

# APPEL D'OFFRES

PLAN DE FORMATION 2018  
*à destination des Offices de Tourisme  
des Hauts-de-France*

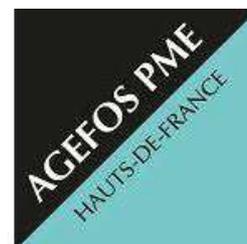


UDOTSI du Nord



Offices de  
Tourisme  
de France

FÉDÉRATION RÉGIONALE  
Picardie



# PLAN DE FORMATION 2018

## Cahier des charges – novembre 2017

Dans le cadre de la fusion des Régions Nord Pas-de-Calais et Picardie et de la création de la région Hauts-de-France, les UDOTSI du Nord, du Pas-de-Calais et la FROTSI Picardie ont choisi, pour la seconde année consécutive, de proposer aux OT Hauts-de-France un plan de formation commun pour 2018.

Au 1er janvier 2015, notre réseau comptait 122 offices de tourisme. Aujourd'hui, avec l'impact de la loi NOTRe, le réseau des OT Hauts-de-France est composé d'environ 70 structures. Ce réseau d'OT compte aujourd'hui près de 600 salariés permanents.

Le réseau est encore marqué par une relative hétérogénéité des structures, en termes de nombres de salariés, de moyens financiers, d'échelles d'action même si la réforme territoriale vient atténuer les écarts. Le plan de formation présenté vise à favoriser la professionnalisation de l'ensemble de ces acteurs et les échanges entre structures.

### **Des structures confrontées à des évolutions fortes**

Aujourd'hui l'ensemble des structures du réseau est confronté au changement : les échelles territoriales évoluent, les métiers changent, les manières d'appréhender l'activité d'un Office de Tourisme également.

La formation apparaît alors bénéfique pour faire face à ces mutations fortes source de motivation et de nouveaux challenges, le plan de formation 2018 doit faire évoluer nos OT vers de nouveaux métiers.

La nouvelle carte touristique à l'échelle de la région Hauts-de-France amènent de nombreux projets et dynamiques portés par les différents acteurs qu'il conviendra également d'appréhender et d'intégrer dans les modules de formation.

L'ensemble des modules proposés cette année rejoint donc cette approche.

### **Recrutement des organismes de formation**

L'étude de vos propositions et les entretiens de sélection seront effectués par un comité technique régional Hauts-de-France.

# SOMMAIRE DES FORMATIONS 2018 FAISANT PARTIE DE L'APPEL D'OFFRES

## Parcours 1

### **APEX : ACCUEIL PAR L'EXCELLENCE**

*Public : Conseiller en séjour*

## Parcours 2

### **ANIMATEUR NUMERIQUE DE TERRITOIRE**

*Public : conseiller en séjour, chargé de communication/promotion, chargé du web...*

## Parcours 3

### **REPORTER DE TERRITOIRE**

*Public : Chargé de communication/Promotion - ANT - ...*

## Parcours 4

### **MANAGER LE CHANGEMENT**

*Public : Managers*

## Parcours 5

### **TECHNIQUES DE CREATIVITE**

*Public : Tout public*

## Parcours 6

### **OBSERVATION ET EVALUATION DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE**

*Public : Managers, Chargés de mission*

## Parcours 7

### **APPROCHE JURIDIQUE ET RH DE L'OFFICE DE TOURISME**

*Public : Managers, Responsables RH, Comptable...*

## Parcours 8

### **CREER ET DEVELOPPER SA BOUTIQUE**

*Public : Responsables Boutique, Commerciaux*

## Parcours 9

### **COMMUNITY MANAGER DE DESTINATION**

*Public : ANT, Reporters de territoire, personnes en charge du numérique*

## Parcours 10

### **MARKETING TERRITORIAL : L'APPROCHE CLIENT AU COEUR DE MA STRATEGIE**

*Public : Managers*

**Les descriptions des différents parcours ci-dessous restent suggestives, nous restons très attentifs à vos propositions de contenus, de nombre de jours concernant les modules proposés, ci-dessous :**

## **PARCOURS 1 L'ACCUEIL PAR L'EXCELLENCE - APEX**

**Publics cibles** : Conseillers en séjour

### **Contexte et objectifs** :

Si on considère en général qu'un touriste sur dix entre dans un office de tourisme cela signifie que 9 sur dix n'y entre pas.

