pré-requis :

Intérêt pour la problématique

### Méthodologie :

Apports magistraux  
Tour de table  
Travaux en groupes  
Mises en situation ou illustrations par films et photos  
Livret de stage remis à chaque participant

### A SAVOIR !!

Le stage a été prévu en tenant compte des impératifs liés au label Tourisme et Handicap.

Une mise en situation est prévue afin de mieux comprendre ce que vivent les personnes en situation de handicap.

# Communiquer avec la personne sourde - initiation

## Objectifs

- Comprendre la déficience auditive et le monde des personnes sourdes et malentendantes
- Acquérir un vocabulaire de base en Langue des Signes Française (L.S.F.) pour mieux communiquer et renseigner la personne sourde en Office de Tourisme
- Comprendre la logique iconique
- Acquérir des réflexes comportementaux pour éviter les blocages de communication
- Apprendre à construire une phrase simple pour orienter et informer la personne sourde

## Contenu

### Jour 1 :

#### Présentation de la déficience auditive

- Classifications.
- Contexte législatif.
- Les types de déficience et leurs origines.
- Typologie des modes de communication.
- Le monde des sourds.
- Echanges : témoignage de la vie quotidienne d'une personne sourde, et des besoins en vacances.

#### Apprentissage de base de la LDS

- Dactylogogie (alphabet des signes) : permettra l'explication de noms propres ou termes techniques.
- Chiffres : permettra les indications de temps, horaires, et tarifaires.
- Notions de temps : aujourd'hui, hier, demain, dans 2 semaines,

toujours, jamais, etc.

- Vocabulaire de vie courante adapté à l'office de tourisme (bienvenue, aider, adresse, affiche, banque, bibliothèque, campagne, carte de crédit, etc.).
- Apprendre à construire une phrase.

### Jour 2 :

#### Poursuite de l'apprentissage

- Révision de la 1ère journée.
- Suite du vocabulaire de la vie courante (fax, hôtel, habiter, interdit, lire, marcher, prix, téléphone, voyage, etc. ).
- Construction de phrases.

Elaboration de dialogues.

Etude bibliographique.

Visionnage de reportages : Extrait de médiation culturelle en LSF, et conte en signe pour prendre conscience des expressions du visage.

#### Techniques d'adaptation

- Conseils techniques professionnels : les placements face à une personne sourde, apprendre à manipuler une brochure en même temps que l'on signe, etc.
- Mises en situations professionnelles.
- Corrections sur visionnage des mises en situations.
- Temps d'échanges final.



14

Pourquoi cette formation ?

Cette formation répond à la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.

#### Nombre de participants

10

#### Date

8 & 9 septembre 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Marina GUITTOIS

#### Public

Personnel en charge de l'accueil, de l'information, d'animation touristique

#### Pré-requis

Maîtriser les bases de l'accueil

#### Méthodologie

Apports magistraux

Mises en situations professionnelles

Films

Temps d'échange

### A SAVOIR !!

Un livret de vocabulaire et de notes de stage, une bibliographie et une liste de sites Internet seront remis à chaque participant à l'issue de la formation.



## Pratique de la langue des signes

### Objectifs

- Pratiquer la Langue des signes pour ne pas perdre ses acquis.

### Contenu

- Remise à niveau des stages d'initiation et perfectionnement
- Révisions générales collectives
- Elaborer des phrases complètes
- Comprendre les bases grammaticales de la LSF
- Jeux de rôles/mises en situation

#### A SAVOIR !!

Un livret de vocabulaire et de notes de stage est remis à la fin de la session ainsi qu'une bibliographie, un répertoire de sites internet utiles, un DVD des signes les plus courants niveau 1 et 2.



15

#### Pourquoi cette formation ?

Suite à votre participation aux modules 1, 2 et 3, avez-vous pratiqué la Langue des signes? Cette journée va vous permettre de revoir vos acquis et de pratiquer la langue en groupe de conversation.

#### Nombre de participants

10

#### Dates et lieux

1ère session : débutant à intermédiaire  
le 26 septembre 2014, à Rennes

2ème session : intermédiaire à confirmés  
le 6 octobre 2014, à St-Brieuc

#### Intervenant

Maria GUITTOIS

#### Public

Personnel en charge de l'accueil

#### Pré-requis

Avoir impérativement participé aux modules niveau 1, 2 et/ou 3 «Communiquer avec la personne sourde»

#### Méthodologie

Apports magistraux  
Mises en situation professionnelles  
Films et visionnage de reportages  
Temps d'échange  
Présentation bibliographique

# Accueil numérique : définir une stratégie et choisir ses outils

*Nouveauté !*

## Objectifs

- Comprendre les enjeux de l'accueil numérique
- Acquérir une méthode pour mettre en place un accueil numérique adapté
- Comment la mettre en œuvre dans son office , l'évaluer et la piloter

## Contenu

### Introduction : le numérique au service de l'accueil

- Pourquoi un accueil numérique
- Quelques chiffres et tendances significatives
- Intérêt pour l'Office de tourisme
- Enrichir l'expérience visiteur
- Des besoins génériques aux services numériques
- Le parcours client ou les scénarios de visite
- Impact pour l'office de tourisme du futur : nouvelle approche et ré-évolution des missions

### Les principaux objectifs pour un accueil numérique

- Les grands objectifs stratégiques
- Les objectifs opérationnels sur site
- Les objectifs opérationnels hors site sur la destination

### Les éléments à prendre en compte dans l'accueil numérique

- La connexion numérique: l'incontournable !
- Le matériel : les différents supports numériques pour faire quoi :
- Le soft : la problématique des logiciels d'interface
- Focus internet de séjour
- Le budget : exemple de coût

### Les 10 principaux facteurs de succès Les grandes étapes de son projet d'accueil numérique : la méthode

1. Réaliser son diagnostic avant d'agir
2. Définir sa stratégie d'accueil numérique
  - o Cibles
  - o Objectifs
  - o Actions
  - o Moyens
  - o Organisation
3. Rédiger son cahier des charges pour sélectionner son prestataire
4. Définir son plan de communication
5. Evaluer son action

Focus organisation, management, accompagnement du changement

### A SAVOIR !!

*Il est très fortement conseillé de venir avec un PC portable pour travailler directement sur les outils mis à disposition*

*Outils opérationnels mis à disposition des stagiaires à la fin de la formation avec le support dans un espace de téléchargement*

16

#### Pourquoi cette formation ?

Les nouvelles technologies sont devenues incontournables dans les différents métiers de l'OT. Mais au-delà des nombreux outils numériques que sont les sites internet, les applications mobiles, le Web 2.0, les tablettes interactives..., il est important de construire une stratégie E-tourisme à partir des choix marketing de la destination et les nouveaux usages numériques des touristes.

#### Nombre de participants:

10

#### Dates:

17 & 18 avril 2014

#### Lieu:

Rennes

#### Intervenant:

ID Rezo - Benoît DUGRAGNE

#### Public:

Directeur, responsable, responsable accueil

#### Pré-requis:

Bonne connaissance des NTIC

#### Méthodologie:

Alternance de théorie et de pratique. Réflexion commune et échanges

## Agent d'accueil et conseiller en séjour 2.0

### Objectifs

Nouveauté !

- Mesurer l'impact des médias sociaux dans le processus d'achat et de préparation de séjours des internautes.
- Comprendre l'intérêt pour un OT d'être présent et d'agir sur ces supports.
- Connaître les sites et supports incontournables à surveiller.
- S'organiser pour surveiller ce qui se dit sur sa destination.
- Mettre en place les principaux outils de veille.
- Comprendre comment tirer profit des médias sociaux pour assurer un rôle d'accueil numérique et promotion de sa destination.
- Connaître et comprendre les supports 2.0 qu'un OT peut investir pour développer du « conseil en séjour numérique » (Chat, Page Facebook, Compte Twitter, profil Instagram, Pinterest ...)
- Maîtriser les fondamentaux de l'animation d'une page Facebook.
- S'initier à Twitter (dans un objectif de veille et de communication).
- S'initier à Pinterest et Instagram dans une logique de promotion/communication.

### Contenu

#### Contexte et environnement numérique des OT :

- Les nouveaux usages de la clientèle touristique actuelle.
- L'avènement des médias sociaux et ses principes.
- L'impact au sein d'un office de tourisme (organisation, nouveaux métiers, stratégie marketing...).
- L'impact sur le métier de l'accueil.

#### Présentation des nouvelles missions des agents d'accueil et conseillers en séjour :

- Le conseil en séjour numérique sur les supports de l'office (site web, Chat, Page Facebook, Compte Twitter, profil Instagram, Pinterest ...).
- Les bonnes pratiques et les outils 2.0 sur les supports de l'office :

signatures email, carte de visite, QR Code, Skype, Click to call, chat...

- La veille, la curation et la gestion de la e-réputation de sa destination sur le web 2.0.
- L'utilisation des médias sociaux pour promouvoir sa destination

#### Comment agir en tant qu'office de tourisme sur et avec les médias sociaux :

- Les sites d'avis de Voyageur (Quels rôles pour les OT ?, Les différents outils mis à disposition des OT par ces sites, Être en mesure de suivre la e-réputation des professionnels et des sites majeurs de sa destination.)
- Les Forums (Maîtriser les outils et techniques de veille, Savoir rédiger sur un forum.
- Les Blogs (Maîtriser les outils et techniques de veille, Savoir réagir à un article dans le champ «commentaire», Comprendre comment rédiger un article de blog.
- Les réseaux sociaux : Facebook , Twitter, Pinterest et Instagram

#### Résultats :

- Connaissances approfondies des différents médias sociaux
- Compréhension de la démarche globale visant à tirer profit de ces différents supports en tant qu'OT.
- Initiation et paramétrage des principaux outils veille.
- Connaissance des outils et bonnes pratiques en matière de veille.

#### A SAVOIR !!

Il est très fortement conseillé de venir avec un PC portable pour travailler directement sur les outils mis à disposition



17

#### Pourquoi cette formation ?

L'avènement des médias sociaux et du web 2.0 dans le tourisme est en train de modifier en profondeur le comportement de la clientèle touristique. Réseaux sociaux, avis des voyageurs, blogs, géo-localisation... sont quelques uns des nouveaux outils qui participent à l'information et la communication d'une destination. Situé en première ligne, le conseiller en séjour doit aussi s'adapter et acquérir les compétences pour répondre aux nouvelles attentes en matière d'accueil en ligne de ses visiteurs.

#### Nombre de participants

10

#### Dates

7 & 8 avril 2014

#### Lieu

Rennes

#### Intervenant

Mathieu VADOT

#### Public

Conseiller en séjour

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

Alternance de théorie et de pratique. Réflexion commune et échanges

## Refondre son site internet

Nouveauté !

### Objectifs

- Comprendre les principales composantes et les enjeux d'une stratégie Etourisme
- Devenir autonome sur la mise en place et la gestion d'une stratégie Etourisme
- Organiser l'équipe de l'office de tourisme autour de l'Etourisme
- Définir les axes de son site internet en fonction de ses objectifs marketing
- Etre capable de rédiger son cahier des charges internet
- Etre capable de choisir son prestataire web
- Savoir travailler avec son prestataire Web
- Evaluer son action Etourisme

### Contenu

#### Contexte du Etourisme (jour 1)

1. Introduction : Les nouvelles tendances du paysage internet touristique

2. Les grandes composantes de l'environnement Etourisme à prendre en compte

- Les grands enjeux
- Les types de prestataires

3. Les usages numériques touristiques et les fonctionnalités à développer

4. Les grandes composantes de l'ergonomie web à intégrer

5. Le webdesign : les tendances du moment

6. Les grandes composantes du web marketing

- Segmentation,
- Visibilité (référencement...)
- Web 2.0 ,
- Actions off line

#### Construire et piloter sa propre stratégie Etourisme (jour 2)

7. Type de projet web, système d'information, RH et budget disponible : quel impact

8. Les grandes étapes du projet Internet et les outils

- L'avant-projet :
  - L'existant
  - La concurrence : Le benchmark
  - Les objectifs marketings
  - Rédiger son cahier des charges internet
  - Choisir et contractualiser son ou ses prestataires
    - La phase de réalisation
    - Développement du site
    - Le nom de domaine
    - Test et Optimisation
    - Travailler son e-marketing
      - La phase post réalisation
      - Maintenance et évolution technique du site

9. Suivre et réagir sur sa stratégie

- Tableau de bord et tracking

#### A SAVOIR !!

*Il est très fortement conseillé de venir avec un PC portable pour travailler directement sur les outils mis à disposition*

18

Pourquoi cette formation ?

Refondre son site internet pour un OT est un moment stratégique clé qui conditionne la performance marketing de la destination. Orientation marketing, solutions technologiques, organisation des RH..., de nombreux facteurs influencent les décisions que devront prendre avec clairvoyance le chef de projet, le directeur et le CA. Comprendre cet environnement numérique et agir avec méthodologie sont les facteurs de réussite incontournables pour construire un système internet performant.

**Nombre de participants**

10

**Dates**

13 & 14 novembre 2014

**Lieu**

Rennes

**Intervenant**

Benoit DUDRAGNE - ID Rezo

**Public**

Personnel en charge du site Internet

**Pré-requis**

Bonne connaissance du Web

**Méthodologie**

Alternance de théorie et de pratique. Réflexion commune et échanges



## M-Tourisme : découvrir le potentiel du M-Marketing

### Objectifs

- Comprendre l'enjeu de s'adapter aux attentes des touristes en situation de mobilité.
- Identifier les actions possibles pour un hébergement touristique et leurs implications

### Contenu

#### Principes fondamentaux de l'accueil numérique

- Votre site web : 1er élément de votre accueil numérique
- Les grandes tendances dans le web « touristique »
- Les bonnes pratiques
- Les éléments incontournables d'un site touristique d'hébergement
  
- Importance et traitement de la cartographie web
- Créer ses propres cartes touristiques avec Google Maps
- Créer des visites virtuelles avec les outils de Google

#### L'impact du « mobile »

- L'impact du mobile dans le processus d'achat d'un produit touristique

- Travailler sa visibilité sur les mobiles via « l'infomédiation »

- Google Adresse (Google+ Local)
- Cartographie et outils GPS
- Les outils fournis par les sites d'avis de consommateurs
- Les bases de données touristiques (SIT)

- Faire un site mobile ou une application mobile ?
- Analyse comparative des solutions
- Les outils utilisables par une entreprise

- Développer un site mobile en « responsive design »
- Avantages et inconvénients pour l'entreprise
- Avantages et inconvénients pour le client

#### Des actions à développer dans l'entreprise

- Le développement de zones Wifi
- L'utilisation des SMS et de MMS d'information
- Développer le « QR Codage »
- Développer des services numériques (services d'impression de documents, etc...)

#### A SAVOIR !!

Il est très fortement conseillé de venir avec un PC portable pour travailler directement sur les outils mis à disposition



19

#### Pourquoi cette formation ?

Parmi toutes les possibilités offertes à un professionnel pour offrir des services de qualité aux mobinautes, le développement spécifique d'outils dédiés au « mobile » est une possibilité très intéressante. D'un simple site internet mobile à une application totalement dédiée à un type d'utilisateur et de mobile, le champ des possibilités est très large...

#### Nombre de participants

10

#### Dates

13 février 2014

#### Lieu

Rennes

#### Intervenant

Vivian VIDAL - ID Rezo

#### Public

Personnel de l'OT en charge de la communication, du marketing, de l'accueil, du commercial

#### Pré-requis

Bases relatives aux NTIC

#### Méthodologie

Alternance de théorie et de pratique. La réflexion commune et l'échange en groupe sur les principales problématiques sont privilégiés.

## Web rédactionnel : comment mettre en valeur ses contenus Web

### Objectifs

- Maîtriser les règles de l'écriture multimédia.
- Savoir rédiger et organiser ses informations sur le Web.
- Gérer l'évolution des publications en ligne par des contenus efficaces.

### Contenu

#### Spécificités de la lecture à l'écran

- Les modes de lecture
- L'attrait des textes

#### Les critères de qualité du contenu (police modifiée)

- La qualité littéraire (orthographe, grammaire, style)
- Un langage clair et simple
- Ecrire concis
- Véhiculer des messages clés
- L'accroche et la chute
- La contextualisation du contenu
- Eviter le langage promotionnel
- La lisibilité

#### L'organisation de votre contenu

- Les grands principes de l'organisation du contenu
- Contenu vs stratégie de communication
- La « scannabilité » du contenu
- L'importance des titres
- La longueur des pages
- L'utilisation de l'hypertexte : créer du lien
- Comment intégrer les visuels ?

#### Animer votre site par le contenu

- Contrôler votre contenu
- Actualiser votre contenu
- Penser multimédia
- Attirer et fidéliser le lecteur

20

#### Pourquoi cette formation ?

Le contenu rédactionnel est au coeur de votre site: essentiel pour l'image de votre structure et de votre territoire, auprès de vos visiteurs et primordial pour le référencement éditorial.

#### Nombre de participants:

10

#### Date:

24 février 2014

#### Lieu:

Pontivy

#### Intervenant:

MEDIAVEILLE

#### Public:

Personnel de l'OT travaillant dans les services communication, marketing ou éditorial  
Responsable de site et webmarketeur

#### Pré-requis:

Bonne connaissance de l'environnement informatique

#### Méthodologie:

Exercices de cas pratiques  
Support de formation complet remis en début de session  
Assistance téléphonique gratuite pendant un an

A SAVOIR !!

Une assistance téléphonique gratuite pendant 1 an.



## InDesign - Initiation

### Objectifs

- Maîtriser les techniques de mise en page professionnelle.
- Créer des documents de communication multipages pour le Web ou l'impression (catalogue et magazine)

### Contenu

#### Notions de base

- Présentation de InDesign.
- L'environnement de travail.
- Les palettes d'outils.
- Gestion du Zoom, palette d'infos.
- Les outils de sélection, Sélection directe.
- Créer, enregistrer un document et le préparer à l'impression.
- Gestion de la couleur.

#### Travailler sur les pages

- Gérer les marges et les colonnes.
- Utiliser les règles, les repères et les grilles.
- La palette Pages.
- Ajouter, supprimer des pages.
- Réorganiser des pages.
- Utiliser des pages types.

#### Gestion du texte

- Créer des blocs de texte.
- Saisir ou importer du texte.
- Mettre en forme les caractères.
- Mettre en forme les paragraphes.
- Lier les blocs de texte.

#### Outils de dessin

- Les outils Trait, Ellipse, Rectangle.
- L'outil Plume.
- Modification d'un tracé : point d'ancrage, points directeurs, lignes directrices, sommets.
- Importation de graphiques.
- Manipulation des objets graphiques.

#### A SAVOIR !!

Un poste informatique par participant.

Réalisations pratiques adaptées aux besoins exprimés



27

#### Pourquoi cette formation ?

Adobe InDesign est un logiciel de mise en pages ou PAO utilisé pour créer des magazines, des journaux, des livres, des plaquettes... Il est axé sur la forme et permet d'appliquer des mises en pages beaucoup plus complexes et créatives qu'un logiciel de traitement de texte, qui lui est axé sur le contenu.

#### Nombre de participants

10

#### Dates

3, 4, 5 novembre 2014

#### Lieu

Lorient

#### Intervenant

CCI Morbihan - David BENOIT

#### Public

Personnes amenées à créer des documents de communication

#### Pré-requis

Bonne connaissance de l'environnement informatique  
Posséder le logiciel ou envisager de l'acquérir

#### Méthodologie

Réalisation de travaux pratiques et d'études de cas.  
Un poste informatique par participant

## Photoshop - Initiation

### Objectifs

- Réaliser des retouches photos.
- Réaliser des photomontages de base (annonce presse par exemple).