Deux questions se posent :

- Sommes-nous performants dans l'accueil et le renseignement pour le visiteur entré dans l'office de tourisme ?
- Comment renseignons-nous celui que ne rentre pas dans l'office de tourisme ?

Plusieurs constats sont à prendre en compte :

- Les moyens d'information à disposition des visiteurs sont décuplés (internet, hébergement, téléphone portable....). Le visiteur souhaite l'instantanéité de l'information, partout où il se déplace.
- Le numérique peut dans un certain nombre de cas remplacer la brochure.
- 80 % des demandes de renseignement peuvent être couverts par des outils d'information existants (brochures, site web) et traitées par de nombreux acteurs qu'ils soient ou non du territoire. Il n'y a que 20 % des demandes qui relèvent du conseil en séjour et demandent donc l'intervention d'un spécialiste : le conseiller en séjour de l'office de tourisme.
- L'office de tourisme va évoluer dans son métier d'accueil. Il recevra directement moins de personnes au comptoir et renseignera plus à distance. Il va donc développer les différents points d'accueil sur le territoire, qu'il va animer. D'agent d'accueil, l'office de tourisme va devenir animateur d'équipe et conseiller en séjour physique et numérique. C'est cette nouvelle fonction qu'entends explorer l'APEX.

Les objectifs de la formation sont de trois ordres :

- Mettre l'accueil au centre du dispositif de l'office de tourisme, que ce soit l'accueil au comptoir, l'accueil à distance ou l'accueil déporté sur le territoire
- Redonner un sens aux métiers d'accueil et renforcer l'expertise,
- Accompagner dans la maîtrise des outils numériques, dans l'observation des clientèles et l'évaluation du service rendu aux clientèles touristiques

### **Contenu**

La formation permet d'aborder :

- La méthode du SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information)
- La médiation numérique
- L'acte de renseignement face à face et téléphonique
- L'acte de renseignement à distance
- L'animation des acteurs touristiques locaux

## **PARCOURS 2**

### **ANIMATEUR NUMERIQUE DE TERRITOIRE - ANT**

**Public cible** : les Chargés de communication/promotion, Reporters de Territoire et personnes en charge du numérique.

37 ANT ont été formés depuis 2014 à l'Animation Numérique de Territoire en région Hauts-de-France. Fort du succès de cette formation, nous souhaitons renouveler cette formation pour optimiser le maillage du territoire.

Cette formation requière un profil et des compétences préalables :

- Avoir suivi plusieurs journées de sensibilisation au e-tourisme,
- Etre à l'aise avec l'environnement Windows et Internet,
- Avoir une solide pratique quotidienne d'Internet,
- Avoir une bonne maîtrise de l'informatique,
- Occuper dans sa structure une fonction technique en relation avec Internet et / ou avec l'animation d'un réseau.

#### **Contexte et objectifs :**

Une journée de lancement du parcours de formation réunira les managers et les futurs ANT.

Cette journée aura pour objectifs de :

- Présenter les enjeux et le contenu de la formation
- Définir les besoins et moyens humains, techniques et financiers
- Définir les règles du jeu : formation action avec travaux individuels et/ou collectifs à rendre

#### **Ce parcours doit permettre aux participants de :**

- 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 comme Facebook ou Twitter
- Surveiller les avis de consommateurs publiés sur le web et qui concernent les établissements du secteur
- Tenir au courant les professionnels locaux de l'évolution rapide des usages de la toile. Avec un double objectif : éviter la fracture numérique dans le tourisme et rester compétitif.

#### **A l'issue de la formation l'animateur numérique de territoire sera en capacité de :**

- Conduire un état des lieux numérique de l'offre touristique de son territoire ou de sa filière,
- Définir un plan d'actions numérique à destination de ses partenaires privés ou institutionnels,
- Animer un réseau en accompagnant ses partenaires de façon collective (ateliers, réunions de sensibilisation, animation de blogs ...) ou individuelle,
- Evaluer son action d'animation,
- Assurer une veille qualifiée sur le e-tourisme.

#### **Contenu :**

Cette formation s'étalera sur 10 journées de formation soit 70 heures.

Elle abordera les points suivants :

- Connaître le jargon e-tourisme
- Connaître les attentes des internautes "Touristes " en terme d'utilisation
- Connaître les outils numériques et collaboratifs d'animation
- Etablir un état des lieux numérique
- Elaborer un plan d'actions et lancer une stratégie e-marketing complète en lien avec la direction
- Savoir organiser un programme d'animation à destination des socioprofessionnels
- Découvrir le monde du Travel 2.0 et des réseaux communautaires
- Devenir autonome dans la création de contenu Web multimédia
- Savoir intervenir sur une site web
- Conduire une veille, évaluer, transférer
- ...

### **PARCOURS 3 "REPORTER DE TERRITOIRE"**

**Public cible :** les ANT, Chargés de communication/promotion et personnes en charge du numérique.

37 ANT ont été formés depuis 2014 à l'animation Numérique de Territoire en région Hauts-de-France. Ce public sera prioritaire pour cette formation en vue d'obtenir le cas échéant le titre de chargé de projets e-tourisme.

Le parcours sera également ouvert aux chargés de communication / promotion n'ayant pas été formé à l'ANT.

#### **Contexte et objectifs :**

Une journée de lancement du parcours de formation réunira les managers et les futurs reporters de territoire.

#### **Cette journée aura pour objectifs de :**

- Présenter les enjeux et le contenu de la formation
- Définir les besoins et moyens humains, techniques et financiers
- Définir les règles du jeu : formation action avec production d'un film sur un ou plusieurs thèmes qui restent à définir mais qui pourraient contribuer à répondre à la question « à quoi sert un office de tourisme aujourd'hui... et demain ? ».

#### **Ce parcours doit permettre aux participants de :**

- Construire sa stratégie de reporter de territoire
- Construire une stratégie BtoB, nouveaux services
- S'initier à la photographie et à la vidéo
- Se familiariser avec l'écriture et le web-éditorial
- Travailler sur la prise de son
- Maîtriser l'environnement juridique
- Savoir faire appel à un prestataire extérieur
- Suivre et réaliser le montage des productions
- Mettre ses contenus en ligne
- Savoir identifier et valoriser les sources de contenus sur le territoire (blogueurs, influenceurs, habitants impliqués, ...).

### **A l'issue de cette formation, le Reporter de Territoire est en capacité de :**

- Déterminer les éléments de contenu "scénarisables" sur son territoire
- Appréhender les bases du storytelling, des techniques de web éditorial
- Rédiger sur un site web
- Maîtriser les règles de la prise de vue (photos et vidéos)
- Réaliser de façon autonome une vidéo
- Etre à l'aise avec les règles de la propriété intellectuelle et du droit à l'image
- Diffuser les contenus sur différents supports en ligne
- Parler le même langage avec un prestataire externe

### **Contenu :**

Cette formation s'étalera sur 10 journées de formation soit 70 heures.

Elle abordera les points suivants :

- les techniques de storytelling et les méthodes de créativité autour de la production de contenu.
- Apprendre à utiliser les outils du reporter de territoire (photo, vidéo, son)
- Appréhender expertiser, utiliser les contenus existants sur son territoire
- Embarquer ses prestataires (savoir leur expliquer l'intérêt de bien communiquer).
- Réaffirmer le rôle de l'OT comme pilote de la stratégie de communication du territoire.
- ...