### Contenu

#### Notion de bases sur l'image numérique

- Qu'est ce que le dessin vectoriel, le dessin bitmap?
- Les notions de pixel, de résolution
- Gestion de la couleur
- L'environnement de travail
- Les palette d'outils
- Gestion de zoom, palette d'infos

#### Les outils de la sélection

- Les outils sélection, Lasso, Baguette magique, Plage de couleurs
- Sélection par tracé
- Analyse d'un tracé: points d'ancrage, points directeurs, lignes directrices, sommets

#### Dessin et retouche d'image

- Recadrage d'images
- Déformations
- Les outils tampon et tampon de motif
- Les outils doigts, goutte d'eau, netteté, densité et éponge
- Les outils de dessin: pinceau, crayon, aérographe, gomme, pipette

#### Couleurs et filtres

- Niveaux, balance des couleurs, teinte et saturation,..
- Application de filtres à une image
- Notion de plug-in

#### La gestion du texte

- L'outil texte et ses variantes
- Les réglages de police, taille, alignement, couleur
- Les effets applicables sur le texte

#### Divers

- Gestion des calques et style de calques
- Historique des commandes
- Scripts
- Impression

*A SAVOIR !!*

*Un poste informatique par participant.*

*Réalisations pratiques adaptées aux besoins exprimés*

22

#### Pourquoi cette formation ?

Photoshop est un outil de référence pour composer, retoucher, recadrer toutes vos photos, illustrations et graphismes pour les supports aussi variés que l'impression, le web ou la vidéo !

#### Nombre de participants :

10

#### Dates :

24, 25, 26 mars 2014

#### Lieu :

St-Brieuc

#### Intervenant :

CCI Morbihan - David BENOIT

#### Public :

Personnes amenées à retravailler des images afin de les intégrer dans des publications

#### Pré-requis :

Bonne connaissance de l'environnement informatique  
Posséder le logiciel

#### Méthodologie :

Support de cours

Un poste informatique par participant  
Réalisation de travaux pratiques et études de cas

## Photoshop - Perfectionnement

### Objectifs

- Traiter de manière approfondie des images.
- Créer des photomontages élaborés.

### Contenu

#### Vérification des acquis et rappel des notions de base

#### Détournage - Sélections fines

- Outil de tracés vectoriels (plume et forme)
- Masques et détourages
- Amélioration de contour
- Transformation de tracés
- Combinaison d'outils
- Le mode texte

#### Calques/ Masques/ Couches/ Tracés

- Organisation
- Création et affichage
- Suppression
- Couches alpha
- Masques de fusion
- Calques de réglage, d'écretage, dynamiques
- Mode de fusion

#### Rendus - Effets

- Outils de dessin et de peinture
- Brosses, styles et formes
- Effets de plume et remplissage
- Transparences
- Filtres créatifs, filtres point de fuite
- Effets de styles (création de boutons)
- Chromie - Bichromie
- Scripts

#### Optimisation des images pour le Web ou l'impression

- Modes d'export (EPS, JPEG, GIF, PNG, PDF)
- Exportation Zoomify
- Calibrations
- Tranches et boutons animés
- Gif animé

*A SAVOIR !!*

*Un poste informatique par participant.*

*Réalisations pratiques adaptées aux besoins exprimés*



23

#### Pourquoi cette formation ?

Si vous avez déjà suivi la formation Photoshop-Initiation, cette formation vous permettra d'asseoir vos compétences et d'aller plus loin en traitant de manière approfondie des images et en créant des photomontages élaborés.

#### Nombre de participants

10

#### Dates

24 & 25 novembre 2014

#### Lieu

St-Brieuc

#### Intervenant

CCI Morbihan - David BENOIT

#### Public

Personnes amenées à créer des documents de communication

#### Pré-requis

Avoir suivi la formation Initiation ou maîtriser les bases du logiciel - Posséder le logiciel

#### Méthodologie

Support de cours

Un poste informatique par participant  
Réalisation de travaux pratiques et études de cas

## S'exprimer avec aisance et conviction en toute circonstance professionnelle

### Objectifs

- Gérer votre stress en prise de parole.
- Préparer et organiser votre réunion.
- Fédérer et impliquer les participants.
- Donner du sens à votre discours.
- S'initier à la technique du « mind maps » pour gérer votre temps, structurer votre discours mais aussi permettre à vos collaborateurs de mieux mémoriser.

### Contenu

Faire connaissance pour favoriser la cohésion d'équipe donc l'apprentissage

- Qui sommes nous?
- Quelles sont vos missions?
- Quelles sont les prises de parole ou les réunions auxquelles vous allez participer ou que vous envisager d'animer?
- Quelles sont vos besoins par rapport à cette formation?

Ce qu'on attend d'un bon orateur

- L'identification des qualités et des compétences requises pour être un bon orateur.
- Le travail sur votre voix, le langage et les attitudes qui favorise ou pénalise votre communication
- Des échanges et des expérimentation d'outils pour gérer votre « trac ». **La préparation et l'organisation de votre prise de parole**
- Les 3 préparations matérielle, psychologique et méthodologique.
- La construction des différentes étapes de votre discours selon la méthode du mind maps.

La gestion d'un groupe

- Qu'est ce qu'un groupe et les différents profils le constituant?
- La définition de votre rôle auprès du groupe?
- L'identification des techniques d'animation à utiliser en fonction des messages à faire passer?
- La gestion de quelques situations difficiles à gérer : les téléphones portables, les bavards, les toujours contre...

#### A SAVOIR !!

*Un livret reprenant tous les contenus de la formation + un passeport personnel reprenant vos atouts, vos axes de progrès et vos objectifs à venir vous seront remis à la fin de la session.*

24

**Pourquoi cette formation ?**  
Comment donner un nouveau souffle à ma prise de parole, la dynamiser, permettre à mes interlocuteurs de mieux mémoriser mes messages? Devenir plus efficace dans la préparation et l'organisation d'une réunion?

**Nombre de participants:**

10

**Date:**

2 & 3 octobre 2014

**Lieu:**

Pontivy

**Intervenant:**

Stéphanie BONTE

**Public:**

Toute personne susceptible de prendre la parole ou d'animer une réunion auprès de collaborateurs, de partenaires professionnels, financiers ...

**Pré-requis:**

Ausun

**Méthodologie:**

Echanges semi-directifs

Mises en situation

Jeux de communication et de théâtre



## Apprendre à gérer son stress

### Objectifs

- Définir la notion de stress.
- Identifier les trois phases du stress et les différentes catégories de stress.
- Identifier ses stresseurs : internes, externes et cachés.
- Identifier les raisons de son stress et ses conséquences.
- Mettre en place des actions préventives au stress.
- Sortir de son stress.

### Contenu

#### JOURNEE 1

##### Créer une dynamique de groupe

- Qui sommes-nous ? quelles sont nos missions ?
- Quels sont les enjeux de notre métier ?
- Quels sont nos besoins par rapport à ces deux journées de formation ?

##### Définir la notion du stress

- Le stress c'est quoi ?
- Les catégories de stress .
- Les trois phases du stress : la phase d'alarme, la phase de résistance, la phase d'épuisement.
- Ses stresseurs: Internes (ex : manque de confiance en soi) / Externes (ex : le bruit au bureau) / Cachés (ex : manque de soleil).

##### Les raisons de notre stress et ses conséquences

- Les situations professionnelles où nous sommes en situation de stress.
- Définir les raisons et les conséquences de ces situations sur notre environnement professionnel et nous-mêmes.
- Repérer nos comportements verbaux et non verbaux dans ces situations et ce qu'ils peuvent induire.
- Repérer notre positionnement professionnel dans ces situations.

#### JOURNEE 2

##### Mieux être soi pour créer son équilibre intérieur

- Entreprendre la Communication Non Violente : ses enjeux pour soi et son environnement professionnel et personnel, savoir être à l'écoute de nos besoins, de ce que nous voulons pour recréer notre équilibre intérieur .

##### De la confiance en soi à l'estime de soi

- Apprendre à se connaître pour mieux se faire confiance.

##### Utiliser les bonnes énergies en vivant l'instant présent

- Comprendre ses peurs et ses émotions pour mieux apprendre à les gérer.

*A SAVOIR !!*

*Livret pédagogique remis aux participants accompagné de fiches pratiques.*



25

##### Pourquoi cette formation ?

Le stress a de multiples facteurs déclencheurs, apprenez à les identifier pour vous sentir mieux au quotidien.

##### Nombre de participants

10

##### Dates

22 & 23 septembre 2014

##### Lieu

Pontivy

##### Intervenant

Carole BOURDEAU

##### Public

Tout public

##### Pré-requis

Aucun

##### Méthodologie

Travaux en sous-groupes  
Echanges à partir de revues de presse, d'ouvrages bibliographiques .  
Echanges semi-directifs  
Mise en place de scénettes

## Carte mentale : Gagnez en productivité, efficacité et créativité (Mind Mapping®)

### Objectifs

Issue du Mind Mapping®, la carte mentale ou carte heuristique est une technique visuelle et topologique permettant de structurer sa réflexion :

- organiser ses idées,
- gagner du temps,
- affiner sa prise de décision.

Idéale également pour :

- conduire des réunions,
- prendre des notes,
- optimiser ses présentations orales.
- s'approprier la méthodologie de la carte mentale
- s'entraîner à la construction de cartes selon les différentes applications professionnelles.

### Contenu

#### Les fondements de la carte mentale

- Quels sont les bénéfices attendus ?
- Le Mind Mapping® à l'origine des cartes mentales.
- Le fonctionnement du cerveau : identifier et exploiter le potentiel de son cerveau et créer la synergie entre les deux hémisphères du cerveau.
- Se préparer à la création de cartes mentales.

#### Réaliser des cartes mentales

- Prendre conscience de sa créativité.
- Les étapes de la création d'une carte mentale.
- Des différentes cartes mentales vers le Topolangage®.
- Préparer l'organisation de travail.

#### De la théorie à la pratique : mises en situation

S'approprier la carte mentale dans les différentes situations de la vie de l'entreprise :

- Résoudre un problème, une problématique, un conflit.
- Développer un projet.
- Prendre la parole et structurer son intervention.
- Animer une réunion, prendre des notes.
- Prendre une décision.
- Mémoriser sans effort.
- Construire un plan d'action.

#### Exercices pratiques

- Test de positionnement comportemental «process performance».

#### Exercices pratiques

- Elaboration de cartes mentales et Topolangage® en situation professionnelle.



26

#### Pourquoi cette formation ?

Cette méthode permet d'optimiser la majorité des activités quotidiennes : prendre des notes, piloter des projets, animer des réunions, prendre des décisions, gérer le temps, créer, innover...

#### Nombre de participants

12

#### Date

24 & 25 septembre 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

CCI Morbihan - Sylcie CHUFFART

#### Public

Tout public

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

Alternance d'apports méthodologiques et mise en pratique au travers de jeux de rôles.  
Création de plusieurs cartes mentales individuelles et collectives.

A SAVOIR !!

Supports conçus par les intervenants, reprenant les exercices pratiques expérimentés en cours.



## Gestion et organisation de son temps de travail



### Objectifs

- Identifier son mode de fonctionnement dans sa relation au temps
- Devenir proactif et réaliste dans la gestion de ses activités
- Anticiper et planifier ses tâches de manière réaliste
- Mieux définir ses priorités dans les relations avec les autres
- Générer de bonnes pratiques pour l'avenir

**Nouveauté !**

### Contenu

#### L'efficience au quotidien : sa relation au temps

- Découvrir sa relation au temps
- Les obstacles à la bonne gestion du temps
- Définir ses priorités à court et à long terme
- Ne pas se laisser dévorer par le quotidien
- Lutter contre la procrastination : l'action immédiate FIFO
- Gestion du temps et gestion du stress : prendre du recul face aux pressions

#### Gérer ses activités de façon proactive

- L'analyse critique de son emploi du temps
- Entre l'urgent et l'important : une matrice de décision
- Les voleurs de temps
- Les lois du temps

- La planification de ses activités

#### Optimiser les organisations individuelles

- L'inventaire de son organisation et de ses outils
- Les enjeux de la prise de décision
- La fixation des objectifs

#### Des outils pour être plus efficace avec les autres

- Le comportement assertif pour se protéger des sollicitations
- Savoir dire non

#### La méthodologie s'appuie sur :

- Des exercices créatifs qui favorisent les échanges et valorisent le potentiel créatif des participants.
- Une analyse du chronogramme des activités de chaque participant afin de mettre en place son plan d'action personnel
- Des tests permettent de faire le point sur ses propres pratiques
- Des échanges d'expérience autour de cas concrets. Chaque stagiaire peut ainsi renforcer ses compétences professionnelles dans un esprit positif et sécurisant.
- Simulations de comportements chronophages analysées en groupe.
- Un livret-découverte assure l'assimilation du contenu théorique en évitant le côté fastidieux de la prise de notes.
- Un plan d'action et d'engagements pour chaque participant

**A SAVOIR !!**

Formation organisée en partenariat avec le CNFPT et la FRPAT

Gratuité des frais pédagogiques pour les personnels de droit public



27

#### Pourquoi cette formation ?

Pays touristiques et Offices de Tourisme se voient confier toujours plus de missions et doivent souvent mener plusieurs actions de front. Face à ce constat et au phénomène grandissant du stress au travail, il s'avère nécessaire d'aider les salariés à mieux organiser leur temps et à savoir gérer les priorités

#### Nombre de participants

12

#### Dates

31 mars et 1 avril 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Gildas Fortune, Cabinet Convergences

#### Public

Tout salarié d'OT

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

L'approche utilisée est active et participative : elle alterne des phases de découverte par les participants, des apports de l'animateur et une appropriation par l'entraînement (faire ressentir, faire réfléchir et faire agir).

## Préparer, animer et piloter une réunion



### Objectifs

- S'approprier des différents objectifs de réunion : formaliser des objectifs
- Découvrir les rôles et fonctions de l'animateur de réunion
- Découvrir les différentes étapes : de la formalisation au suivi...
- S'exercer à préparer une réunion (conditions matérielles, étapes, méthodes, durée, supports...)
- S'exercer à animer une réunion
- Gérer les situations délicates en réunion
- Assurer le suivi

**Nouveauté !**

### Contenu

#### Observons et comprenons le fonctionnement d'un groupe

Compréhension du fonctionnement d'un groupe et identification des rôles et fonctions de l'animateur de réunion. Apprenons à observer un groupe : le positionnement, les attitudes et comportements, les transactions ; Repérons les fonctions et les rôles des membres d'un groupe et de l'animateur Identifions les impacts du style d'animation sur le groupe ; Maîtrisons les phénomènes de groupe, la dynamique de groupe.

#### Préparons différentes réunions

Identifions les conditions optimales pour réussir une réunion ; Repérons les types de réunions et leur objectif.

- Avant - réunion

*Développons nos capacités à prendre la parole : Dynamisons nos réunions (Le style oral, le choix des mots, la construction de phrases, les transitions, les modes de présentation..., La rhétorique, l'illustration, les questions, les répétitions, les synthèses, l'évaluation, la mémoire..., le débit, la voix, l'articulation, les silences, la respiration, le comportement physique, le corps, les déplacements, le regard)*

- Pendant la réunion
- Après la réunion

4- Identifions et intervenons pour gérer des situations délicates

Gérons les comportements excessifs : Les retards systématiques ; les bavards ; les provocateurs ; les hors sujets ; l'agressivité ; la passivité...

Gérons des situations conflictuelles : Prévenons un conflit en réunion : développons un comportement adapté ; Gérons un conflit en réunion

5- Entraînons-nous

Les stagiaires seront amenés à animer une séquence de formation préparée lors de la période inter session (entre le 21 février et le 21 mars 2014).

Le formateur sera également amené à proposer des situations (de simples à complexes) que les stagiaires mettront en œuvre.



28

#### Pourquoi cette formation ?

Vous participez fréquemment à des réunions avec vos prestataires, vos partenaires, les institutionnels ou en interne. Cette formation vous donnera les clés pour faire entendre vos idées et réussir ces rencontres.

#### Nombre de participants

12

#### Dates

20, 21 février & Et 18 mars 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Cabinet Alliance

#### Public

(Session ouverte aux personnels de droit privé mais le groupe doit être constitué majoritairement d'agents territoriaux) Tout salarié amené à animer des réunions

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

Apports théoriques et méthodologiques. Tests de positionnement. Travaux en sous-groupes. Jeux de rôles (mise en situation), vidéoscopie et analyse. Le formateur disposera d'une caméra

## Formation de formateur occasionnel



### Objectifs

- Intégrer différentes approches pédagogiques dans la formation des adultes
- Connaître les principales méthodes et techniques pour concevoir et animer une formation

*Nouveauté !*

### Contenu

#### Le formateur et son rôle

- Le formateur s'inscrit dans un processus pédagogique
- Les compétences du formateur occasionnel

#### Définir le parcours de la formation

- L'objectif final : les connaissances à acquérir
- L'analyse de la situation de départ
- Les étapes du parcours
- Les supports

#### Les approches pédagogiques dans la formation des adultes

- Différentes approches en pédagogie
- Les méthodes pédagogiques
- Cas d'application, avantages et inconvénients de chaque méthode

#### L'animation des séquences de formation

- Les étapes de l'animation d'une formation
- Le formateur face au groupe

*A SAVOIR !!*

*Formation organisée en partenariat avec le CNEPT et la FRPAT*

*Gratuité des frais pédagogiques pour les personnels de droit public*



29

#### Pourquoi cette formation ?

Des ressources intéressantes existent dans le réseau des OT et Pays touristiques. Afin de faciliter les partages de compétences, les formateurs dits «occasionnels» ont besoin de savoir comment bien transmettre leurs savoirs.

#### Nombre de participants

12

#### Dates

18 & 19 septembre 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Pascal Sartor, Korrigans Conseil

#### Public

Personnel de droit public en priorité (Session ouverte aux personnels de droit privé mais le groupe doit être constitué majoritairement d'agents territoriaux)  
Tout salarié amené à dispenser des ateliers ou formations

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

Echanges d'expérience  
Travaux en sous-groupes  
Apports de contenu

Formation ANT 2011



## La GPEC au service des nouveaux défis de l'OT - Module 1

### Objectifs

- Mettre en oeuvre une méthode pour mener un projet GPEC
- Se doter d'un savoir-faire pour bâtir des cartes métiers et un référentiel de compétences
- Concevoir : une carte des métiers et une fiche de poste
- Mettre en place des plans d'actions RH pour réduire l'écart de compétences

### Contenu

#### Jour 1

##### GPEC et stratégie de son OTSI

1. Diagnostiquer le besoin de son OTSI : état des lieux de la stratégie et de la démarche emploi-compétence
2. Les portes d'entrée d'une GPEC
3. Articulation avec la politique et dispositifs RH existants

*Jeu de rôle : identifier les rôles et enjeux des acteurs de la GPEC*

##### Communiquer sur la démarche et impliquer les acteurs

1. La GPEC et ses acteurs : RH, managers et salariés, directionExercice : construire un plan de communication interne
2. Limites et risques de la démarche
3. Les clés de réussite de la GPEC

*Mise en situation : «vendre» la démarche GPEC à son équipe dans l'OTSI*

#### Jour 2

##### Les étapes de mise en oeuvre d'une GPEC réussie

1. Définir les objectifs visés, les enjeux, les acteurs et moyens mis en oeuvre
  2. Constituer un groupe projet « GPEC » dans son OTSI
  3. Définir les axes stratégiques de l'OTSI
- Exercice : faire l'état des lieux de son OTSI
4. Analyser l'existant : connaître ses ressources actuelles (collaborateurs/trices et emplois) sur le plan quantitatif et qualitatif
  5. Identifier les facteurs d'évolutions ayant un impact sur les emplois et les compétences

##### Identifier les compétences/métiers et bâtir des outils performants

1. Clarifier les différentes notions : compétence, poste, fonction, emploi-type, référentiel métiers/compétences...
2. Élaborer la carte des emplois et les passerelles métiers
3. Élaborer le référentiel de compétences : la méthodologie du cabinet Orizon

*Cas pratique : construire un référentiel métiers OTSI à partir d'exemples d'autres régions*

#### A SAVOIR !!

*Il est fortement conseillé de suivre les 2 modules (cursus de 2 fois 2 jours)*

30

#### Pourquoi cette formation ?

Le développement des démarches de GPEC est inscrit dans la législation sociale française depuis 2005. Il a pour but d'apporter des réponses concrètes et opérationnelles en matière de gestion des Ressources Humaines dans une optique de performance globale, de sécurisation de l'emploi par une anticipation des besoins en compétences.