Une journée de conclusion de la formation permettra aux stagiaires de présenter leurs travaux.

## **PARCOURS 4 "MANAGER LE CHANGEMENT"**

**Public cible :** Managers

### **Contexte et objectifs**

Dans le contexte actuel, les métiers évoluent et les méthodes changent.

L'accompagnement au changement fait partie intégrante d'une transformation des conditions de travail, des outils, de l'organisation, de la stratégie.... Il est nécessaire d'accompagner ce changement dans une démarche structurée résolument innovante.

Un changement non compris par les collaborateurs pourrait générer des difficultés au sein de l'Office de Tourisme.

Le manager doit de ce fait accompagner ses collaborateurs et avoir une attitude bienveillante quant aux évolutions des nouveaux métiers et à l'acceptation de ces évolutions par chacun des membres de l'équipe.

### **Contenu :**

Pour cette formation, l'accent sera mis sur les nouvelles formes de management :

- Aborder le changement : discours, bienveillance, projet
- Appréhender son rôle de manager dans le contexte du changement
- Définir la place de son équipe : informer, rassurer, valoriser les talents, déléguer
- Aborder les nouvelles formes de management : l'entreprise agile et libérée
- Connaître les nouveaux outils de gestion des RH
- Favoriser le bien-être au travail et l'épanouissement des collaborateurs
- Travailler en mode projet
- ...

**Durée de la formation :** 3 à 4 jours

## PARCOURS 5 "TECHNIQUES DE CREATIVITE "

### **Publics cibles**

- Tout public

### **Contexte et objectifs**

Dans le cadre de l'activité touristique de l'Office de Tourisme, la créativité est au cœur d'un grand nombre de processus - réunions d'équipes, animation de groupes, conférences... - et ce quelque soit l'activité du collaborateur – marketing, accompagnement des prestataires, digital, accueil... Les techniques et outils pour arriver à cette créativité se doivent d'être appréhender au mieux.

### **Contenu**

- Techniques, méthodes et outils de la créativité
- Développer ses capacités créatives personnelles
- Sortir des lieux communs
- Savoir regarder en dehors du champs du tourisme
- Favoriser la libre parole des partenaires
- Donner les clés qui permettront d'entretenir un climat de confiance et de respect laissant libre cours à l'innovation
- ...

**Durée de la formation** : 2 à 3 jours

## PARCOURS 6 "OBSERVATION ET EVALUATION DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE"

### **Publics cibles**

- Managers et responsables d'offices de tourisme
- Chargés de mission...

### **Contexte et objectifs**

Avec la raréfaction des finances publiques les Offices de Tourisme doivent répondre à cette question posée par les élus : quel est l'effet levier de 1 € investi sur le tourisme, que ce soit à l'échelle globale du territoire ou à l'échelle plus restreinte de l'entité Office de Tourisme ? Pour armer les Offices de Tourisme et les aider à apporter des réponses objectives, cette formation devra outiller et former les personnels des Offices de Tourisme.

Des formations sur les techniques et outils ont déjà été proposées dans le réseau ! Un des enseignements issus des formations précédentes concerne la capacité de mobilisation financière et humaine pour mettre en œuvre l'observation et l'évaluation des actions. En effet, l'intérêt d'observer et d'évaluer n'est plus à démontrer mais la mise en œuvre opérationnelle reste un frein pour un certain nombre de structure. Cette formation devra contribuer à l'appropriation de la culture de l'évaluation.

### **Contenu**

- Mettre en place une dynamique d'observation : à quelle échelle ? ; pour qui ? ; quel contenu ? ; pour évaluer quelle stratégie ?
- Identifier de manière claire les interlocuteurs sur le territoire.
- Evaluer l'impact de ses actions et les retombées économiques sur son territoire.
- Mettre en place des indicateurs de performances et les suivre.
- Savoir communiquer ses résultats.
- ...