#### Nombre de participants

12

#### Dates

7 & 8 octobre et 20 & 21 novembre 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

ALPHA & OMEGA - Cédric ANGELIER

#### Public

Directeurs d'OT

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

Cas pratiques issus de la mise en place des outils GPEC en PACA  
Jeux pédagogiques

## La GPEC au service des nouveaux défis de l'OT - Module 2

### Objectifs

- S'approprier les outils de gestion et de développement des compétences
- Préparer et conduire un entretien annuel
- Evaluer les actions de formation des collaborateurs de l'OTSI
- Bien recruter ses collaborateurs

### Contenu

Jour 1 :

#### Évaluer les compétences

1. Les différents modes d'évaluation : entretiens d'évaluation, professionnels, ou de seconde partie de carrière, bilan d'étape, bilan de compétences
2. Suivre et gérer les retours d'évaluation

#### Le contenu détaillé de l'entretien annuel

1. Définir clairement les fonctions, les missions et les responsabilités liées au poste
2. Définir les critères d'évaluation
3. Définir clairement les objectifs
4. Les points forts et les points à améliorer
5. Les exemples à ne pas suivre, les erreurs à ne pas commettre

*Cas pratique : rédaction de la charte de l'entretien annuel*

#### La préparation de l'entretien annuel

1. Le document préalable à l'entretien
2. Le(s) guide(s) d'entretien
3. Conditions et environnement : lieu, durée et contexte
4. Le coaching personnel du cadre

*Jeu de rôle : démarrer un entretien avec un collaborateur*

Jour 2 :

#### Le déroulement de l'entretien

1. Introduction de l'entretien
2. Le collaborateur fait le bilan de son année
3. Faire le point avec le salarié sur l'évolution de son projet professionnel
4. Définir clairement les objectifs et axes de progrès
5. Demander au salarié s'il veut revenir sur d'autres sujets non développés

*Jeu de rôle : gérer un entretien annuel difficile*

#### Développer et valoriser les compétences

1. Formation : plan de formation, DIF, CIF, VAE, période de professionnalisation
2. Mettre en œuvre un dispositif d'évaluation intermédiaire
3. Evaluer l'action de formation (à chaud et en différé)
4. Les principes de l'évaluation du plan de formation
5. Réaliser le bilan final du plan annuel de formation

*Cas pratique : rédaction d'une matrice de debriefing collaborateur au retour des formations*

#### A SAVOIR !!

Il est fortement conseillé de suivre les 2 modules (cursus de 2 fois 2 jours)



37

#### Pourquoi cette formation ?

Le développement des démarches de GPEC est inscrit dans la législation sociale française depuis 2005. Il a pour but d'apporter des réponses concrètes et opérationnelles en matière de gestion des Ressources Humaines dans une optique de performance globale, de sécurisation de l'emploi par une anticipation des besoins en compétences.

#### Nombre de participants

12

#### Dates

7 & 8 octobre et 20 & 21 novembre 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

ALPHA & OMEGA - Cédric ANGELIER

#### Public

Directeurs d'OT

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

Cas pratiques issus de la mise en place des outils GPEC en PACA  
Jeux pédagogiques

## Comptabilité d'un EPIC - Niveau 2



### Objectifs

- Appréhender les mécanismes de la comptabilité publique M4 appliquée aux offices de tourisme en EPIC.
- Déterminer les procédures d'élaboration et d'exécution d'un budget en M4 pour un office de tourisme en EPIC.

### Contenu

#### Le budget

- Généralités (Annualité, Unité, Universalité)
- Elaboration, vote et contrôle (Présentation et vote, contrôle budgétaire, les règles d'équilibre)
- Autorisations budgétaires. (Définition des articles et chapitres, les chapitres globalisé, les chapitres budgétaires particuliers)
- Autofinancement
- Documents budgétaires (Budget primitif, Décisions modificatives, budget supplémentaire)
- Chapitres particuliers en 02
- Lignes budgétaires en 00

#### Exécution des recettes.

- Titres de recettes

#### Exécution des dépenses - Mandats

#### Opérations de fin d'exercices

- Rattachement des charges et produits à l'exercice.

#### Détermination et affectation du résultat Le résultat.

- Solde d'exécution de la section d'investissement.
- Les restes à réaliser.
- Affectation du résultat.
- La reprise anticipée des résultats.

#### La comptabilité de l'ordonnateur

- Principes.
- Comptabilité des dépenses engagées.
- Comptabilisation des mandats et des titres.
- Confection des états spéciaux de fin d'exercice.

#### La comptabilité du comptable

- Principes.
- Organisation de la comptabilité budgétaire.
- Comptabilité générale du service. Description des opérations : budgétaires, de trésoreries, opérations particulières, arrêté des écritures, compte de gestion.

#### Sujets abordés si demande des participants :

- Les régies.
- Cas particulier d'une centrale de

32

#### Pourquoi cette formation ?

Certains OT ont vu leur statut changer et sont passés de la forme associative à une structuration en EPIC. En conséquence, les directeurs et agents de gestion budgétaire et comptable doivent maîtriser l'instruction budgétaire et comptable applicable à ce type d'établissement.

#### Nombre de participants:

12

#### Date:

10 & 11 février 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Bernard Barbey

#### Public

Personnel de droit public en priorité (Session ouverte aux personnels de droit privé mais le groupe doit être constitué majoritairement d'agents territoriaux) Directeurs et personnel en charge de la gestion comptable et budgétaire

#### Pré-requis

Disposer de base en comptabilité M4

#### Méthodologie

Apports théoriques et méthodologiques. Etudes de cas. Echanges.





## Fiscalité et TVA en EPIC



### Objectifs

- Appréhender les mécanismes de la TVA et de la fiscalité appliquée aux offices de tourisme en EPIC.

**Nouveauté !**

### Contenu

Principes généraux de TVA.

Notions d'assujettis/assujettis partiels

- Activités non assujetties.
- Activités assujetties.

Détermination du moment de taxe déductible

- Coefficient de déduction.

Principe de TVA des centrales de réservation.

Territorialité de la TVA

- Prestations de services.

Taux de TVA

- Taux normal / Taux réduit
- Définition fiscale du livre.

Liste des impôts auxquels est soumis un EPIC

- TVA
- Impôts sur les bénéfices
- Taxe sur les véhicules de sociétés.
- Taxe sur les salaires.

Lors de la création de l'EPIC, choisir son régime fiscal.

Egalement abordés : Les textes des impôts relatifs à ces problématiques (BOI).

Comment s'organiser pour pouvoir remplir ses obligations fiscales

- Analytique
- Lien avec le Trésor Public

Exercices et exemples

**A SAVOIR !!**

Formation organisée en partenariat avec le CNEPT et la FRPAT

Gratuité des frais pédagogiques pour les personnels de droit public



33

Pourquoi cette formation ?

Certains OT ont vu leur statut changer et sont passés de la forme associative à une structuration en EPIC. En conséquence, les directeurs et agents de gestion budgétaire et comptable doivent maîtriser l'instruction budgétaire et comptable applicable à ce type d'établissement.

**Nombre de participants**

12

**Dates**

12 février

**Lieu**

Pontivy

**Intervenant**

Bernard Barbey

**Public**

Personnel de droit public en priorité (Session ouverte aux personnels de droit privé mais le groupe doit être constitué majoritairement d'agents territoriaux)  
Directeurs et personnel en charge de la gestion comptable et budgétaire

**Pré-requis**

Disposer de base en comptabilité M4

**Méthodologie**

Apports théoriques et méthodologiques. Etudes de cas. Echanges.

## Les différents statuts juridiques des structures touristiques



### Objectifs

- Cette journée a pour objectif de faire le point sur les nouvelles structurations juridiques dans le secteur touristique.
- Quelles sont les perspectives d'évolution du paysage touristique ?

**Nouveauté !**

### Contenu

Présentation des nouveaux statuts juridiques :

- SPL (Société Publique Locale),
- SEM (Société d'Economie Mixte)
- Offices de tourisme
- Comité départementaux du tourisme
- Comité régionaux du tourisme
- Atout France
- Modes d'hébergements marchands
- Autres opérateurs

Des exemples bretons étayeront cette présentation : Pointe St-Mathieu, Hôtel de la mer à Crozon, Océanopolis...)

**A SAVOIR !!**

Formation organisée en partenariat avec le CNFPT et la FRPAT

Gratuité des frais pédagogiques pour les personnels de droit public



34

**Pourquoi cette formation ?**

Les structures du tourisme peuvent revêtir différents statuts juridiques. Il est important de bien les connaître pour opter pour le bon statut.

**Nombre de participants :**

12

**Date :**

27 novembre 2014

**Lieu :**

Pontivy

**Intervenant :**

Laurence Jegouzo, Cabinet Moyse et Associés

**Public :**

Personnel de droit public en priorité (Session ouverte aux personnels de droit privé mais le groupe doit être constitué majoritairement d'agents territoriaux)

**Pré-requis :**

Aucun

**Méthodologie :**

La journée favorisera les échanges avec les participants. Des exemples précis illustreront les différents points abordés.

## Sauveteur Secouriste du Travail

### Objectifs

- Intervenir et agir efficacement devant un accident
- Alerter les secours et leur transmettre les bonnes informations
- Pratiquer les gestes d'urgence permettant d'éviter l'aggravation de l'état de la victime
- Identifier les situations dangereuses et les personnes exposées

### Contenu

1. Le sauvetage secourisme du travail
  - Les accidents de travail dans la profession.
  - Qu'est-ce qu'un Sauveteur-Secouriste du Travail : rôle, limites,
  - Intérêt de la prévention des risques professionnels.

Pour chaque cas suivant, le détail est :  
PROTEGER, EXAMINER, SECOURIR, FAIRE  
ALERTE, ALERTER

2. La victime saigne abondamment,
3. La victime s'étouffe,
4. La victime ne réagit pas, les mouvements respiratoires ne sont pas perceptibles,

5. La victime ne réagit pas, les mouvements respiratoires sont perceptibles,
6. La victime souffre d'un malaise,
7. La victime présente des brûlures,
8. La victime répond, souffre, et ne peut effectuer certains mouvements,
9. La victime répond, elle présente une plaie qui ne saigne pas abondamment,
10. Risques spécifiques à l'entreprise
11. Le défibrillateur
12. Synthèse pédagogique - Evaluation des SST.

#### Bilan de formation

- Evaluation et positionnement final,
- Points de progression acquis ou potentiels,
- Pistes pour aller plus loin,
- Sources documentaires,
- Bibliographie,
- Sites Internet

*A SAVOIR !!*

*Exercices d'entraînement des gestes de premiers secours*



35

**Pourquoi cette formation ?**  
Pour acquérir le réflexe de pratiquer les gestes qui sauvent

**Nombre de participants :**  
10

**Dates :**  
8 et 9 Décembre 2014.

**Lieu :**  
Pontivy

**Intervenant :**  
AGORA SERVICES

**Public :**  
Tout public

**Pré-requis :**  
Aucun

**Méthodologie :**  
Pédagogie interactive  
Intervenant professionnel et pédagogue  
Mise en situation avec matériel  
Exercices d'entraînement des gestes de premiers secours

## Sauveteur Secouriste du Travail - Renouvellement

### Objectifs

- Intervenir et agir efficacement devant un accident
- Alerter les secours et leur transmettre les bonnes Informations
- Pratiquer les gestes d'urgence permettant d'éviter l'aggravation de l'état de la victime
- Identifier les situations dangereuses et les personnes exposées

*Nouveauté !*

### Contenu

Conformément à la directive INRS, ce programme comprend :

- Une évaluation à partir d'accident du travail simulé permettant de repérer les écarts par rapport au comportement attendu du SST.
- Une partie consacrée à la révision des gestes d'urgence,
- Une partie consacrée à l'actualisation de la formation : Aux risques de l'entreprise ou de l'établissement
- Aux modifications du programme.

Contenu de la formation : Tour de table avec le recueil des stagiaires en matière de secourisme ; ont-ils dû intervenir? Comment cela s'est-il passé? Réponses à leurs attentes. Evaluation des acquis à l'aide du plan d'intervention, et/ou de mise en situation :

- Avec évaluation en groupe (utilisation de maquillage pour reproduire au mieux la situation d'accident).
- Soit : Mise en oeuvre si possible aux postes de travail,
- En salle, en reproduisant des situations la plus crédibles possibles, Révision des gestes de secourisme (et d'urgence) Actualisation de la formation S.S.T
- Risques de l'entreprise ou de l'établissement,
- Modifications du programme Développement de thèmes spécifiques
- sensibilisation à la prévention, identification de situations dangereuses et de leur suivi.
- Etude d'un ou des risques spécifiques de l'entreprises et des moyens d'y faire face.

*A SAVOIR !!*

*Exercices d'entraînement des gestes de premiers secours*

36

**Pourquoi cette formation ?**  
Acquérir le réflexe de pratiquer les gestes qui sauvent

**Nombre de participants:**  
10

**Date:**  
28 novembre 2014

**Lieu**  
Pontivy

**Intervenant**  
AGORA SERVICES

**Public**  
Tout public

**Pré-requis**  
Aucun

**Méthodologie**  
Pédagogie interactive  
Intervenant professionnel et pédagogue  
Mise en situation avec matériel



## Rédiger son document unique et le mettre à jour

### Objectifs

- Sensibiliser les personnels aux exigences du Document Unique
- Définir les outils adaptés pour évaluer les risques du métier
- Savoir établir un plan de prévention
- Savoir rédiger le document unique conformément à la réglementation

*Nouveauté !*

### Contenu

- Présentation de la méthode d'évaluation des risques
- Exemples d'application pratique
- Collecte des informations pour la caractérisation des risques
- Définir une méthode adaptée pour évaluer les risques
- Définir les unités de travail
- Exercices d'application d'évaluation des risques avec la méthode retenue par unité de travail du plan de prévention
- Valider le document unique

*A SAVOIR !!*

*Positionnement initial et final pour mesurer la progression des compétences*

*Supports remis à chaque participant*

37

#### Pourquoi cette formation ?

Pour mener un diagnostic Santé-Sécurité pertinent, pour évaluer les risques psychosociaux, pour identifier les postes concernés par la pénibilité au sein de votre entreprise et surtout, déclencher des actions de prévention pertinentes pour éviter les accidents.

#### Nombre de participants

12

#### Dates

14 Février 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

AGORA SERVICES

#### Public

Tout public

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

Pédagogie interactive

Il est procédé tout au long de la formation à un contrôle continu des acquisitions par une mise en situation

## Adapter son offre touristique aux motivations des clientèles et bien la communiquer et la commercialiser - Mod.1

### Objectifs

Module 1 : Accéder à la mise en marché de l'offre qualifiée de sa destination

- Comprendre l'organisation générale de la mise en marché de l'offre touristique
- Expertiser les ressources disponibles pour discerner l'attractivité du territoire et les points d'appui
- Savoir identifier les marchés, les niches de clientèles individuelles, voire les groupes, leurs attentes et s'y adapter
- Positionner des offres adaptées à des clientèles ciblées
- Savoir orienter sa politique de produits - acquérir une méthode de construction d'un produit voire de structuration de l'offre pertinente

### Contenu

#### Les préalables

Les étapes : de la présentation de l'offre du territoire jusqu'à sa commercialisation

Le rôle de l'OT dans la stimulation de l'offre et de sa mise en marché, la prise en compte de la situation du territoire et des opérateurs présents.

La réglementation en matière de commercialisation de services et produits touristiques pour les organismes locaux du tourisme Loi Novelli - ce qui est permis et ce qui est limité.

#### Expertiser les ressources disponibles pour discerner l'attractivité de son territoire

- La qualification de l'offre, de valeurs du territoire en vue de son positionnement : les éléments dominants, repères, intérêts pour

satisfaire quelles clientèles...et les points faibles de l'offre

- Synthèse et mise en forme des éléments de son attractivité.

#### Positionner des offres adaptées à des clientèles ciblées

- Les caractéristiques des principaux marchés du territoire, exploitation des observations locales
- Le croisement de l'attractivité du territoire, d'une sélection d'offres qualifiées, pour des clientèles identifiées, critères de segmentation. Déterminer l'attractivité des marchés
- Détermination dans l'offre du territoire et partenaires, celle qui est, du fait de ses composantes, exploitable pour la conception de produits, et/ou d'une offre organisée attrayante en réponse aux principales attentes de ces clientèles ciblées et aux moyens réalisables de promotion, de commercialisation
- Le positionnement et la structuration de ces offres

#### Orienter sa politique de produits

- Différenciation entre produits vitrines et produits commercialisables.
- La mise en œuvre d'un partenariat avec les prestataires pour organiser et mettre en valeur leurs offres, créer des produits transversaux et les commercialiser



38

Pourquoi cette formation ?

Pour les OT engagés dans la commercialisation : repositionner leurs offres et stratégie commerciale.

Pour les OT qui souhaitent stimuler l'offre, la solution « produits » est-elle la plus pertinente, la qualification de son offre est une base pour l'adapter à ses cibles de clientèles.

#### Nombre de participants :

10

#### Date :

16 & 17 octobre et 11 et 12 décembre 2014

#### Lieu :

Pontivy

#### Intervenant :

Claude-Hélène PASCO

#### Public :

Personnel en charge de la conception et/ou commercialisation de produits touristiques

#### Pré-requis :

Aucun

#### Méthodologie :

Apports de connaissances et de méthodes.

Fiches outils, grilles d'analyses. Travaux de groupes sur le remplissage de grilles d'analyse, d'expertise « croisé ». Mise en application sur les cas concrets.

*A SAVOIR !!*

*Il est nécessaire de suivre les 2 modules (cursus de 2 fois 2 jours)*

*Un travail préalable à la formation sera demandé aux participants*

*Dossier « papier » complet remis à chaque participant.*

## Adapter son offre touristique aux motivations des clientèles et bien la communiquer et la commercialiser - Mod. 2

### Objectifs

#### Module 2 : Politique de produits et stratégie commerciale seul seul ou à collectivement

- Appréhender les mécanismes de la politique de produits, leur flexibilité et leur évolution
- Acquérir une méthode de construction d'un produit et de sa formulation, voire de structuration de l'offre organisée vis à vis des clientèles identifiées
- Intégrer autour du produit le prix, la promotion et la distribution
- Mettre en place une politique de promotion et de commercialisation adaptée à ses offres « usinées » et ses marchés
- Gérer la relation commerciale avec ses clients

### Contenu

Mise en commun des travaux réalisés entre les 2 modules  
Expertise et préconisations

Orienter sa politique de produits  
Méthode de construction d'un produit (suite du module 1)

- Compléments sur la conception de produit, de sa formulation
- Les gammes et les formules
- La détermination des prix et les principes de gestion : seuil de rentabilité, marges
- Les choix des critères en vue de dégager de bons attributs différenciateurs par : le produit, les services (et périphériques), l'image, la facilitation d'accès au produit, l'information

Applications sur les projets des participants :

- Conception d'un produit (suite): calculs des coûts divisibles et indivisibles, application des marges...
- Formulation du produit : fiche technique avec rédactionnel, accroche (et argumentaire)
- Evaluation de la performance de ce produit en fonction d'une grille type notamment pour les OT déjà engagés dans la production

Définir une stratégie commerciale et une organisation seul ou collectivement

- La promotion à vocation commerciale : actions et supports adaptés aux cibles
- Les technologies dans la mise en marché-commercialisation : formulation de l'offre en ligne, e-mailing, vente en ligne ; marques blanches
- Les particularités de la mise en marché suivi de la relation commerciale
- Les outils d'observation (tableaux de bord) d'évaluation (satisfaction...) de veille pour faire évoluer l'offre
- La gestion commerciale : les retombées directes et indirectes, le retour sur charges affectées

#### A SAVOIR !!

Suivre les 2 modules (cursus de 2 fois 2 jours) est fortement conseillé.

Assistance à distance : suivi des travaux des participants entre les modules et apports si nécessaire



39

Pourquoi cette formation ?

Pour les OT engagés dans la commercialisation : repositionner leurs offres et stratégie commerciale.

Pour les OT qui souhaitent stimuler l'offre, la solution « produits » est-elle la plus pertinente, la qualification de son offre est une base pour l'adapter à ses cibles de clientèles.

**Nombre de participants**  
10

**Dates**  
16 & 17 octobre et 11 et 12 décembre 2014

**Lieu**  
Pontivy

**Intervenant**  
Claude-Hélène PASCO

**Public**  
Personnel en charge de la conception et/ou commercialisation de produits touristiques

**Pré-requis**  
Aucun

**Méthodologie**  
Apports de connaissances et de méthodes.  
Fiches outils, grilles d'analyses. Travaux de groupes sur le remplissage de grilles d'analyse, d'expertise « croisé ». Mise en application sur les cas concrets.



## Monter un projet de développement touristique et mobiliser les acteurs locaux Module 1

### Objectifs

- Comprendre la notion de projet de développement touristique
- Intégrer la fonction de l'Office de Tourisme « développeur »
- Acquérir les méthodes et développer les moyens pour favoriser la concertation
- Savoir définir et conduire un projet de territoire initié par sa structure ou en partenariat
- Savoir impliquer les acteurs locaux et animer la conduite du projet avec eux

**Nouveauté !**

### Contenu

#### Jours 1 & 2

La méthodologie du projet de développement touristique au bénéfice des acteurs et du territoire

- Preamble : la nécessité d'un projet de développement touristique de territoire et les notions d'ambition, vocation et attractivité, qualification offre et ciblage clientèle, vision partagée et implication (des acteurs producteurs, organisateurs, gestionnaires), positionnement, axes stratégiques...

- Articulation du projet touristique par rapport aux missions des OT et des Pays au bénéfice du territoire et des acteurs : les 3 mises (en patrimoine, en tourisme, en public), être développeur c'est quoi ?

- Les questions simplifiées autour d'un projet impliquant les acteurs :

Pourquoi, Comment, pour quelles

raisons, où, avec quels acteurs, quand, combien, quoi...

Précisions terminologiques : état des lieux, diagnostic, positionnement, axes stratégiques, plan d'actions, rétro-planning, indicateurs de suivi

- Le schéma d'un projet de développement touristique :

o Etat des lieux : les travaux, enquêtes à mettre en place pour obtenir une base solide, formulation des constats explicites et les potentiels de développement

o Le diagnostic : à partir des potentiels identifiés et des manques, détermination des principaux enjeux et défis à relever, les fonctions clés de la destination touristique et les fonctions de soutien (dont professionnalisation) à stimuler

o Positionnement du territoire : choix de son ambition ...pertinent, crédible et distinctif

o Les axes stratégiques (prioritaires) découlant de ce positionnement

o Le plan d'actions opérationnel avec des résultats mesurables - retro planning  
Axes et plans d'actions traduits par exemple : En termes de mise en tourisme du territoire, marketing différencié, stimulation de l'offre et innovation dans les services associés pour des clientèles identifiées, partage et diffusion de l'information, démarche qualité de destination, organisationnel et partenariats territoriaux ....

**A SAVOIR !!**

*Il est nécessaire de suivre les 2 modules (cursus de 2 fois 2 jours)*

*Un travail préalable à la formation sera demandé aux participants*

40

Pourquoi cette formation ?

Cette formation vous permettra de définir un projet de développement touristique sur votre territoire et d'optimiser l'implication des acteurs locaux.

**Nombre de participants**

10

**Dates**

27 & 28 février et 3 & 4 avril 2014

**Lieu**

Pontivy

**Intervenant**

Claude-Hélène PASCO

**Public**

Tout salarié d'OT en charge de gestion de projet

**Pré-requis**

Aucun

**Méthodologie**

Apports de connaissances et de méthodes  
Réflexions commentées  
Travaux de groupes et mises en application sur les cas concrets  
Fiches techniques et boîte à outils  
Dossier « papier » complet remis à chaque participant  
Sur clé USB pour outils et supports souhaités en plus de ceux prévus en cours de formation



## Monter un projet de développement touristique et mobiliser les acteurs locaux Module 2

### Objectifs

- S'approprier les techniques d'animation dont en réunion
- Rédiger et faire preuve d'originalité dans sa communication tout au long du projet
- Définir un plan d'action et un rétro-planning
- Savoir argumenter et défendre le projet
- Définir des indicateurs de suivi

### Contenu

Jours 3 & 4

Mise en commun des travaux réalisés  
Expertise et préconisations

#### Techniques de mobilisation et de participation des acteurs locaux

- Comment créer, faire vivre et faire produire un groupe projet
- Techniques d'animation de réunion - tables rondes :

#### La conduite du projet et les outils d'animation avec les acteurs-applications pratiques

- Le pilotage du projet : identifier un groupe d'acteurs (professionnels, institutionnels, élus...) à associer dans ce pilotage, la contribution attendue de part et d'autre, les conditions de réussite

- Le déroulement de « états des lieux

» : communication avec argumentation ciblée envers les acteurs qui seront sollicités pour une remontée d'informations (via des questionnaires en ligne, rencontres...), conditions pour qu'ils coopèrent - boîte à outils

- La mise en commun pour affiner le diagnostic et poser les bases du positionnement et priorités des axes
- La prise de décision de positionnement, priorités des axes, plan d'actions assorti d'indicateurs de suivi et rétro planning par le comité de pilotage
- La formalisation et le rendu public : supports, média, rédaction

#### La rédaction du projet

- Les techniques de rédaction - formulation des écrits du projet dans toutes les étapes de préparation et de restitution - ajustements et voire reformulation
- Les supports de présentation adaptés à chaque étape tant pour les techniciens que pour les acteurs (lors de restitutions, réunions)

#### La communication autour du projet

- Dans les phases « avant, pendant, après » : les objectifs visés (stimuler, produire, faire adhérer, évaluer...)
- Le partage de l'information - développer la communication - Messages cibles, argumentaires, supports
- Application des techniques argumentaires : factuels et émotionnels sur projets concrets

#### A SAVOIR !!

Il est nécessaire de suivre les 2 modules (cursus de 2 fois 2 jours)

Assistance à distance : suivi des travaux des participants entre les modules et apports si nécessaire



47

#### Pourquoi cette formation ?

Cette formation vous permettra de définir un projet de développement touristique sur votre territoire et d'optimiser l'implication des acteurs locaux.

#### Nombre de participants

10

#### Dates

27 & 28 février et 3 & 4 avril 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Claude-Hélène PASCO

#### Public

Tout salarié d'OT en charge de gestion de projet

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

Apports de connaissances et de méthodes  
Réflexions commentées  
Travaux de groupes et mises en application sur les cas concrets  
Fiches techniques et boîte à outils  
Dossier « papier » complet remis à chaque participant  
Sur clé USB pour outils et supports souhaités en plus de ceux prévus en cours de formation

## Doper mon offre grâce à la créativité

### Objectifs

- Pouvoir proposer aux clients de nouvelles expériences touristiques répondant aux tendances de la société
- Savoir mener une recherche d'idées, seul ou en petit groupe, pour imaginer des offres touristiques adaptées et réalisables
- Prendre confiance dans sa capacité à générer des solutions adaptées et nouvelles

*Nouveauté !*

### Contenu

Au cours de ces deux journées au travers de mises en situation, les participants apprendront à :

- Expérimenter la spécificité de la posture et des attitudes propices à la créativité
- Respecter et comprendre l'importance des règles de la divergence et de la convergence créative
- Clarifier la notion d'expérience touristique
- Vivre des échauffements créatifs et comprendre pourquoi cela est indispensable (du type « Passeport créatif », « Abécédaire », « Petit Vélo Rouge », « Domino des images », etc.)
- Définir les objectifs d'une recherche d'idées, poser le problème et orienter la réflexion créative

- Transformer les désirs de nouveautés, de changements mais aussi problèmes récurrents, informations et données statiques en challenges inspirants, véritables moteurs de la production de nouvelles solutions
- Renforcer ses capacités créatives en travaillant sa fluidité, sa flexibilité, son originalité et son sens de l'élaboration
- Concevoir une « Carte des Tendances » impactant la demande touristique dans les 7 années à venir en mode prospective créative
- Expérimenter des processus pour produire de nouvelles expériences touristiques grâce à divers techniques (du type « Retour du futur », « Dans la peau de... », « L'histoire du visiteur », etc.)
- Animer un processus simple et court de créativité appliqué à la création d'expérience
- Comprendre la fonction de l'animateur et le rôle du groupe en recherche d'idée
- Utiliser 5 méthodes de production d'idées
- Choisir et utiliser 3 méthodes de sélection et renforcement des idées
- Sélectionner les idées-pistes selon des critères adaptés pour les faire grandir en idées-solutions
- Identifier les trois actions « Coup de cœur » pour mettre en œuvre des solutions innovantes dès demain.

#### *A SAVOIR !!*

*Un document pédagogique avec l'ensemble des techniques et outils utilisés sous forme de fiches est donné à chaque personne, ainsi qu'un album web retraçant les 2 journées d'apprentissage et d'expérimentation, pour faciliter la mémorisation des différents outils.*

42

Pourquoi cette formation ?

Les OT savent qu'aujourd'hui ce qui compte pour différencier une destination réside dans l'expérience globale du visiteur et non plus dans des prestations de base en pièce détachées ! Pour construire des expériences adaptées et pour les renouvelées, savoir mobiliser son imagination est indispensable, tout comme savoir faire émerger la créativité des équipes et des prestataires.

**Nombre de participants :**

10

**Date :**

10 & 11 avril 2014

**Lieu :**

Rennes

**Intervenant :**

Catherine Lecomte

**Public :**

Toute personne souhaitant enrichir son offre de produits touristiques

**Pré-requis :**

Souhaiter modifier ses habitudes et son confort de travail pour aller vers de nouvelles manières de faire

**Méthodologie :**

Apports méthodologiques et études de cas concrets

## Communiquer autour d'un événement et optimiser ses relations presse



### Objectifs

- Acquérir une méthodologie en matière de conception d'évènement
- Intégrer la démarche éco-responsable dans la conception d'évènements

*Nouveauté !*

### Contenu

#### 1ère partie : quelques bases

- La communication autour de l'évènement : la place des relations presse
- Qu'est-ce que les Relations Presse ?
- Journalistes et communicants : ce qui les rapproche, ce qui les sépare
- Petite typologie des médias

#### 2ème partie : une stratégie de relations presse

- Objectifs
- Acteurs : qui prend la parole ? à quelle fréquence ?
- Cibles : quel média choisir pour quel évènement
- Outils :
  - Invitation
  - Communiqué
  - Dossier de presse
  - Conférence de presse

- Voyage de presse

#### 3ème partie : rédiger pour la presse

- Les règles de base
- Atelier pratique

#### 4ème partie : diffuser

- Concevoir et gérer un fichier presse
- Les plates-formes de relations presse

#### 5ème partie : les relations presse à l'heure du web

- Les médias traditionnels
- Les réseaux sociaux
- Les blogs

#### 6ème partie : les retombées presse

- Organiser la revue de presse
- Que faire en cas de retombées négatives
- Evaluer les actions de relations presse

*A SAVOIR !!*

*Formation organisée en partenariat avec le CNFPT et la FRPAT*

*Gratuité des frais pédagogiques pour les personnels de droit public*



43

#### Pourquoi cette formation ?

Pour développer l'attractivité d'une destination, les relations avec la presse sont déterminantes.

#### Nombre de participants

12

#### Dates

9 et 10 octobre 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Pascal Wintz

#### Public

Personnel de droit public en priorité (Session ouverte aux personnels de droit privé mais le groupe doit être constitué majoritairement d'agents territoriaux)  
Salariés d'OT et de pays touristiques pouvant être en relation avec la presse

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

Apports théoriques et méthodologiques.  
Etudes de cas, illustrations  
La journée favorisera les échanges avec les participants.



## Animer et coordonner son réseau de prestataires

### Objectifs

- Qualifier les « prestataires » et comprendre leurs attentes vis-à-vis du tourisme, du territoire, des Offices de Tourisme.
- Apprendre à réaliser un diagnostic de l'organisation touristique du territoire et des acteurs qui le composent pour positionner l'action touristique locale, les services et les compétences de l'Office de Tourisme.
- Apprendre à stimuler les prestataires dans les actions les concernant et en partager les résultats, conformément aux engagements de l'Office de Tourisme (classement et démarche qualité).
- Savoir coordonner, animer un réseau de prestataires.
- Savoir communiquer auprès des différentes cibles.
- Savoir gérer les litiges avec les prestataires.
- Pérenniser les relations entre l'OT et les acteurs locaux du tourisme, les prestataires.

### Contenu

- Le rôle et les attentes réciproques des élus, des techniciens, des prestataires dans le contexte des OT et du développement touristique local.
- La typologie des prestataires, l'état des lieux sur son territoire et diagnostic.
- Déterminer pour le réseau prestataires: les attentes des prestataires, les attentes des OT, les services à développer, les outils.
- L'OT vis-à-vis des prestataires : état des lieux des actions, services, outils et communication mis en place.
- L'expertise : le croisement de l'état des lieux et des prestataires partenaires - des services perçus, attendus, rendus et compétences associées des OT, des moyens, outils, les priorités.
- Les stratégies et actions collectives, travail en réseau, adaptés à chaque OT ; choix des axes et objectifs opérationnels par types de prestataires, les services à développer, les techniques pour faire vivre un réseau, conditions de coopération des partenaires, les outils de l'animation.
- Les stratégies et actions collectives, travail en réseau...: des exemples sur d'autres territoires avec mobilisation des ressources et développement des compétences valorisation des missions et des services d'un OT (ou regroupement) au profit des prestataires.
- Les moyens pour renforcer les relations entre l'OT et le potentiel de son territoire : comités locaux du tourisme, démarches qualité, formation des personnels, observatoire..., intérêt et comment les initier, les faire vivre, les partager avec les prestataires ; les résultats attendus.
- Evaluation de ses actions : indicateurs, critères d'évaluation adaptés.
- Les techniques argumentaires et leurs applications aux actions envisagées.
- Cibler, communiquer et promouvoir le «réseau» dans les phases «avant, pendant et après», sur quoi communiquer, pour dire quoi, auprès de qui, application aux projets des participants.
- Les outils de communication : guide de partenariat, site dédié, newsletter, guides techniques...
- La gestion des litiges avec les prestataires ; ce qu'il convient de «faire» et «ne pas faire» vis-à-vis des prestataires concernés.
- Détecter les situations conflictuelles pour les anticiper.

#### A SAVOIR !!

*Un travail préalable sera demandé aux participants sur leurs projets, actions conduites et outils. Ces éléments seront transmis par mail à l'intervenante et seront expertisés et enrichis collectivement.*

44

**Pourquoi cette formation ?**

La mission de base de « coordination locale » des Offices de Tourisme gagne en importance. Aujourd'hui l'OT doit être le véritable moteur de l'activité touristique de son territoire.

**Nombre de participants :**

10

**Dates :**

14 et 15 octobre 2014 et 10 décembre 2013

**Lieu :**

Pontivy

**Intervenant :**

Claude-Hélène PASCO

**Public :**

Directeur, responsable ou personne en charge de l'animation des prestataires

**Pré-requis :**

Aucun

**Méthodologie :**

- Apports méthodologiques et études de cas concrets
- Travaux de groupes sur diagnostics et projets
- Démarches sur d'autres territoires
- Mises en situation et analyses
- Fiches techniques
- Support papier remis à chaque participant



## Organiser un événement écoresponsable

### Objectifs

- Acquérir une méthodologie en matière de conception d'évènement
- Intégrer la démarche éco-responsable dans la conception d'évènements



*Nouveauté !*

### Contenu

#### 1- Concevoir un évènement

- Qu'est-ce qu'un évènement ?

Définition

Typologie

Exemples

- Pourquoi organiser un évènement ?
- L'évènement : moyen de communication et d'animation
- L'évènement :
  - Contexte : date, terreau, géographie,
  - culture, politique
  - Objectifs
  - Cibles
  - Messages
  - Moyens
  - Budget
  - Délais
- Autour de l'évènement : logistique, sécurité, communication, et développement durable
- L'évènement se gère comme un

projet : multiples compétences

#### 2- Un évènement éco-responsable ?

- Notions d'éco-responsabilité et de développement durable.
- Pourquoi faire un évènement éco-responsable ?
- Les champs d'actions de l'éco-responsabilité en matière d'évènementiels
- Quels référentiels, normes, pratiques, labels, en la matière ?
- Comment rendre un évènement éco-responsable ?
  - Avant - Repenser l'organisation et la logistique - Sensibiliser les participants, les faire adhérer à la démarche - Sélectionner les fournisseurs, les produits, les filières
  - Pendant
  - Après - Partager et réutiliser

#### 3- Comment valoriser un évènement éco-responsable ?

- Les conséquences et les attendus d'un évènement éco-responsable.
- Communication autour de l'évènement
- Quel support ?
- Quel message ?
- Evaluation de l'évènement
- Eviter le green-washing

*A SAVOIR !!*

*Formation organisée en partenariat avec le CNEFT et la FRPAT*

*Gratuité des frais pédagogiques pour les personnels de droit public*



45

#### Pourquoi cette formation ?

A l'heure où le développement durable devient incontournable, les acteurs du tourisme ont besoin d'outils pratiques leur permettant de limiter au maximum les impacts environnementaux, sociétaux et économiques liés à la préparation et au déroulement d'évènements.

#### Nombre de participants

12

#### Dates

29 et 30 septembre 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Pascal Wintz

#### Public

Personnel de droit public en priorité (Session ouverte aux personnels de droit privé mais le groupe doit être constitué majoritairement d'agents territoriaux)  
Salarié en charge de l'évènementiel

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

Apports théoriques et méthodologiques.  
Etudes de cas, illustrations  
La journée favorisera les échanges.

## Stratégies et outils d'accueil et d'information hors les murs de l'OT

Nouveauté !

### Objectifs

- Comprendre le parcours des clientèles pendant leur séjour sur une destination et l'évolution des comportements et des pratiques en matière d'accueil et d'information
- Etablir le diagnostic accueil-information à partir d'un état des lieux des flux des clientèles, des lieux de passages et des personnes en contact
- Définir une stratégie d'accueil et d'information sur sa destination hors les murs de l'Office de Tourisme
- Choisir les outils et les contenus adaptés et conjuguer à la fois l'information utile aux clientèles dont en autonomie, l'accompagnement des accueillants (par typologies) et la prescription-découverte-vente de la destination
- Animer la démarche avec les relais en contact et sur les lieux de diffusion de l'information : le rôle de l'Office de Tourisme dans la mise en oeuvre

### Contenu

- Les clientèles pendant leur séjour sur sa destination : par typologies, processus d'information-décision, comportements et attentes en matière d'accueil, pratiques technologiques d'information, de l'autonomie au besoin de relation humaine
- Identifier leur parcours sur la destination hors murs de l'OT : déplacements, comportements, services attendus et modes de consommation
- Exemples sur d'autres territoires à titre inspirant de mise en place de relais d'accueil : chez les prestataires, sites, commerces, sur les lieux publics, transports, lieux d'évènements, ... par l'OT en itinérance et aussi par les habitants ambassadeurs.
- Les outils d'information traditionnels et/ou enrichis, les applications

technologiques, i-mobilité : recensement de ce qui existe, leurs contenus, les conditions de mise en oeuvre et leurs coûts

- Le diagnostic sur son territoire :  
*o Etat des lieux des flux de clientèles et des relais d'accueil physiques et/ou numériques : existants, manquants, exploitables sur le territoire*

*o Etat des lieux de l'accueil numérique : applications mobiles ou référencées, QR codes, équipements*

*o Diagnostic des marges de progrès adaptées à sa destination, la mesure des enjeux*

- La stratégie adaptée à sa destination  
*o Les objectifs vers les clients, vers l'offre et les services la destination, vers les partenaires*

Et pour avancer :

*o Organiser l'accueil et la diffusion de l'information sur sa destination : renforcement des points existants et/ou d'outils auprès des prescripteurs naturels, choix et stimulation de nouveaux prescripteurs, habitants ; la mise en place de l'accueil numérique (et i-mobile)*

*o Déterminer les niveaux et contenus d'informations pertinents voire segmentés, les services associés à diffuser et choisir les outils adaptés*

*o Appréhender le rôle des relais prescripteurs et aussi l'accompagnement « virtuel » du client en autonomie dans son parcours*

- Le plan d'actions d'accueil et de diffusion de l'information

46

Pourquoi cette formation ?