**Durée de la formation** : 3 à 4 jours

## PARCOURS 7 "APPROCHE JURIDIQUE ET RH DE L'OFFICE DE TOURISME"

### **Publics cibles**

- Managers
- Chargés des Ressources Humaines, comptables...

### **Contexte et objectifs**

Un certain nombre de problématiques juridiques autour de l'activité de leur structure font régulièrement l'objet de questions de la part des Offices de Tourisme du réseau.

Ces thématiques récurrentes concernent notamment la gestion des ressources humaines, la Convention Collective, la Gestion du personnel, la Comptabilité, la Commercialisation...

Ces points doivent être bien compris dans le contexte actuel.

Cette formation visera à apporter des éclairages juridiques sur ces thématiques et viendra répondre aux questionnements spécifiques des participants.

### **Contenu**

Comprendre les principaux aspects juridiques liés à la gestion et l'activité d'un Office de Tourisme.

- Faire le point sur un certain nombre de thématiques (liste non exhaustive) :
  - o Convention Collective
  - o Gestion des ressources humaines
  - o Gestion de la paie
  - o Gestion du personnel
  - o Comptabilité
  - o ...

**Durée de la formation** : 2 jours

## PARCOURS 8 "CREER ET DEVELOPPER SA BOUTIQUE"

### **Publics cibles**

- Responsable "Boutique"
- Commerciaux...

### **Contexte et objectifs**

La boutique est souvent perçue par les élus et les collectivités de tutelle comme un moyen d'augmenter les recettes de l'Office de Tourisme et donc d'assurer une partie de l'autofinancement de la structure.

En parallèle, les espaces d'accueil des Offices de Tourisme se cherchent aujourd'hui de nouvelles vocations : espaces scénographiés, tiers-lieux, immersion, ... Le champ des possibles est vaste.

Comment intégrer un espace marchand dans cet ensemble ? Comment favoriser la consommation dans ces OT ? Comment la boutique contribue à renforcer le positionnement de la destination et l'attractivité du territoire ?

Cette formation visera d'abord à repenser les espaces « boutiques » comme des lieux de mise en scène du territoire. Ensuite elle abordera les méthodes d'aménagement des boutiques ainsi que les techniques liées à leur gestion et à la vente dans le contexte de ces espaces nouveaux.

### **Contenu**

- La mise en scène du territoire
- Associer les « forces vives » (si vous avez un autre mot je prends l'idée c'est d'associer les prestataires locaux qui produisent des produits sympas voire même des start'up ou étudiants qui pourraient de trucs nouveaux) du territoire à la création de la gamme de produits
- Aménagement de l'espace "Boutique" - Achalandage.
- Gestion de la boutique
- Techniques de merchandising
- Sélection des produits
- Cycle de vie des produits
- Augmenter le panier moyen
- ...

**Durée de la formation** : 2 à 3 jours.

## **PARCOURS 9 " COMMUNITY MANAGER DE DESTINATION"**

### **Publics cibles**

- ANT, Reporters, personnes en charge du numérique
- Chargés de communication

### **Contexte et objectifs**

Dans le contexte d'évolution des nouveaux métiers dans les Offices de Tourisme, le "Community Manager" est devenu un profil incontournable. Il est fondamental d'animer, de fédérer et de dynamiser les échanges online avec les communautés.

Pour ce faire il faut saisir les spécificités propres aux nouveaux médias, définir les objectifs et mettre en application des stratégies efficaces sur les réseaux sociaux.

### **Contenu**

- Elaborer une stratégie de communication digitale efficace
- Développer l'identité numérique de sa destination
- Apprendre à créer du contenu à forte valeur ajoutée
- Optimiser l'e-réputation du territoire et de ses prestataires
- Apprendre à mesurer la performance des réseaux sociaux
- ...