Les modes de consommation des clientèles changent. Si l'accueil au sein de l'OT est primordial, l'Office de Tourisme doit également penser à l'accueil hors de ces murs.

**Nombre de participants**

10

**Dates**

30, 31 janvier & 25 février 2014

**Lieu**

Pontivy

**Intervenant**

Claude-Hélène PASCO

**Public**

Directeurs, responsables, conseillers en séjour

**Pré-requis**

Aucun

**Méthodologie**

Apports de connaissances et de méthodes

Fiches outils, grilles d'analyses

Exemples à titre inspirant

Mise en application sur les cas concrets

A SAVOIR !!

Un travail préalable à la formation sera demandé aux participants

## Initiation au Plan Qualité Tourisme™

### Objectifs

- Développer la connaissance des salariés et élus des OT-SI aux enjeux d'une démarche qualité et acquérir les principes de base de la qualité et du management par la qualité.
- Sensibiliser au Plan Qualité Tourisme et à la Marque Qualité Tourisme™.
- Faire adhérer les OTSI au projet développé par OTB d'animation d'une démarche qualité collective.
- Former au référentiel spécifique des OTSI : connaître les types d'engagement et acquérir une vision globale des mises en conformités demandées par le référentiel national des OT-SI.

### Contenu

#### Enjeux d'une démarche qualité et principes de base - Qualité attendue et qualité perçue

- Les enjeux (concurrence, performance, fidélisation).

#### Sensibilisation au « Plan Qualité Tourisme »

- Les raisons, le contexte.
- La philosophie du PQT.

#### Marque Qualité Tourisme™

- Objectifs.
- Les différentes filières du tourisme, les engagements généraux du tourisme.

#### Présentation des principes de management par la qualité

- Présentation de la notion de client au cœur du système qualité.

- Satisfaction des attentes des clients.
- Connaître les attentes clientèles, les analyser, les sélectionner, les formaliser.
- Mesurer la satisfaction des clients.
- Rôle et implication de la hiérarchie.
- Rôle et missions du référent qualité.
- Pourquoi un « référent qualité » ?

#### Présentation du référentiel national des OT-SI

- Présentation des 6 types d'engagements.
- Envers la collectivité, les institutionnels, les socioprofessionnels, les visiteurs, Gestion interne, Boutique (engagements facultatifs).
- Illustration des demandes de mise en conformité : exemples concrets de réalisation pour chaque type d'engagement,

#### La documentation Qualité

- Le Manuel Qualité : sommaire et fondamentaux.
- Elaborer des fiches d'instruction, les procédures.
- Mettre en place des indicateurs engagés par la démarche (enquêtes de satisfaction client, indicateurs ...).
- Les enregistrements.

#### A SAVOIR !!

*Il est nécessaire d'avoir suivi l'atelier «Management par la qualité» avant de suivre cette formation !*



47

#### Pourquoi cette formation ?

Cette formation permet de bien démarrer sa démarche Qualité et offre toutes les clés pour se l'approprier.

#### Nombre de participants

12

#### Dates

6 & 7 février 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Fabienne PONS

#### Public

Directeurs, responsables référents qualité et personnel des OT engagés

#### Pré-requis

Avoir suivi l'atelier «Management par la qualité»

#### Méthodologie

Présentation théorique



## Préparation à l'Audit Qualité Tourisme™

### Objectifs

- Vous conseiller et vous préparer à l'audit Qualité Tourisme.
- Echanger sur les bonnes pratiques entre OT engagés ou souhaitant tendre vers la marque Qualité Tourisme™.
- Identifier et mettre en œuvre un plan d'actions correctives.

### Contenu

#### Présentation des exigences et des outils

- Présentation de chaque participant.
- Exemples de travaux antérieurs, Identification des attentes spécifiques.
- Présentation de la grille d'audit.
- Définition des différents modes de contrôles (documentaire, visite d'audit, test client mystère, questionnaires, etc.).
- Présentation des non-conformités.
- Désigner un responsable du suivi pour chaque action corrective majeure et mineure.
- Présentation du planning d'audit.
- Fréquence des réunions.

#### Les exemples de plan d'action

- Elaborer sa grille d'évaluation.
- A partir des critères du plan

Qualité Tourisme et en intégrant vos exigences locales, définir les modes de contrôle.

- Réaliser un audit documentaire.
- Analyser les documents exigés.
- Organiser et réaliser l'audit terrain et ses différentes phases.
- Pour chaque journée, les apprenants seront formés à l'analyse du fonctionnement des OTSI (tantôt en situation d'auditeur, tantôt en situation d'audité, tantôt en situation d'observateur).
- Rédiger le rapport d'audit.
- A l'aide du support Internet, constater les points forts, les non-conformités, notifier les écarts relevés.
- Piloter l'après-visite : les actions correctives.
- Conception par les auditeurs d'un plan d'action échéancé et justifié.
- Bilan de la formation.
- Attentes spécifiques exprimées par rapport aux résultats de la formation.

#### Modalités pratiques

Le jour de la formation, 3 équipes auditeurs observateurs sont constituées parmi les OT observateurs afin de réaliser le diagnostic de l'audit d'application au niveau des exigences visiteurs. Les synthèses des questionnaires de satisfaction sont obligatoires pour permettre de vérifier la perception des visiteurs de l'accueil de l'OT.

#### A SAVOIR !!

*Avant la session de formation, des tests mystères sont organisés à distance (courrier, mail, fax et téléphone) en conformité avec les exigences du référentiel Qualité Tourisme. Ces tests seront effectués par les « futurs » stagiaires observateurs.*

48

#### Pourquoi cette formation ?

Cette formation vous permettra de réunir les meilleures conditions pour préparer l'audit pour l'obtention de la Marque Qualité Tourisme.

#### Nombre de participants

9

#### Date et Lieux

17 mars 2014 - Trégor Côtes d'Ajoux  
18 mars 2014 - Lamballe  
7 avril 2014 - A déterminer  
8 avril 2014 - Lorient  
26 mai 2014 - La Trinité Sur Mer  
27 mai 2014 - Quimper  
6 octobre 2014 - Pays du Roi Morvan  
7 octobre 2014 - Pays de Quimperlé

#### Intervenant

Fabienne PONS

#### Public

Directeurs et responsables, Référents Qualité des OT engagés, Animateurs départementaux et régionaux

#### Pré-requis

Avoir suivi la formation Initiation Qualité

#### Méthodologie

La formation se déroule sur le site d'un OTSI. Ces tests seront effectués par les « futurs » stagiaires observateurs.



## Animer et faire vivre sa marque Qualité Tourisme™

### Objectifs

- Assurer le suivi de la Marque Qualité tourisme™.
- Améliorer la communication sur sa marque et ses services.

### Contenu

#### L'évolution de sa politique Qualité

- Evaluer les résultats de sa politique qualité.
- Identifier les écarts et définir de nouveaux objectifs, moyens et indicateurs.

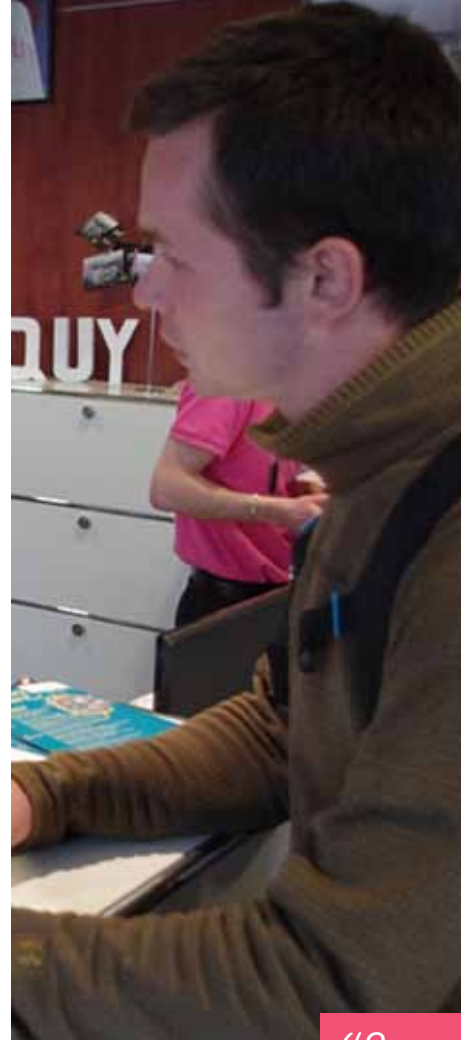
#### L'analyse des indicateurs

- Formaliser la phase d'analyse des indicateurs (hiérarchisation des éventuels écarts, définition des priorités).
- Mise en place des actions d'amélioration.
- Evaluer les actions mises en place.

#### Maitrise de sa structure documentaire

- Rappel terminologique (documents applicables, enregistrements...).
- Indexation des documents qualité.
- Maitrise des révisions des documents.

#### Les documents de suivi de la Marque Qualité tourisme™



49

#### Pourquoi cette formation ?

Avoir la marque Qualité Tourisme™, c'est bien. Mais la faire vivre, c'est essentiel. Cette formation vous indiquera comment l'animer et maintenir les efforts engagés.

#### Nombre de participants

10

#### Dates

**A déterminer**

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Fabienne PONS

#### Public

Directeurs et responsables ou référents Qualité d'OT ayant obtenu la marque Qualité Tourisme

#### Pré-requis

Avoir la Marque Qualité Tourisme

#### Méthodologie

Apports théoriques  
Mise en situations grâce aux résultats des audits et la structure documentaire existante

#### A SAVOIR !!

*Le jour de la formation, se munir du manuel qualité et du rapport d'audit !*

## Management par la qualité» - Préparation à la formation «Initiation qualité Tourisme™»

### Objectifs

- Donner les éléments indispensables aux participants pour comprendre les enjeux de la démarche qualité,
- Prendre connaissance du vocabulaire, des outils clés et de la philosophie de la qualité.
- Comprendre le référentiel Qualité Tourisme

### Contenu

- Enjeux de la démarche qualité
- Le référentiel Qualité Tourisme : « traduction »
- Management de la démarche qualité dans son OT
- Comment démarrer

50

Pourquoi cet atelier ?  
Pour bien préparer et optimiser la formation « initiation qualité »

**Nombre de participants**

12

**Dates**

21 janvier 2014

**Lieu**

A définir en fonction des participants

**Intervenant**

Julie LE GUENNEC & Annie CARRE

**Public**

Les personnes souhaitant suivre la formation «Initiation Qualité»

**Pré-requis**

Être engagé vers la marque qualité Tourisme™

**Méthodologie**

Apport théorique  
Support papier

*A SAVOIR !!*

*Atelier gratuit !*

*Inscription auprès du pilote départemental.*

*A l'issue de cet atelier, les participants pourront suivre la formation «Initiation Qualité Tourisme™»*

## Rédaction des procédures

### Objectifs

- Acquérir les méthodes et outils pour rédiger efficacement ses procédures
- Impliquer et faire adhérer le personnel autour de la notion de « transmission du savoir-faire »

### Contenu

- Rappel du vocabulaire qualité
- Méthodologie de rédaction : fond, forme, comment entamer la rédaction des fiches procédures/ d'instruction, contenu
- Fiches prioritaires
- Application : rédaction d'une ou plusieurs fiches au cours de l'atelier

*A SAVOIR !!*

*Atelier gratuit !*

*Inscription auprès du pilote  
départemental*

*Conseils et corrections à dis-  
tance à la demande après cet  
atelier*



51

#### Pourquoi cet atelier ?

Gagner du temps, simplifier la formation des nouveaux arrivants, éviter les erreurs et oublis dans les tâches

#### Nombre de participants

12

#### Date et lieux

20 février 2014, à Quimper  
2 octobre 2014, à Rennes (Lieu à confirmer)

#### Intervenant

Julie LE GUENNEC

#### Public

Les référents qualité et le personnel d'accueil des OT de tous niveaux

#### Pré-requis

Être engagé dans la démarche qualité

#### Méthodologie

Théorie  
Support d'atelier  
Partage d'outils  
Mise en pratique de rédaction des procédures de son OT  
Partage d'expériences/temps d'échanges

## Rédaction du manuel qualité

### Objectifs

- Savoir démarrer et rédiger le manuel qualité
- Comprendre les articulations avec les autres documents de l'OT et ceux demandés par la démarche qualité

### Contenu

- Rappel du vocabulaire qualité
- Méthodologie de rédaction : fond, forme, comment entamer la rédaction du manuel qualité, contenu
- Vulgarisation des engagements
- Elaboration des tableaux des enregistrements et des documents applicables

52

#### Pourquoi cet atelier ?

Pour répondre aux exigences du classement des OT en catégorie 1 et 2, transmettre le fonctionnement de l'OT aux nouveaux arrivants

#### Nombre de participants

12

#### Dates & Lieux

20 février 2014, à Quimper

2 octobre 2014, à Rennes (Lieu à confirmer)

#### Intervenant

Julie LE GUENNEC

#### Public

Les référents qualité et dirigeants des OT souhaitant être catégorie 2 ou Qualité Tourisme

#### Pré-requis

Être engagé dans la démarche qualité

#### Méthodologie

Théorie

Support d'atelier

Exemple de sommaire de manuel (cat 1 et 2)

Mise en pratique de rédaction des procédures de son OT

Partage d'expériences/temps d'échanges

*A SAVOIR !!*

*Atelier gratuit !*

*Inscription auprès du pilote départemental*

*Conseils et corrections à distance à la demande après cet atelier*



## Gestion de l'information

### Objectifs

- Comprendre en quoi son espace d'accueil doit répondre aux attentes des visiteurs, tout en valorisant sa destination
- Fournir toute information utile aux visiteurs sur sa zone de compétence dans un rayon correspondant aux demandes de sa clientèle
- S'assurer de fournir une information sûre, complète et actualisée
- Bien gérer ses stocks de documentation
- Savoir mettre en place des procédures adaptées à la gestion des informations et de l'accueil

### Contenu

- Gestion de la documentation dans le hall d'accueil : valorisation de l'offre touristique, classement, mises à jour, gestion de l'affichage, agencement du hall d'accueil,
- Gestion de l'information à l'accueil comptoir : fiches d'instruction, domaine d'informations à gérer, informations de dernière minute, disponibilités hôtelières,
- Gestion des stocks (documentation de l'OT et des tiers), classement de la réserve, diffusion de la documentation

A SAVOIR !!

Atelier gratuit !

Inscription auprès du pilote départemental.



53

#### Pourquoi cet atelier ?

Un espace d'accueil bien pensé, votre territoire bien valorisé, avoir les clés pour ne jamais être à cours de document en face de son visiteur, savoir trouver l'information rapidement.

#### Nombre de participants

10

#### Dates et lieux

13 février 2014, à Lorient  
Autres dates prévues à définir

#### Intervenant

Julie LE GUENNEC et Annie CARRE

#### Public

Les référents qualité et personnel d'accueil des OT de tous niveaux

#### Pré-requis

Être engagé dans la démarche qualité

#### Méthodologie

Partage d'outils  
Mise en pratique de la gestion de l'information et de la documentation sur la base d'une grille de critères issus de Qualité Tourisme  
Partage d'expériences/temps d'échanges

## Animer la démarche qualité sur plusieurs sites

### Objectifs

- Donner les éléments indispensables à la bonne application de la démarche qualité et les outils appropriés à une structure à multi-sites.

### Contenu

- Problématiques rencontrées par les référents qualité
- Points clés à ne pas négliger pour la bonne mise en œuvre de la démarche qualité
- Orientations pratiques pour appliquer la démarche sur sa structure
- Outils à adapter
- Retours d'expériences

54

#### Pourquoi cet atelier ?

Pour obtenir des solutions sur l'animation de la démarche qualité sur son office de tourisme ayant plusieurs lieux d'accueil

#### Nombre de participants

12

#### Dates

6 mars 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Julie LE GUENNEC

#### Public

Les référents qualité des offices de tourisme regroupés et leurs relais qualité (des bureaux d'information)

#### Pré-requis

Être engagé dans la démarche qualité

#### Méthodologie

Support d'atelier  
Partage d'outils régionaux et nationaux  
Echanges sur les bonnes idées du réseau

*A SAVOIR !!*

*Atelier gratuit !*

*Inscription auprès du pilote départemental.*

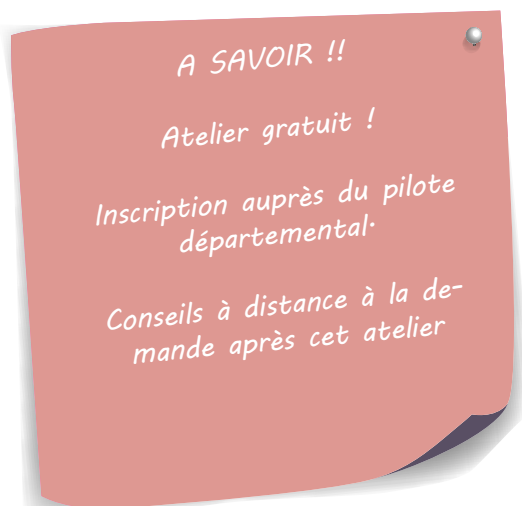
## Rédaction de la politique qualité

### Objectifs

- Comprendre les implications de la démarche qualité dans son OT et l'importance de transmettre sa politique qualité
- Acquérir les méthodes et outils pour rédiger et transmettre efficacement sa politique qualité
- Décrypter les engagements qualité « en interne » et envers « la collectivité » qui incombent à la hiérarchie

### Contenu

- Rôles des acteurs (réfèrent qualité, hiérarchie)
- Importance de la rédaction et la transmission de la politique qualité
- Méthodologie de rédaction
- Exercices pratiques



55

#### Pourquoi cet atelier ?

Structurer ses objectifs qualité et les intégrer dans sa politique globale, identifier les indicateurs qualité et les moyens à mettre en œuvre pour élaborer son plan d'actions

#### Nombre de participants

12

#### Dates

20 mai 2014 - date à confirmer

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Julie LE GUENNEC

#### Public

Les dirigeants (directeur, responsable ou président). Le réfèrent qualité peut l'accompagner.

#### Pré-requis

Être engagé dans la démarche qualité

#### Méthodologie

Support d'atelier  
Partage d'expérience  
Mise en pratique



56

## Analyse des indicateurs qualité et animation du groupe de travail local (GTL)

### Objectifs

- Maîtriser les indicateurs qualité
- Savoir les exploiter efficacement pour en dégager des actions d'amélioration nécessaires
- Impliquer la collectivité et les socioprofessionnels à l'amélioration des services de l'OT et de son territoire
- Animer son groupe de travail local

### Contenu

- Rôle et intérêts des indicateurs qualité
- Méthodologie et support d'analyse
- Techniques d'animation du groupe de travail local

#### Pourquoi cet atelier ?

Impliquer les professionnels de son territoire et sa collectivité à la démarche qualité, bien choisir les membres de son groupe de travail local, savoir utiliser les indicateurs de satisfaction à bon escient

#### Nombre de participants

12

#### Dates

20 mai 2014 - Date à confirmer

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Julie LE GUENNEC et un OT marqué

#### Public

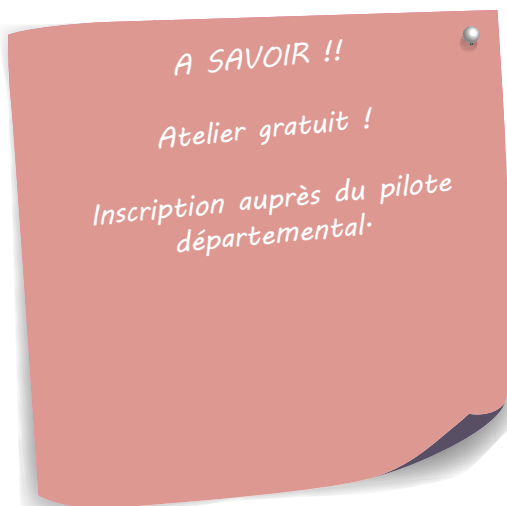
Les dirigeants (directeur, responsable ou président). Le référent qualité peut l'accompagner

#### Pré-requis

Être engagé dans la démarche qualité

#### Méthodologie

Support d'atelier  
Partage d'expérience  
Mise en situation



*A SAVOIR !!*

*Atelier gratuit !*

*Inscription auprès du pilote  
départemental.*



## Le rôle du Référent Qualité (RAQ)

### Objectifs

- Définir clairement le rôle du référent qualité
- Lui donner des pistes d'animation de la démarche au sein de sa structure

### Contenu

- Rôle du référent qualité
- Les points à ne pas négliger
- Pistes d'animation de la démarche
- Retour d'expérience
- Problématiques du groupe



57

#### Pourquoi cet atelier ?

Bien saisir le rôle de référent qualité pour savoir se positionner vis-à-vis de ses interlocuteurs

#### Nombre de participants

12

#### Date

23 avril 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

Julie LE GUENNEC

#### Public

Les référents qualité

#### Pré-requis

Être engagé dans la démarche qualité

#### Méthodologie

Support d'atelier

Théorie

La boîte à outil du référent qualité

Partage d'expérience

A SAVOIR !!

Atelier gratuit !

Inscription auprès du pilote  
départemental.

## Club Qualité des OT marqués

### Objectifs

- Découvrir un office de tourisme marqué, de son hall d'accueil à l'application de la démarche qualité
- Partager ses problématiques
- Echanger sur les bonnes pratiques

### Contenu

Cet atelier sera l'occasion d'échanger entre référents qualité autour d'une thématique à définir au préalable par le groupe, de partager des outils, des méthodes en commun et de prendre connaissance des locaux des offices de tourisme et de leur fonctionnement.

58

#### Pourquoi cet atelier ?

Parce qu'entre 2 audits Qualité Tourisme™, il faut maintenir la qualité à l'OT, que des échanges entre OT marqués ça peut créer du lien et faciliter les échanges de bonnes pratiques autour de problématiques communes

#### Nombre de participants

15

#### Dates

1er avril 2014

14 octobre 2014

#### Lieux

A déterminer

#### Intervenant

Julie LE GUENNEC

#### Public

Référents qualité des OT marqués

#### Pré-requis

Avoir obtenu la marque Qualité Tourisme®

#### Méthodologie

Support d'atelier

Partage d'expérience

Outils selon les thématiques abordées

*A SAVOIR !!*

*Atelier gratuit !*

*Inscription auprès du pilote  
départemental.*

# Les formations et ateliers de nos partenaires



## Animateur Numérique de Territoire

### Objectifs

Aujourd'hui, ce sont près de 8 touristes sur 10 qui préparent leurs vacances sur la toile. Et 1 sur 3 qui reste derrière son écran pour acheter son séjour. Avec l'apparition du web 2.0, il y a 6 ans, internet est devenu plus interactif : les touristes commentent la qualité des prestations touristiques, publient leurs photos et souvenirs de voyages, mettent en ligne vidéos et commentaires. Dernière évolution en date : Internet sur le téléphone portable ; le phénomène du «M-tourisme» ne fait que débiter. Face à cette véritable révolution de la filière tourisme, les professionnels n'ont pas d'autre choix que de s'adapter. Mais Internet va vite ; difficile donc pour un hôtelier ou un restaurateur d'être en phase avec la dernière nouveauté technologique. C'est ici qu'intervient l'animation numérique de territoire pour :

- Animer des ateliers de sensibilisation,
- Aider les prestataires dans la réalisation de site Internet ou de blog, leur permettre d'être présents sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter...),
- Surveiller les avis de consommateurs publiés sur le web concernant les établissements du secteur,
- Tenir au courant les professionnels locaux de l'évolution rapide des usages du web.

### Contenu

La formation sera organisée autour de quatre thématiques :

- Etat des lieux numérique et plan d'action,
- Webservices et outils de l'Internet,
- Outils d'animation numérique,
- Evaluation et veille.

1. Connaître le jargon e-tourisme
2. Connaître les attentes des Internautes « Touristes »
3. Connaître les outils numériques et collaboratifs d'animation
4. Etablir un état des lieux numérique
5. Elaborer un plan d'actions et lancer une stratégie emarketing complète
6. Savoir organiser un programme d'animation à destination des socio-professionnels
7. Découvrir le monde du Travel 2.0 et des réseaux communautaires
8. Devenir autonome dans la création de contenu Web multimédia
9. Savoir intervenir sur un site web
10. Conduire une veille, évaluer, transférer



*A SAVOIR !!*

*Inscription sur dossier de candidature auprès de la FRPAT : [contact@frpatb.com](mailto:contact@frpatb.com)*

*Les modalités de financement sont à voir auprès de la FRPAT.*



60

Pourquoi cette formation ?

Cette Mission complémentaire, assurée par l'Office de Tourisme, le Pays Touristique ou tout autre socioprofessionnel du tourisme permet d'accompagner les professionnels locaux dans la longue marche de l'Internet.

**Nombre de participants :**

17

**Dates :**

6 & 7 février 2014 - 18 & 19 février - 20 & 21 mars - 10 & 11 avril - 24 & 25 avril 2014

**Lieu :**

Rennes

**Intervenant :**

TOURISTIC

**Public :**

Personnel des structures touristiques en charge de l'Internet (OT, PAT, CDT...)

**Pré-requis :**

Avoir suivi plusieurs journées de sensibilisation au E-tourisme,  
Etre à l'aise avec l'environnement Windows et Internet,  
Occuper dans sa structure une fonction technique en relation avec Internet et/ou avec l'animation de réseau.

**Méthodologie :**

Utilisation permanente d'outils collaboratifs en ligne



## Management Numérique de sa destination

### Objectifs

Le management numérique de destination, c'est réfléchir à plusieurs aspects stratégiques : le site ou les sites web de la destination, leurs cohérences avec la stratégie marketing, la façon dont le territoire existe dans les réseaux sociaux, comment le territoire est adapté à la mobilité, tant en terme d'infrastructures qu'en outils en mobilité, comment le numérique est intégré à la stratégie d'accueil et comment les entreprises touristiques du territoire sont accompagnées : c'est l'animation numérique de territoire.

Finalement, le management numérique de la destination implique de réfléchir en profondeur sur son organisation territoriale, sur l'adaptation des ressources humaines, sur la stratégie de formation professionnelle continue.

L'objectif est de permettre à tous les participants d'élaborer la stratégie numérique de leur destination. Considérer l'E-tourisme comme un élément global dans l'économie et l'organisation touristique.

### Contenu

#### Savoir faire l'état des lieux numérique de sa destination

- Le site web de destination,
- Le diagnostic territorial des prestataires et de leur présence sur le web
- La présence de la destination et des entreprises touristiques sur les réseaux sociaux. Leur accompagnement (ANT)
- Etat des lieux mtourisme
- Etat des lieux des infrastructures en mobilité (couverture réseau, wifi, signalétique numérique, etc.)
- Etat des lieux de l'accueil numérique
- Elaborer sa stratégie numérique en tenant compte des forces et faiblesses du diagnostic
- Où mettre le curseur ?
- Quelle est la bonne échelle pour le bon outil ? Penser client avant de

- penser structure
- Construire un plan d'action numérique

#### Comment l'arrivée du numérique impacte l'organisation de l'office de tourisme ?

- Les nouvelles missions assurées par l'office de tourisme.
- La formation des équipes
- L'organisation interne (RH)
- L'organisation externe (mutualisation, collaboration), la veille.

*A SAVOIR !!*  
Inscription sur dossier de candidature auprès de la FRPAT : [contact@frpatb.com](mailto:contact@frpatb.com)

*Les modalités de financement sont à voir auprès de la FRPAT.*



67

#### Pourquoi cette formation ?

Aujourd'hui, le E-tourisme, ce n'est plus simplement le site web. Car avec l'apparition du web 2.0, puis de la mobilité, chaque responsable de Pays Touristique et d'OT doit analyser comment son territoire est adapté à ses nouveaux modes de vie et de consommation.

**Nombre de participants**  
15

**Dates**  
20 & 21 mai 2014

**Lieu**  
Pontivy

**Intervenant**  
TOURISTIC

**Public**  
Directeurs et responsables (le cas échéant, présidents). Il est souhaitable que chaque structure qui envoie ou qui a envoyé un agent en formation ANT voit sa direction suivre la formation «Management numérique de destination».

**Pré-requis**  
bonne connaissance du monde du E-tourisme et de ses outils

**Méthodologie**  
L'organisme de formation utilisera l'expérience des participants pour aborder l'ensemble des sujets. L'interaction et les mises en situation seront privilégiées. La réflexion globale sur la stratégie doit s'accompagner de maîtrises d'outils de pilotage concrets.

## Reporter de Territoire

### Objectifs

Cette formation a pour objectif de vous préparer à la production de contenu photo, vidéo, texte, à destination essentielle du web. La relation avec les professionnels (photographes, vidéastes) et les aspects juridiques (droit à l'image) seront également très présents dans cette formation.

En 10 jours, vous ferez le tour de la question.

### Contenu

- Les bases du web éditorial
- Elaborer sa stratégie de Reporter de territoire et s'initier au storytelling
- Ecrire son synopsis vidéo
- Environnement juridique
- Initiation à la photographie, théorie et pratique
- Initiation à la vidéo, théorie et pratique
- Suivi et montage des productions vidéos

62

Pourquoi cette formation ?

Parce que la production de contenu multimédia sera de plus en plus essentielle dans la communication des territoires, tout ce qu'il vous faut savoir pour valoriser votre destination réside dans cette nouvelle formation déjà testée en Aquitaine en 2013.

#### Nombre de participants

15

#### Dates

De mars à octobre 2014

#### Lieu

Pontivy

#### Intervenant

F. Perroy, d'Emotio Tourisme sera accompagné, d'un juriste TIC, d'un photographe et d'une agence de production de vidéos

#### Public

Personnels des structures touristiques en charge de la communication numérique

#### Pré-requis

Etre munis d'ordinateur portable (Windows Movie Maker, Picasa), de leurs documents relatifs à la stratégie marketing de leur structure, d'un appareil photo/caméra

#### Méthodologie

Formation-action.

*A SAVOIR !!*

*Inscription sur dossier de candidature auprès de la FRPAT : [contact@frpatb.com](mailto:contact@frpatb.com)*

*Les modalités de financement sont à voir auprès de la FRPAT.*



## Bien accueillir le pêcheur



### Objectifs

- Savoir informer le touriste sur la pêche en eau douce
- Mieux comprendre les enjeux du Tourisme Pêche
- Connaître les outils d'information pêche (web, papier...)
- Découvrir la vente de carte de pêche informatisée

### Contenu

#### Le tourisme pêche en Côtes d'Armor

- La démarche de qualification des hébergements Pêche
- Les aménagements et la labellisation des sites de pêche (PMR, enfants, animations...).
- Les attentes de la clientèle de pêcheurs
- Quelles sont les animations et qui sont les guides de pêche ?

#### Le territoire de Pêche des Côtes d'Armor

- Une grande diversité à valoriser (1500 Ha et 6700Km de rivières)
- Connaître les sites de pêche de son territoire
- Découverte du réseau d'acteurs et de gestionnaires de la pêche

#### La pêche a changé, et vous ?

- Approche d'un loisir moderne et technique
- Un sport-nature en vogue
- Un public de plus en plus jeune et diversifié
- Une activité adaptable aux situations de handicap

#### Savoir Informer le pêcheur

- Bien interpréter la demande
- Connaître les poissons des eaux bretonnes
- Approche des règles de la pêche
- Connaître les outils d'information pêche
- La vente du permis de pêche sur Internet

#### Communiquer vers la clientèle pêche

- Comment faire rêver, attirer le pêcheur?
- S'appuyer sur l'existant

### A SAVOIR !!

Formation gratuite

Un DVD de plus de 200 photos (libres de droits) et la documentation pêche vous sera remise.

Une assistance technique gratuite par téléphone toute l'année.



63

#### Pourquoi cette formation ?

Le département des Côtes d'Armor s'est engagé dans une grande démarche de tourisme pêche, les OTSI gagneront à se former pour mieux connaître cette nouvelle clientèle et lui proposer un accueil adapté

#### Nombre de participants

20

#### Dates et lieux

18 février 2014 matin, à Ploufragan  
20 février 2014 après-midi, à Jugon-Les-Lacs

#### Intervenant

Maison Pêche et Nature des Côtes d'Armor

#### Public

Personnel en charge de l'accueil, d'information, de la communication, d'animation touristique

#### Pré-requis

Aucun

#### Méthodologie

Diaporama interactif  
Echanges de connaissances  
Information numérique  
Manipulation de matériel de pêche  
Remise d'un DVD de photos avec droits à l'image et de la doc d'information pêche





64

**Pourquoi cet atelier ?**  
Incontournables sur vos sites internet ou sur vos documents papier, les photos occupent une place conséquente dans vos outils de communication. Procurant du rêve et de l'évasion ; elles donnent envie ou pas d'aller plus loin dans la découverte de votre territoire.

**Nombre de participants :**  
10

**Dates :**  
9 & 23 janvier 2014  
30 janvier & 13 février 2014  
20 mars & 1er avril 2014

**Lieu :**  
Rennes (1er jour) & Bruz (2ème jour)

**Intervenant :**  
D. Guillaudeau (iconographe CRT),  
P.Y. Jouyaux (photographe)

**Public :**  
Acteurs du tourisme qui animent leur site internet, blog... qui ont envie de progresser, ou qui ont besoin d'améliorer leur pertinence dans les relations avec les photographes pros.

**Pré-requis :**  
Avoir un appareil réflex.

**Méthodologie :**  
Venir avec votre propre appareil photo, Mis en situation de prise de vue, en intérieur et en extérieur.

## Soigner ses photos pour mieux communiquer & optimiser l'utilisation de son appareil photo numérique

### Objectifs

- Acquérir un savoir faire en découvrant ou re-découvrant les fondamentaux de la photographie et ses quatre principaux modes d'exposition (Programme / Ouverture / Vitesse / Manuel),
- Pouvoir maîtriser la technique de votre propre appareil pour progressivement mieux exploiter votre créativité,
- Etre à l'aise avec la retouche de l'image et sa gestion : stockage, transmission,
- Etre à l'aise avec le code de marque Bretagne pour exprimer la modernité de la Bretagne dans vos photos.

### Contenu

#### Jour 1 :

- Prise de contact, définition des besoins et exercices pratiques.
- La maîtrise technique de l'appareil : principe de l'appareil photo et fonctionnement, les 4 modes programme ou automatique, vitesse, ouverture, manuel, et la lumière.
- Une photo réussie : réglage, cadrage et mise en scène, les techniques à utiliser, les sujets à photographier.
- Les préconisations du code de marque Bretagne en terme de photos.
- Analyse collective des productions des participants d'un point de vue technique et d'un point de vue «code de marque».

#### Jour 2 :

- Bilan de la journée 1 et analyse des difficultés.
- Exercice pratique en mini-groupe. Analyse collective.
- Travailler un fichier numérique : le traitement d'un image, recadrage, netteté, couleurs, redimensionnement...
- Les ressources à la disposition des professionnels du tourisme : utilisation des bibliothèques, droits d'auteurs.
- Bilan de l'atelier.

*A SAVOIR !!*

*Participation gratuite*

*Inscription en ligne sur le site pro du CRTB :*

*acteurs-tourismebretagne.com*



## Soigner ses textes pour mieux communiquer et améliorer le référencement de son site internet

### Objectifs

- Prendre conscience de l'importance des textes,
- Découvrir ou redécouvrir les règles et les bonnes pratiques d'écriture sur le web,
- Mieux exploiter sa créativité pour personnaliser ses textes,
- Etre à l'aise avec les éléments du code de marque Bretagne pour rajeunir et moderniser sa communication.

### Contenu

- Le texte : pourquoi faire ?
- Les règles d'écriture et les bonnes pratiques pour le référencement.
- Le code de marque Bretagne : les chemins de la créativité.
- Exercices pratiques et analyse collective.
- Bilan de l'atelier.



65

#### Pourquoi cette formation ?

A l'époque où la photo, le son, la vidéo sont légion, on aurait presque tendance à oublier le texte. Mais erreur ! Le texte est important sur votre site internet. Il apporte du contenu, permet de présenter votre structure et votre territoire à votre manière. L'écriture web comporte des règles qu'il est bon de connaître pour mieux valoriser sa créativité et ainsi accroître la richesse et la performance de son site.

#### Nombre de participants

10

#### Dates

13 février 2014  
25 mars 2014

#### Lieu

Rennes

#### Intervenant

A. André (conceptrice-redactrice),  
C. Leux (responsable éditorial CRT)

#### Public

Les acteurs du tourisme qui ont envie d'améliorer le contenu de leur site Web.

#### Pré-requis

Vous venez avec une grande envie d'apprendre et de progresser.

#### Méthodologie

Exercices pratiques.

A SAVOIR !!

Participation gratuite

Inscription en ligne sur le site  
pro du CRTB :

[acteurs-tourismebretagne.com](http://acteurs-tourismebretagne.com)

## Travailler avec les médias écrits et audiovisuels pour mieux se faire connaître

### Objectifs

- Connaître le fonctionnement des journalistes et de leurs rédactions en presse écrite et en presse audiovisuelle,
- Maîtriser les outils de base pour communiquer avec la presse : le communiqué de presse,
- Acquérir les méthodes, les techniques pour être à l'aise en interview,
- S'exercer avec des professionnels en situation réelle (sans passage à l'antenne !),
- Intégrer les valeurs et les signes d'expression du code de marque Bretagne dans sa communication.

### Contenu

#### Jour 1 :

- L'univers de la presse et ses spécificités.

De quelle presse parlons-nous ?

- Presse papier : AFP, presse locale, départementale, régionale, nationale, magazine.

- Presse audiovisuelle.

- Presse en ligne : le web et les blogs.

Descriptif et fonctionnement de chacune.

- Les attentes des journalistes : comment travaillent-ils ?
- Définir sa stratégie de relations presse : pourquoi, quand, comment et sur quoi pouvons-nous communiquer ? Savoir hiérarchiser l'information.
- Adapter ses outils de relations presse.
- Le communiqué de presse : mieux

le rédiger. Cibler ses envois.

- Le dossier de presse : mieux le rédiger. Cibler ses envois.
- L'évènement : savoir organiser une rencontre avec les journalistes (conférence de presse, voyage de presse).
- Le fichier : constitution, mises à jour, gérer son fichier presse.
- La revue de presse.
- Le rôle d'un(e) attaché(e) de presse
- Internet : savoir utiliser le net pour envoyer les informations.
- Le mail : adresse, objet, contenu
- Poids des mails, les images.

#### Jour 2 :

Dans les locaux de TVR, vous serez tout de suite plongé dans le contexte de l'audiovisuel. Vous alternerez des séances d'apports théoriques, d'exercices pratiques et de mise en situation réelle de direct ou d'émission enregistrée.

1. Le monde de l'audiovisuel : fonctionnement des rédactions. Impact d'un reportage négatif et d'un reportage positif.
2. Les médias : de véritables atouts mais à condition de les maîtriser : les techniques et outils.
3. Exercices pratiques : simulations face à la caméra. (en spontané, et en plateau).

- Bilan de l'atelier.