**Durée de la formation** : 2 à 3 jours.

## PARCOURS 10

### "MARKETING TERRITORIAL : L'APPROCHE CLIENT AU COEUR DE MA STRATEGIE"

#### **Publics cibles**

- Managers

#### **Contexte et objectifs**

Attractivité, approche client, marques, sont aujourd'hui au cœur de nombreuses dynamiques de territoire. Le marketing territorial s'impose aujourd'hui comme cadre du développement des territoires.

Le marketing appliqué aux territoires passe par un certain nombre de méthodes et techniques qu'il convient d'appréhender. L'application du champ marketing à l'offre touristique via une approche centrée client relève de dynamiques différentes selon les territoires mais comporte néanmoins une base homogène et des caractéristiques que l'on retrouve.

Ce parcours devra donner les clés de compréhension de la notion de marketing appliquée aux territoires tout en illustrant de manière opérationnelle les dynamiques locales émergentes.

Cette formation pourra être complétée voire même le cas échéant articulée avec une intervention de l'équipe du CRT Hauts-de-France sur le processus de customisation de l'offre.

#### **Contenu**

- Comprendre le marketing territorial : approche, méthodes, outils.
- Appréhender une politique de marque territoriale : pourquoi, comment, échelle pertinente et choix stratégiques.
- Marketing de l'offre touristique et dynamique territoriale : l'approche client
- Economie de l'expérience et marketing territorial : quelle approche dans le tourisme ?
- Marketing territorial et approche régionale Hauts-de-France : quelle dynamique adopter ?
- ...

**Durée de la formation** : 2 à 3 jours.

## CAHIER DES CLAUSES SUPPLEMENTAIRES

### **1 - NOS ATTENTES PAR RAPPORT A VOS PROPOSITIONS**

Il s'agira de proposer une méthode pour atteindre les objectifs fixés. Votre société peut choisir de répondre à un ou plusieurs parcours.

Une présélection sera effectuée sur dossier. Les organismes présélectionnés seront invités à présenter leur(s) proposition(s) de vive voix au comité technique « Formation » réunissant les 2 UDOTSI du Nord et du Pas-de-Calais, la FROTSI Picardie et l'AGEFOS PME Hauts-de-France **le mardi 16 janvier 2018.**

#### **Remarques :**

Les différents modules présentés ci-dessus seront réalisés sous réserve d'obtenir l'accord des financeurs et le nombre de stagiaires suffisants (confirmation définitive 20 jours avant la 1<sup>ère</sup> journée du module).

Les formations pourront être décentralisées sur le territoire de chaque département si besoin, dans des locaux mis à disposition par les UDOTSI et la FROTSI Picardie.

Chaque module sera proposé à la fois dans le Nord, dans le Pas-de-Calais et en Picardie.

L'organisme de formation devra fournir une attestation de présence à chaque stagiaire à l'issue de la formation

Les supports pédagogiques devront être transmis aux stagiaires, aux deux Unions Départementales et à la FROTSI en fin de formation.

Les organismes de formation retenus devront s'engager à s'imprégner de la stratégie touristique régionale.

Les propositions seront examinées au regard des critères suivants

Critères	Notation	Coefficient
Pertinence de la réponse - Compréhension du contexte et de la problématique, des enjeux, des objectifs et du contenu du projet	Sur 3	3
Qualification du formateur et expérience en lien avec la thématique concernée	Sur 3	3
Méthodes pédagogiques, techniques et d'encadrement	Sur 3	2
Capacité à intervenir sur le territoire demandé / ancrage territorial	Sur 3	3
Egalité professionnelle	Sur 3	3
Propositions d'amélioration éventuellement formulées	Sur 3	1
Proposition financière	Sur 3	1

## **2 - FINANCEMENT**

**Le règlement se fera par subrogation et par l'intermédiaire de l'AGEFOS PME HAUTS-DE-FRANCE.**

### ***Présentation AGEFOS PME***

Le Fonds d'Assurance Formation, AGEFOS PME est un Organisme Paritaire Collecteur Agréé (OPCA) avec un agrément unique et national délivré par l'Etat. Il est régi par un accord constitutif, des statuts nationaux et régionaux. Conclu le 6 juillet 1972 et modifié en dernier lieu le 6 janvier 2015, l'accord constitutif d'AGEFOS PME a été signé entre la CGPME d'une part, et la CFDT, le CFE-CGC, la CFTC, la CGT et CGT-FO d'autre part.