*A SAVOIR !!*

*Participation gratuite*

*Inscription en ligne sur le site pro du CRTB :*

*acteurs-tourismebretagne.com*

66

#### Pourquoi cet atelier ?

L'image et le son constituent aujourd'hui les alliés d'une communication efficace. Un passage à la télé et c'est immédiatement le nombre de clics sur votre site internet qui augmente. Dans ce contexte, les occasions de prises de paroles sont importantes car, en démultipliant votre communication, elles contribuent au rayonnement de votre entreprise ou territoire. Pour entretenir des relations professionnelles et durables avec la presse écrite et audiovisuelle, quelques règles sont à respecter et la maîtrise de certains outils est nécessaire.

#### Nombre de participants

10

#### Date

14 & 15 Janvier 2014

11 & 12 février 2014

18 & 19 mars 2014

#### Lieu

Rennes

#### Intervenant

M-J Gouniot (attaché de presse CRT),

V. Simonneaux (TVR),

B. GOBIN (journaliste presse écrite)

#### Public

Acteurs du tourisme : hébergeurs, sites touristiques, musées, OT... convaincus de l'importance de l'image et du son dans la communication.

#### Pré-requis

Envie d'apprendre et de progresser.

#### Méthodologie

Jeux de rôles et exercices pratiques.

Formations du PRF :  
Comment s'inscrire

Droits et dispositifs de  
formation



68

## Tarifs

Vous êtes salarié de statut privé ou public, les frais d'inscription sont de :

- Pour une formation d'1 journée : 51 €
- Pour une formation de 2 jours : 77 €
- Pour une formation de 3 jours : 103 €
- Pour une formation de 4 jours : 129 €

Vous êtes salarié de droit public, demandez un devis à OTB pour les frais pédagogiques des formations, sauf pour les formations du CNFPT, qui vous sont proposées gratuitement.

## PROCEDURE D'INSCRIPTION

- Cette année, les inscriptions se font par semestre. A partir de décembre 2013, inscrivez-vous pour les sessions du premier semestre (janvier à mai). Les inscriptions pour le 2ème semestre seront ouvertes à compter du 15 mai 2014.
- 1 bulletin d'inscription par session dans la limite de 2 personnes par structure et par session est à compléter.
- La fiche est à retourner à votre relais départemental, accompagnée du règlement (un chèque par session) à l'ordre d'OTB. **Sans règlement, aucune inscription ne sera valide.** Le règlement ne sera encaissé qu'après la session de formation.
- Attention : toute inscription est soumise à validation de la part de votre relais départemental. Dès le quota de place par département atteint, vous serez mis en liste d'attente. Les places non utilisées par les autres départements seront réattribuées aux personnes sur liste d'attente.
- OTB vous enverra la facture et la DGA correspondantes à la votre session de formation un mois avant la session. La DGA est à retourner à OTB dans les 15 jours suivants. Et 15 jours avant la formation, vous recevrez par mails les informations pratiques de la formation (dates, lieux, horaires, liste des participants et autres informations utiles).
- En cas d'annulation pour cas de force majeure justifiée, OTB remboursera l'intégralité des frais d'inscription. En dehors de ces cas de force majeure, aucun remboursement ne sera fait. (Justifié par un certificat médical, certificat de décès d'un proche... à transmettre à OTB dans les plus brefs délais).

Les repas et les frais de transport restent à la charge de la structure employeur.

Afin de pouvoir répondre au mieux à vos attentes et pour maintenir la qualité des formations proposées, OTB adressera aux participants un questionnaire de satisfaction à l'issue de chaque formation. Les participants s'engagent à retourner le questionnaire dans un délai de quinze jours.

Quelques semaines après la formation, OTB vous enverra les attestations de formation, si celles-ci ne vous ont pas été remises le jour de la formation.

Avant la fin du premier semestre, OTB vous interrogera au travers d'un questionnaire sur vos besoins en formation pour l'année suivante. A la rentrée de septembre, la Commission Régionale Formation déterminera au vue des résultats de l'enquête, les grandes lignes du Plan Régional de Formation de l'année suivante. D'octobre à décembre, OTB lance les appels d'offres pour le choix des consultants et des programmes et définit les dates et lieux des formations pour diffuser le plus rapidement possible le Programme Régional de Formation.

En fin d'année, OTB, les relais départementaux et l'AGEFOS PME Bretagne se réuniront pour :

- valider les bilans intermédiaires,
- assurer le suivi pédagogique du Plan Régional de Formation,
- assurer le suivi financier du Plan Régional de Formation.

## BON A SAVOIR

### LE PASSEPORT FORMATION

Dans l'accord sur la formation tout au long de la vie signé en 2003, les partenaires sociaux (organisations patronales et syndicats de salariés) ont créé des outils pour permettre aux salariés d'être acteurs de leur évolution professionnelle pour favoriser ainsi leur mobilité interne ou externe. Ainsi, tout salarié a à sa disposition le **passport formation**, qui est sa propriété et dont il garde l'entière responsabilité d'utilisation.

Il lui permet d'identifier ses connaissances, ses compétences et ses aptitudes professionnelles, acquises et mises en oeuvre tout au long de sa vie professionnelle.

Ce passeport est un véritable « journal de bord » de votre parcours professionnel. Il est à mettre à jour régulièrement.

<http://www.passeportformation.eu/>



## PUBLICS CONCERNES

- Salariés en CDI ayant 1 an d'ancienneté (appréciée au 1er janvier)
- Pour les CDD si 4 mois d'ancienneté, consécutifs ou non, sur les 12 derniers mois

## CONDITIONS GENERALES DE MISE EN OEUVRE DU DIF

L'employeur a l'obligation d'informer du nombre d'heures acquises en janvier de chaque année.

C'est le salarié qui prend l'initiative de suivre une formation dans le cadre du DIF. Il doit obtenir l'accord de son employeur sur le choix de l'action de formation. Il doit formaliser sa demande auprès de son employeur (ce dernier dispose d'un mois pour vous signifier sa réponse ; au-delà de ce délai, la formation est considérée comme acceptée).

Si votre employeur refuse votre demande pendant 2 années consécutives, vous pouvez adresser votre projet de formation DIF à l'OPACIF auprès duquel votre employeur verse sa contribution CIF (souvent le FONGECIF). Si votre projet de formation est conforme à ses priorités et critères, ce dernier prendra en charge, en priorité, la formation dans le cadre du CIF.

Les dépenses liées à la mise en œuvre du DIF sont à la charge de votre employeur ainsi que l'allocation de formation ou le versement à l'OPACIF les cas échéants.

En cas de refus pendant 2 années consécutives, votre employeur verse alors au FONGECIF :

- le montant de l'allocation de formation correspondant aux heures acquises par le salarié au titre du DIF,
- les frais de formation correspondant aux droits ouverts par le salarié, calculés sur la base des forfaits (9,15 € par heure) définis par l'OPACIF dans le cadre des dispositifs de la professionnalisation.

En principe, les formations suivies au titre du DIF se déroulent hors temps de travail et donnent lieu au versement d'une allocation de formation. Si vous réalisez une formation DIF hors temps de travail, vous recevez une allocation de formation égale à 50 % de votre rémunération nette. Si vous suivez cette formation pendant votre temps de travail, votre rémunération normale est maintenue. Pendant votre formation DIF, vous bénéficiez de la législation de la sécurité sociale relative à la protection en matière d'accidents du travail et des maladies professionnelles.

En fonction de vos projets, vous pouvez utiliser vos heures de DIF pour compléter des actions inscrites dans le plan de formation de votre employeur (catégorie 2) ou enrichir une période de professionnalisation.

## MODALITES SPECIFIQUES

Calcul des droits : 20 heures par an, cumulables sur 6 ans dans la limite de 120 heures maximum.

Si vous travaillez à temps partiel, le DIF est calculé en fonction de votre temps de travail.

## PORTABILITE DU DIF

La loi du 24 novembre 2009 vous offre la possibilité de conserver votre crédit d'heures DIF acquis et non utilisé au moment de la rupture de votre contrat de travail.

Cette possibilité peut s'exercer soit lors de la rupture du contrat de travail (pendant la période de préavis), soit après la rupture du contrat de travail en tant que demandeur d'emploi ou salarié auprès du nouvel employeur.

Votre crédit d'heures DIF acquis et non utilisé finance tout ou partie d'une action de formation, de bilan de compétences ou de VAE (validation des acquis de l'expérience).

La portabilité du DIF s'applique à toute rupture de contrat de travail effective depuis le 26 novembre 2009. A l'issue du contrat de travail, l'employeur doit vous remettre un certificat de travail sur lequel est précisé, outre les mentions habituelles :

- le solde du nombre d'heures acquises au titre du DIF et non utilisées,
- la somme correspondante à ce solde (9,15 euros X solde d'heures),
- ainsi que l'organisme paritaire collecteur agréé (OPCA) dont l'entreprise relève au titre de la professionnalisation.

## DIF PRIORITAIRES OU NON PRIORITAIRES

Le DIF est dit prioritaire lorsqu'il porte sur des actions qui relèvent des orientations considérées comme prioritaires par les partenaires sociaux. Le choix des DIF prioritaires est mentionné dans l'accord de branche ou interprofessionnel.

• **DIF PRIORITAIRES** : accompagner le salarié dans la réalisation de son propre projet de promotion professionnelle ou personnelle, permettre l'acquisition, l'entretien ou le perfectionnement de ses connaissances, l'acquisition de compétences ou d'une qualification plus élevée développant une meilleure employabilité.

### Financement

Sur les fonds de la professionnalisation, solde éventuel sur le plan

Thèmes prioritaires : Coût pédagogique plafonné\* à 15 € HT/heure/stagiaire

\*Ce plafond n'intègre que les coûts pédagogiques

Formation interne : uniquement pour les structures de 10 salariés et plus

VAE : 24 heures par stagiaire maximum, plafonné à 45 € HT/heure/stagiaire

Bilan de compétences : 24 h par stagiaire maximum, plafonné à 60 € HT/heure/stagiaire

### • DIF NON PRIORITAIRES

Sur les fonds du plan de formation

Coûts pédagogiques : 15 € HT/heure/stagiaire

Frais annexes et allocation formation : aucune prise en charge



## Principe

Le droit individuel à la formation (DIF) permet aux salariés disposant d'une certaine ancienneté dans l'entreprise de bénéficier d'actions de formation professionnelle, rémunérées ou indemnisées, et suivies pendant ou en dehors du temps de travail.



70

## Principe

Le congé individuel de formation (CIF) est un droit d'absence, accordé sous certaines conditions, permettant au salarié de suivre l'action de formation de son choix :

- à son initiative et à titre individuel,
- et indépendamment de son éventuelle participation à des stages inclus dans le plan de formation de l'entreprise qui l'emploie.

L'action de formation s'accomplit en tout ou partie pendant le temps de travail. Toutefois, certaines actions de formation peuvent se dérouler entièrement en dehors du temps de travail (sous forme de cours du soir ou le samedi, par exemple).

Le CIF vous permet au cours de votre vie professionnelle, de suivre à votre initiative et à titre individuel des actions de formation indépendamment du plan de formation de l'entreprise.

Le CIF constitue pour vous une opportunité pour :

- vous reconverter pour changer d'activité ou de profession,
- acquérir une nouvelle qualification,
- perfectionner et élargir vos compétences,
- valider vos acquis professionnels,
- favoriser la prévention et l'adaptation à un nouveau poste de travail,
- et plus largement de vous ouvrir à la culture et à la vie sociale.

## PUBLICS CONCERNES

- Tout salarié en CDI ou CDD, quelles que soient la taille et la forme juridique de l'entreprise,
- Le salarié doit disposer d'une ancienneté de 24 mois (consécutifs ou non) dont 12 dans l'entreprise.

Pour vous accompagner dans votre démarche, vous pouvez bénéficier du soutien personnalisé d'un conseiller du FONGECIF ou de l'OPACIF compétent pour :

- construire votre projet,
- vous informer sur la réglementation,
- assurer le financement total ou partiel de votre projet.

## DUREE

Le CIF dure le temps du stage de formation qui peut se dérouler à temps plein ou partiel, mais ne peut excéder :

- un an pour un stage à temps plein,
- 1 200 heures pour un stage discontinu ou à temps partiel.

## MISE EN OEUVRE

Vous devez adresser à votre employeur une demande d'autorisation d'absence dans un délai de 60 jours (ou 120 jours pour des stages d'une durée continue de plus de 6 mois).

L'employeur ne peut pas refuser l'autorisation d'absence si vous remplissez les conditions d'ouverture du droit au CIF (ancienneté, délai de franchise) et si vous respectez la procédure de demande d'autorisation d'absence.

Il peut uniquement reporter la date de départ en congé formation pour l'un des deux motifs suivants :

- si ce congé est préjudiciable à la production et à la bonne marche de l'entreprise,
- si plusieurs salariés en formation sont simultanément absents.

## FINANCEMENT

Pour bénéficier d'une prise en charge de tout ou partie des dépenses afférentes au CIF (le coût de la formation, la rémunération, les frais de transport, les frais d'hébergement), tout salarié qui veut recourir au congé individuel de formation doit s'adresser à l'organisme auprès duquel son entreprise verse sa contribution.

Chaque organisme définit ses propres règles de procédure de demande de financement et de prise en charge du CIF. Cela varie en fonction des priorités et critères qu'il s'est fixés selon la nature des formations, la taille de l'entreprise, le niveau de qualification des demandeurs :

Vous avez donc intérêt à vous adresser le plus tôt possible au FONGECIF ou à l'OPACIF pour disposer des renseignements nécessaires à la constitution de votre dossier.

## PUBLICS CONCERNES

- Les jeunes âgés de 16 à 25 ans révolus, et en priorité les jeunes qui n'ont pas validé un second cycle de l'enseignement secondaire et qui ne sont pas titulaires d'un diplôme de l'enseignement technologique ou professionnel.
- Les demandeurs d'emploi âgés de 26 ans et plus inscrits à Pôle emploi.
- Les personnes ayant bénéficié d'un contrat unique d'insertion (CUI).

## OBJECTIFS

- Permettre au public concerné d'acquérir une qualification professionnelle afin de favoriser son insertion ou sa réinsertion professionnelle.
- Acquérir une expérience professionnelle et une qualification reconnue pour favoriser son employabilité.
- Être accompagné par un tuteur pour favoriser l'intégration et la réussite dans sa première expérience professionnelle.
- Avoir un statut de salarié au sein d'une entreprise, tout en poursuivant les études pour acquérir une formation professionnelle diplômante ou qualifiante.

## DUREE

Durée du contrat :

- 6 à 12 mois pour les CDD
- 6 à 12 mois pour l'action de professionnalisation dans le cas d'un CDI (max. 24 mois dès lors que la durée de la formation l'exige).

Durée de l'action de formation :

Les actions d'évaluation et d'accompagnement, ainsi que les enseignements généraux, professionnels et technologiques sont au minimum de 150 heures. La durée de ces actions peuvent varier de 15 à 25 % de la durée totale du contrat en CDD ou de l'action de professionnalisation pour un contrat en CDI.

## MISE EN OEUVRE

Le principe de l'alternance est fondé sur l'association de la réalisation d'une formation qualifiante sur le temps de travail et l'engagement en entreprise, dans une activité de travail définie par l'employeur.

L'employeur s'engage à assurer au salarié en contrat de professionnalisation, une formation aboutissant à une qualification professionnelle et un emploi qui soit en lien avec les objectifs à atteindre. Le salarié se doit d'assumer une activité de travail auprès de l'entreprise et de suivre une formation suivant les conditions prévues au contrat. En contrat de professionnalisation, le salarié bénéficie des mêmes avantages que les autres salariés de l'entreprise.

## FINANCEMENT

Le salarié en contrat de professionnalisation est rémunéré en fonction de minima légaux, suivant son niveau de formation et son âge.

Le taux de rémunération change le premier jour du mois qui suit son anniversaire.

Le financement des actions de formation et la rémunération sont gérés par l'entreprise.

L'entreprise peut bénéficier d'une prise en charge financière de son OPCA (Organisme Paritaire collecteur Agréé). La rémunération est versée par l'entreprise qui délivre un bulletin de salaire mensuel durant toute la période du contrat.

Niveau de formation	Moins de 21 ans	De 21 ans à moins de 26 ans	26 ans et plus
Inférieur au Bac Pro ou titres pro équivalents	55% du SMIC	70% du SMIC	Minimum SMIC ou 85%* du salaire conventionnel (Possibilité dans certains cas du versement d'un complément de rémunération pour l'ancien demandeur d'emploi bénéficiaire de l'ARE.)
Qualification au moins égale à celle du Bac pro ou d'un titre pro ou diplôme à finalité professionnelle de même niveau	65% du SMIC	80% du SMIC	

## PROCEDURE

1. Définir votre projet professionnel, pour identifier votre besoin en formation, en adéquation avec le métier que vous souhaitez exercer
2. Trouver l'organisme de formation qui prépare le diplôme ou la qualification choisi, puis le rencontrer dans le cadre d'un entretien pour présenter votre projet formation
3. Rechercher votre entreprise d'accueil. Certains organismes de formation sont en mesure de vous aider dans cette recherche
4. Signer le contrat de travail avec l'entreprise et suivre toutes les formalités auprès de l'organisme de formation



## Principe

Le contrat de professionnalisation est conçu pour répondre aux difficultés d'insertion professionnelle des jeunes sortis du système scolaire sans qualification ou pour faciliter la réinsertion de personnes déjà engagées dans la vie professionnelle.

Il permet d'acquérir les compétences recherchées sur le marché de l'emploi, à court et moyen terme.

Il s'agit d'un contrat de travail en alternance qui associe des enseignements généraux, professionnels et technologiques en centre de formation, et l'acquisition d'un savoir-faire, par l'exercice en entreprise d'une ou plusieurs activités correspondant à la qualification visée.



## Principe

La période de professionnalisation vise à favoriser le maintien dans l'emploi des salariés en contrat à durée indéterminée (CDI) ou bénéficiant d'un contrat unique d'insertion (CUI) à durée déterminée ou indéterminée, par des actions de formation alternant des enseignements théoriques et pratiques.

La période de professionnalisation a pour objectif de favoriser votre maintien dans l'emploi ou votre reconversion professionnelle par des actions de formation.

Elle est fondée sur l'alternance entre activités professionnelles et périodes de formation.

Elle peut comprendre des actions d'évaluation et d'accompagnement.

## PUBLICS CONCERNES

Vous êtes titulaire d'un Contrat à Durée Indéterminée (CDI) ou d'un contrat unique d'insertion (CDI / CDD) et vous vous trouvez dans l'une des situations suivantes :

- votre qualification est insuffisante au regard de l'évolution des technologies et de l'organisation du travail
- vous comptez au moins 20 ans d'activité professionnelle
- vous êtes âgé d'au moins 45 ans et avez au moins un an d'ancienneté dans l'entreprise
- vous envisagez la création ou la reprise d'une entreprise
- vous revenez de congé maternité ou parental (homme/femme)
- vous bénéficiez de l'obligation d'emploi (travailleur handicapé...).

## OBJECTIFS

La période de professionnalisation vise l'obtention d'une qualification professionnelle reconnue :

- diplômes, titres à finalité professionnelle ... enregistrés au Registre National des Certifications professionnelles (RNCP)
- ou reconnue dans la classification d'une convention collective nationale de branche
- ou ouvrant droit à un certificat de qualification professionnelle
- ou figurant sur une liste établie par la branche professionnelle ou l'interprofession.

## DUREE

Si c'est vous qui prenez l'initiative de l'action, au titre de votre DIF : les heures de formation hors du temps de travail sont plafonnées à 80 heures par an et par salarié. Les heures acquises au titre du DIF peuvent s'y ajouter.

Si c'est l'employeur qui prend l'initiative de l'action : les heures hors du temps de travail sont limitées à 80 heures par an.

## MISE EN OEUVRE

Votre employeur peut reporter votre départ en période de professionnalisation si :

- l'effectif bénéficiaire de ce dispositif représente 2% de l'effectif total,
- deux salariés sont absents pour les entreprises de moins de 50 salariés.

Avant la mise en œuvre de la période de professionnalisation, vous pouvez bénéficier :

- d'une action de validation des acquis de l'expérience (VAE) et/ou,
- de bilan de compétences.