AGEFOS PME a été habilité OCTA par arrêté du 4 juin 2016.

AGEFOS PME est le premier gestionnaire privé de fonds pour la formation professionnelle et compte aujourd'hui 13 associations territoriales réparties en métropole ainsi que dans les DOM, et d'un Siège National.

Le réseau AGEFOS PME, implanté sur l'ensemble du territoire, exerce et développe, depuis 1972, ses missions et services au plus près des entreprises.

Le réseau AGEFOS PME propose également un service particulier aux branches professionnelles (51 branches adhérentes), groupes ou grandes entreprises nationales qui souhaitent mettre en œuvre une politique de formation commune aux entreprises qui leur sont rattachées.

**Les actions pourront également faire l'objet d'un cofinancement de l'Etat, de la Région et d'autres partenaires ; dans ce cas les contraintes spécifiques des cofinanceurs seront à respecter.**

## **3 - ENGAGEMENT DES PRESTATAIRES DE FORMATION**

### ***Respect de la qualité des actions de formation***

Le décret n°2015-790 du 30/06/2015 relatif à la qualité des actions de formation professionnelle continue fixe les critères qui devront être contrôlés par l'OPCA dans le cadre de ses achats de formation.

A ce titre, l'organisme de formation s'engage à fournir tout élément permettant à l'OPCA de vérifier les critères suivants :

1. l'identification précise des objectifs de la formation et son adaptation au public formé ;
2. l'adaptation des dispositifs d'accueil, de suivi pédagogique et d'évaluation aux publics de stagiaires ;
3. l'adéquation des moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement à l'offre de formation ;
4. la qualification professionnelle et la formation continue des personnels chargés des formations ;
5. les conditions d'information du public sur l'offre de formation, ses délais d'accès et les résultats obtenus ;
6. la prise en compte des appréciations rendues par les stagiaires.

De plus, AGEFOS PME s'assurera du respect de la réglementation en vigueur en matière de formation professionnelle continue portant sur :

- l'établissement d'un règlement intérieur ;
- les conditions de réalisation d'une action de formation (programme de formation avec mention des prérequis, moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement, moyens permettant de suivre l'exécution de la formation et d'en apprécier les résultats) ;
- les documents à remettre aux stagiaires avant l'entrée en formation ;
- et la garantie de la protection des libertés individuelles (toute information demandée à un stagiaire doit avoir un lien direct et nécessaire avec l'action de formation).

Ces différents éléments seront précisés à l'organisme de formation dès notification de sa sélection dans le cadre du présent appel à propositions et il lui sera demandé d'adhérer à la charte qualité d'AGEFOS PME.

#### **4 - CONTRACTUALISATION**

A l'issue de la désignation du prestataire en charge du projet, une convention sera signée entre le prestataire et l'AGEFOS PME.

Cette convention précisera notamment les modalités de la collaboration ainsi que celles de règlement des factures, sous réserve de validation des prestations par nos services.

Elle précisera également les modalités d'adhésion du prestataire à la Charte Qualité d'AGEFOS PME, dans le respect de sa procédure d'évaluation et de référencement Qualité.

#### **5 - PROCEDURE DE L'APPEL A PROPOSITIONS**

##### **Date limite de dépôt des offres le 05 janvier 2018**

Votre proposition devra nous être transmise **avant le 5 janvier 2018 à 13h**, par email sous fichier rattaché à **l'adresse suivante** : [contact@udotsi-nord.fr](mailto:contact@udotsi-nord.fr)