Dans le cas où la formation se déroule pour tout ou partie hors temps de travail, à votre initiative ou celle de votre employeur, ce dernier définit avec vous avant votre départ en formation, la nature des engagements, auxquels il souscrit à condition de suivre avec assiduité la formation et de satisfaire aux évaluations prévues.

## FINANCEMENT

Les dépenses de la période de professionnalisation peuvent être financées par l'OPCA (Organisme Paritaire Collecteur Agréé) auquel votre employeur a versé sa contribution au titre de la formation professionnelle continue.

Si votre formation se déroule :

- pendant le temps de travail, votre rémunération est alors maintenue.
- en dehors du temps de travail (entièrement ou partiellement), votre employeur vous verse alors une allocation de formation (50% de votre rémunération nette de référence).

Pendant la formation, sur le temps de travail ou hors du temps de travail, vous bénéficiez de la protection relative aux accidents de travail et maladies professionnelles.



Le bilan de compétences vous permet au cours de votre vie professionnelle, de faire le point sur vos compétences, indépendamment des actions similaires réalisées par l'entreprise.

## PUBLICS CONCERNES

Congé bilan de compétences: il vous permet d'effectuer un bilan de compétences, de votre propre initiative et indépendamment des actions similaires éventuellement suivies dans le cadre du plan de formation de l'entreprise.

Tout salarié a le droit de demander à son employeur un congé pour faire un bilan de compétences.

Pour bénéficier d'un congé de bilan de compétences :

- Si vous êtes en salarié en CDI, vous devez justifier d'une activité salariée de 5 ans (consécutifs ou non) dont 12 mois dans l'entreprise, respecter un délai de franchise de 5 ans entre 2 congés de bilan de compétences, sauf si vous avez changé d'employeur.

- Si vous êtes salarié en CDD, vous devez justifier d'une ancienneté de 24 mois consécutifs ou non en qualité de salarié (CDI, CDD, intérim), au cours des 5 dernières années, dont 4 mois sous CDD consécutifs ou non, au cours des 12 derniers mois.

Dans ce cas, le départ en congé est uniquement conditionné par l'accord de prise en charge financière de l'organisme paritaire. Le congé de bilan de compétences doit débiter au plus tard 12 mois après la fin du premier CDD.

## OBJECTIFS

C'est une action qui vous permet d'analyser vos compétences et aptitudes tant professionnelles, que personnelles dans le cadre d'un projet professionnel ou de formation.

Les résultats du bilan de compétences sont votre propriété.

Le bilan peut se dérouler durant ou en dehors de votre temps de travail.

## MISE EN OEUVRE

Vous devez adresser une demande d'autorisation d'absence à votre employeur par écrit, dans un délai de 60 jours avant le début du bilan de compétences, en indiquant les dates, la durée du bilan ainsi que l'organisme prestataire choisi.

Lorsque le congé de bilan de compétences débute à l'issue d'un CDD, la demande d'autorisation d'absence n'est pas nécessaire. Réponse de l'employeur par écrit, dans les 30 jours suivant la réception de la demande (un report d'autorisation d'absence est possible dans une limite de 6 mois, en donnant les raisons motivant la décision).

Signature d'une convention tripartite entre vous-même, l'organisme prestataire et l'organisme financeur (FONGECIF ou OPACIF) qui rappelle les principales obligations de chacun.

## DUREE

Au maximum 24 heures de temps de travail, en une ou plusieurs sessions. Ces heures de congé sont assimilées à une période de travail effectif.

## FINANCEMENT

Le financement du bilan de compétence :

- Budget plan de formation de l'entreprise. Même si cette démarche est plutôt rare, un employeur peut tout à fait prendre l'initiative de proposer un bilan de compétences à un salarié.

- la voie la plus courante, le "Congé Bilan de compétences".

Contactez le FONGECIF Bretagne pour les démarches à effectuer.

Votre rémunération pendant le congé de bilan de compétences:

- l'employeur avance le montant de la rémunération (montant du salaire habituel).

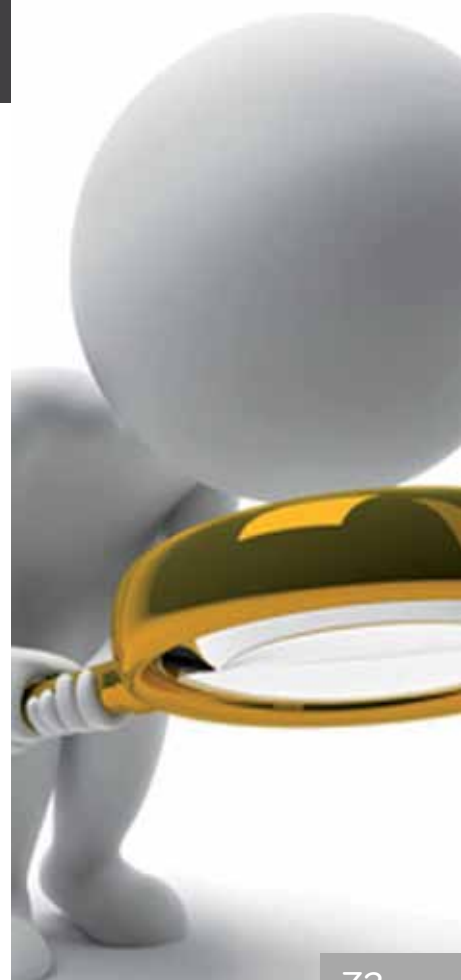
- l'organisme financeur (FONGECIF ou OPACIF) le rembourse ensuite.

Votre statut pendant le congé de bilan de compétences

- vous conservez votre protection sociale.

- vous êtes couvert contre tous les risques comme si vous travailliez dans l'entreprise.

- vous avez une obligation d'assiduité et devez présenter une attestation de fréquentation effective, délivrée par l'organisme prestataire, à la fin de votre bilan.



## Principe

Le bilan de compétences a pour objectif de permettre à des travailleurs d'analyser leurs compétences professionnelles et personnelles ainsi que leurs aptitudes et leurs motivations afin de définir un projet professionnel et, le cas échéant, un projet de formation.

Il peut être accompli, sur proposition de l'employeur, avec le consentement du travailleur ou à l'initiative du travailleur.

Il est réalisé par un prestataire extérieur à l'entreprise, selon des étapes bien précises.

Les salariés peuvent demander à bénéficier à cette occasion d'un congé.



74

## Principe

La VAE est un droit individuel qui permet à toute personne engagée dans la vie active depuis au moins 3 ans de faire valider ses compétences en vue de l'acquisition d'un diplôme, d'un titre à finalité professionnelle ou d'un certificat de qualification professionnelle (CQP).

La VAE est un droit individuel qui permet à toute personne engagée dans la vie active depuis au moins 3 ans de faire valider ses compétences en vue de l'acquisition d'un diplôme, d'un titre à finalité professionnelle ou d'un certificat de qualification professionnelle (CQP).

## PUBLICS CONCERNES

La VAE est un droit individuel qui émane d'une démarche individuelle et volontaire ouverte à toute personne engagée dans la vie active depuis au moins trois ans quel que soit son statut (salarié, non-salarié ou bénévole) à condition qu'il soit en rapport avec le contenu de la certification visée.

## OBJECTIF

La VAE est un moyen de:

- faire valider vos compétences en vue de l'acquisition d'un diplôme, d'un titre à finalité professionnelle ou d'un certificat figurant sur une liste établie par une CPNE (Commission Paritaire Nationale de l'Emploi), enregistré dans le RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles).
- d'accéder à un cursus de formation, sans justifier du niveau d'études ou des diplômes et titres normalement requis.

Pour l'entreprise, la VAE peut constituer une solution pour motiver vos équipes et les fidéliser dans l'entreprise en leur offrant de nouvelles perspectives professionnelles.

## MISE EN OEUVRE

Les congés pour la VAE

Un congé peut être demandé pour permettre au candidat de participer aux épreuves de validation

ou pour accompagner la préparation d'un candidat à la validation.

La durée maximale du congé est de 24 heures de temps de travail consécutives ou non. La demande d'autorisation d'absence doit vous parvenir au moins 60 jours avant le début des actions de VAE. Elle doit préciser : le diplôme, titre ou certificat, la date, la nature et la durée des actions ainsi que la dénomination de l'organisme qui délivre la certification.

Vous devez faire connaître par écrit, dans les 30 jours suivant la réception de la demande, votre accord ou les raisons de service motivant le report de l'autorisation d'absence. Le report ne peut excéder 6 mois à compter de la demande.

Au terme du congé, le bénéficiaire doit présenter une attestation de fréquentation effective fournie par l'organisme qui délivre la certification.

Le salarié, dans la même entreprise, ne peut prétendre qu'à une seule autorisation d'absence pour une année civile et dans le même but.

## LES ETAPES D'UNE DEMARCHE VAE

- Repérer la certification la plus appropriée en fonction du projet professionnel et déposer la candidature auprès de l'organisme certificateur.

- constituer les preuves : un accompagnement du candidat dans cette démarche par un prestataire externe est possible (cf VAE collective proposée par la FROTSI).

- réaliser et déposer un dossier VAE qui retrace précisément l'expérience du candidat. C'est lui qui est chargé de cette étape.

- évaluation par un jury, avec entretien avec le salarié éventuellement.

- et, lorsque cette procédure est prévue par l'autorité qui délivre la certification, mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée.

Le jury de professionnels indépendants vérifie, évalue et atteste des connaissances et des compétences d'un candidat sur la base du dossier de VAE. Il apprécie le caractère professionnel des compétences acquises et leur lien avec celles exigées par le référentiel du diplôme, du titre ou du CQP visé.

Validation totale ou partielle :

Le jury peut décider d'attribuer ou non le diplôme, titre ou CQP. Cette validation peut être totale ou partielle : le jury précise alors la nature des connaissances et aptitudes devant faire l'objet d'un contrôle complémentaire. Celui-ci doit avoir lieu dans un délai de 5 ans à compter de la notification de la validation partielle. La notification de la décision est faite au candidat par l'autorité qui délivre la certification.

## FINANCEMENT

Les coûts qui peuvent être financés comprennent les frais liés à :

- la prestation (accompagnement et certification) - la rémunération éventuelle du candidat.

A l'initiative de l'entreprise :

La prise en charge des dépenses est de la compétence de l'OPCA ou de votre entreprise directement.

A l'initiative du salarié:

La prise en charge des dépenses est de la compétence du FONGECIF ou de l'OPCA dans le cadre du DIF (reportez-vous aux conditions de financement du DIF).

Le financement des dépenses afférentes au congé pour validation, ainsi que la rémunération du salarié (dans une limite de 24 heures) sont susceptibles de faire l'objet d'une prise en charge.

Le statut du candidat (salarié, agent public, non-salarié, demandeur d'emploi...) peut également influencer sur les acteurs de la prise en charge (OPCA, FONGECIF, Etat, régions, UNEDIC, entreprises...).

# CADRE EUROPÉEN COMMUN DE RÉFÉRENCE POUR L'APPRENTISSAGE / ENSEIGNEMENT DES LANGUES

	A1	A2	B1	B2	C1	C2
<b>Écouter</b>	Je peux comprendre des mots familiers et des expressions très courantes au sujet de moi-même, de ma famille et de l'environnement concret et immédiat, si les gens parlent lentement et distinctement.	Je peux comprendre des expressions et un vocabulaire très fréquent relatifs à ce qui me concerne de très près (par ex. moi-même, ma famille, les achats, l'environnement proche, le travail). Je peux saisir l'essentiel d'annonces et de messages simples et clairs.	Je peux comprendre les points essentiels quand un langage clair et standard est utilisé et s'il s'agit de sujets familiers concernant le travail, l'école, les loisirs, etc. Je peux comprendre l'essentiel de nombreuses émissions de radio ou de télévision sur l'actualité ou sur des sujets qui m'intéressent à titre personnel ou professionnel si l'on parle d'une façon relativement lente et distincte.	Je peux comprendre des conférences et des discours assez longs et même suivre une argumentation complexe si le sujet m'en est relativement familier. Je peux comprendre la plupart des émissions de télévision sur l'actualité et les informations. Je peux comprendre la plupart des films en langue standard.	Je peux comprendre un long discours même s'il n'est pas clairement structuré et que les articulations sont seulement implicites. Je peux comprendre les émissions de télévision et les films sans trop d'effort.	Je n'ai aucune difficulté à comprendre le langage oral, que ce soit dans les conditions du direct ou dans les médias et quand on parle vite, à condition d'avoir du temps pour me familiariser avec un accent particulier.
	<b>Lire</b>	Je peux lire des textes courts très simples. Je peux trouver une information particulière prévisible dans des documents courants comme les petites publicités, les prospectus, les menus et les horaires et je peux comprendre des lettres personnelles courtes et simples.	Je peux communiquer lors de tâches simples et habituelles ne demandant qu'un échange d'informations simple et direct sur des sujets et des activités familiers. Je peux avoir des échanges très brefs même si, en règle générale, je ne comprends pas assez pour poursuivre une conversation.	Je peux comprendre des textes rédigés essentiellement dans une langue courante ou relative à mon travail. Je peux comprendre la description d'événements, l'expression de sentiments et de souhaits dans des lettres personnelles.	Je peux lire des articles et des rapports sur des questions contemporaines dans lesquels les auteurs adoptent une attitude particulière ou un certain point de vue. Je peux comprendre un texte littéraire contemporain en prose.	Je peux comprendre des textes factuels ou littéraires longs et complexes et en apprécier les différences de style. Je peux comprendre des articles spécialisés et de longues instructions techniques même lorsqu'ils ne sont pas en relation avec mon domaine.
<b>Prendre part à une conversation</b>	Je peux communiquer, de façon simple, à condition que l'interlocuteur soit disposé à répéter ou à reformuler ses phrases plus lentement et à m'aider à formuler ce que j'essaie de dire. Je peux poser des questions simples sur des sujets familiers ou sur ce dont j'ai immédiatement besoin, ainsi que répondre à de telles questions.	Je peux communiquer lors de tâches simples et habituelles ne demandant qu'un échange d'informations simple et direct sur des sujets et des activités familiers. Je peux avoir des échanges très brefs même si, en règle générale, je ne comprends pas assez pour poursuivre une conversation.	Je peux faire face à la majorité des situations que l'on peut rencontrer au cours d'un voyage dans un pays où la langue est parlée. Je peux prendre part sans préparation à une conversation sur des sujets familiers ou d'intérêt personnel qui concernent la vie quotidienne (par exemple famille, loisirs, travail, voyage et actualité).	Je peux communiquer avec un degré de spontanéité et d'aisance qui rend possible une interaction normale avec un interlocuteur natif. Je peux participer activement à une conversation dans des situations familières, présenter et défendre mes opinions.	Je peux m'exprimer spontanément et couramment sans trop apparemment devoir chercher mes mots. Je peux utiliser la langue de manière souple et efficace pour des relations sociales ou professionnelles. Je peux exprimer mes idées et opinions et lier mes interventions à celles de mes interlocuteurs.	Je peux participer sans effort à toute conversation ou discussion et je suis aussi très à l'aise avec les expressions idiomatiques et les tournures courantes. Je peux m'exprimer couramment et expliquer avec précision de fines nuances de sens. En cas de difficulté, je peux faire marche arrière pour y remédier avec assez d'habileté et pour qu'elle passe presque inaperçue.
	<b>S'exprimer oralement en continu</b>	Je peux utiliser des expressions et des phrases simples pour décrire mon lieu d'habitation et les gens que je connais.	Je peux utiliser une série de phrases ou d'expressions pour décrire en termes simples ma famille et d'autres gens, mes conditions de vie, ma formation et mon activité professionnelle actuelle ou récente.	Je peux articuler des expressions de manière simple afin de raconter des expériences et des événements, mes rêves, mes espoirs ou mes buts. Je peux brièvement donner les raisons et explications de mes opinions ou projets. Je peux raconter une histoire ou l'intrigue d'un livre ou d'un film et exprimer mes réactions.	Je peux m'exprimer de façon claire et détaillée sur une grande gamme de sujets relatifs à mes centres d'intérêt. Je peux développer un point de vue sur un sujet d'actualité et expliquer les avantages et les inconvénients de différentes possibilités.	Je peux présenter des descriptions claires et détaillées de sujets complexes, en intégrant des thèmes qui leur sont liés, en développant certains points et en terminant mon intervention de façon appropriée.
<b>Écrire</b>	Je peux écrire une courte carte postale simple, par exemple de vacances. Je peux porter des détails personnels dans un questionnaire, inscrire par exemple mon nom, ma nationalité et mon adresse sur une fiche d'hôtel.	Je peux écrire des notes et messages simples et courts. Je peux écrire une lettre personnelle très simple, par exemple de remerciements.	Je peux écrire un texte simple et cohérent sur des sujets familiers ou qui m'intéressent personnellement. Je peux écrire des lettres personnelles pour décrire expériences et impressions.	Je peux écrire des textes clairs et détaillés sur une grande gamme de sujets relatifs à mes intérêts. Je peux écrire un rapport en transmettant une information ou en exposant des raisons pour ou contre une opinion donnée. Je peux écrire des lettres qui mettent en valeur le sens que j'attribue personnellement aux événements et aux expériences.	Je peux m'exprimer dans un texte clair et bien structuré et développer mon point de vue. Je peux écrire sur des sujets complexes dans une lettre, un essai ou un rapport, en soulignant les points que je juge importants. Je peux adopter un style adapté au destinataire.	Je peux écrire un texte clair, fluide et stylistiquement adapté aux circonstances. Je peux rédiger des lettres, rapports ou articles complexes, avec une construction claire permettant au lecteur d'en saisir et de mémoriser les points importants. Je peux résumer et critiquer par écrit un ouvrage professionnel ou une œuvre littéraire.

**C O M P R E N D R E**

**P A R L E R**

**É C R I R E**

# VOS INTERLOCUTEURS DEPARTEMENTAUX ET REGIONAUX SE TIENNENT A VOTRE DISPOSITION POUR VOUS INFORMER SUR LE PLAN REGIONAL DE FORMATION 2014

## Offices de Tourisme de France - Fédération Régionale de Bretagne

Solène BERANGER  
1, Rue Raoul Ponchon  
35 069 RENNES Cedex  
Tél. : 02.99.63.67.35  
Fax : 02.99.38.32.42

Email : [s-beranger@tourismebretagne.com](mailto:s-beranger@tourismebretagne.com)

## FDOTSI Côtes d'Armor

Brigitte LE BLEVENNEC  
7, Rue Saint Benoît  
22 043 SAINT BRIEUC  
Tél. : 02.96.62.72.08  
Fax : 02.96.62.72.09

Email : [leblevennec.fdotsi@cotesdarmor.com](mailto:leblevennec.fdotsi@cotesdarmor.com)

## Pôle OTSI Morbihan

Annie CARRE  
Allée Nicolas Le Blanc  
56 010 VANNES  
Tél. : 02.97.54.45.33  
Fax : 02.97.47.92.71

Email : [carre-a@morbihan.com](mailto:carre-a@morbihan.com)

## FDOTSI Finistère

Chantal ALLUIN  
4, Rue du 19 mars 1962  
29 000 QUIMPER  
Tél. : 02.98.76.23.25  
Fax : 02.98.90.65.06

Email : [chantalalluin-fdotsi.29@orange.fr](mailto:chantalalluin-fdotsi.29@orange.fr)

## FDOTSI Ille et Vilaine

Stéphane LETOURNEUR  
5, Rue du Pré Botté  
35 101 RENNES  
Tél. : 02.99.78.50.33  
Fax : 02.99.78.33.24

Email : [s.letourneur@bretagne35.com](mailto:s.letourneur@bretagne35.com)

Retrouvez-nous sur Facebook



Retrouver l'ensemble des formations sur le site web d'OTB

<http://www.officesdetourismebretagne.pro/>

Sont consultables en ligne:

- le descriptif des formations,
- le formulaire d'inscription à renvoyer à votre relais départemental,
- les places disponibles pour chaque session.

