

Destination Expériences



1^{er} Semestre 2012

Sommaire



Pour accéder directement à la page, cliquez sur l'icône



Événements



Formations



Tables rondes



Modalités pratiques



Calendrier



Formations sur mesure



Parcours de formation



Autres activités

Introduction

"Destination Expériences" fait peau neuve.

Depuis quelques années, le Centre de compétence (Cdc) Tourisme a développé ses activités autour de 10 grandes thématiques. Vous avez été nombreux à participer, adhérer à nos actions et à les soutenir. Nous vous en remercions sincèrement.

Destination Expériences 2012 se propose de poursuivre le voyage par le biais de différentes actions :

- des moments forts, ponctués d'**événements à ne pas manquer**, liés à une actualité, aux enjeux de demain tels "la nouvelle bataille du rail et son impact sur le monde touristique"; de **tables rondes** sur le thème de "l'impact du changement climatique", "l'arrivée des générations Y et Z,...", "les assises de l'emploi dans le tourisme", ...
- comme c'est le cas depuis plusieurs années, les **activités de formation** avec quelques nouvelles thématiques et sujets inédits.
- la possibilité de construire des "**parcours de formation**", en suivant un ensemble cohérent de modules. Ainsi, vous obtenez l'assurance de retirer le maximum des formations proposées, mais également la possibilité d'obtenir, à la fin du parcours complet, un certificat attestant des connaissances acquises.

Destination Expériences 2012, c'est aussi une invitation à re-découvrir les autres activités du Cdc Tourisme, d'autres axes de professionnalisation envisagés, tels **la Veille sur l'Emploi** dans le tourisme en Wallonie, ou encore les actions menées pour et avec le secteur de **l'Enseignement**.

Bonne lecture !

Litsa Baiwir

Directrice du Centre de compétence Tourisme



Le Centre, les médias sociaux et vous...

Le Centre de compétence tourisme est maintenant présent sur trois nouveaux médias, avec à chaque fois un objectif bien défini. Nous avons la volonté de vous permettre de poursuivre les échanges et actions initiés lors de nos formations et autres événements bien au-delà de ces derniers; c'est maintenant chose faite avec les présences suivantes :



Un compte TWITTER [@cdctourisme](https://twitter.com/cdctourisme) qui vous permettra de bénéficier du fruit de notre travail de veille au quotidien. L'actualité majeure du tourisme belge et étranger y est relayée. En outre, nous y diffusons également les informations relatives à nos activités. Les nouveaux billets de notre blog (voir plus bas) y sont aussi annoncés.



Une fan-page FACEBOOK [Centre de compétence Tourisme](https://www.facebook.com/Centre.de.compentence.Tourisme), canal privilégié pour nous afficher votre soutien ou nous témoigner vos marques de sympathie. Ce n'est pas un canal de diffusion d'information mais bien un lieu d'échanges en toute convivialité entre professionnels du tourisme. Nous y déposerons également des photos d'événements.



Un BLOG *Parlons Tourisme* (<http://parlonstourisme.wordpress.com>) où l'ensemble des formateurs vous propose des articles sur les sujets relevant de leurs spécialités respectives (e-tourisme, marketing, patrimoine, développement durable,...). Ils y exposent le produit de leurs recherches, leurs astuces ou encore leurs exemples de bonnes pratiques. C'est le complément incontournable des formations que vous suivez à leurs côtés. De plus, un blog étant par essence participatif, vous pourrez y déposer vos propres commentaires ou nous faire part de vos propres bonnes idées ou pratiques innovantes.

Au plaisir d'échanger avec vous....

Denis Genevois, référent e-tourisme & TIC



Les événements



Sujets d'actualité ou ateliers pratiques, les thématiques explorées lors de ces événements vous apporteront un éclairage inédit, un complément d'information, des idées neuves qui pourront se révéler précieuses dans votre pratique professionnelle.





Les événements

Twitter en pratique

Public

Toute personne qui a suivi préalablement notre module « tourisme et réseaux sociaux » (pas de dérogation possible).

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1/2 jour, de 9h à 12h.

Dates

1ère session le mardi 14 février 2012

2ème session le jeudi 8 mars 2012.

On le cite presque aussi souvent que Facebook quand on parle de réseaux sociaux. Il est pourtant bien moins connu dans la pratique.

Ce module, complément évident de la formation « Tourisme et réseaux sociaux », vous apprendra à utiliser ce média de micro-blogging.

De la création du compte aux premiers tweets en passant par le jargon du parfait « Twittos », une demi-journée pour être au point.

twitter



Participation gratuite



Les événements

Les nouvelles tendances du marketing

Public

Toute personne en charge du marketing ou de la communication au sein de son entreprise touristique.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1/2 jour, de 9h à 12h.

Date

le vendredi 17 février 2012.

Bombardés de messages publicitaires, les consommateurs ne deviennent-ils pas insensibles aux actions de communication classiques ? Pour le moins, ils sont de plus en plus avertis : ils en déjouent les codes et exercent un regard critique et même parfois cynique vis-à-vis des annonceurs et donc des entreprises, des produits ou des marques. Ne peut-on réussir à attirer à nouveau l'intérêt ? Un marketing alternatif est-il possible ? Le storytelling, le street marketing, le guérilla marketing et le undercover marketing

peuvent être une réponse... On peut penser également au marketing du lien, au celebrity marketing ou encore au marketing de crise. Cette formation vous propose une initiation à ces nouvelles techniques.



Participation gratuite



Les événements

La nouvelle bataille du rail et son impact sur le monde touristique

2012 et les prochaines années pourraient connaître un bouleversement important dans le monde ferroviaire : la libéralisation du secteur imposée par l'Europe aura pour conséquence la chute des monopoles qui s'étaient maintenus dans notre pays jusqu'à présent.

Ainsi, vous pourriez bientôt emprunter un ICE de la Deutsche Bahn pour aller de Bruxelles à Londres ... ou un TGV italien pour vous rendre à Paris ! Le chemin de fer pourrait même connaître l'éclosion de compagnies « low cost » qui auront un impact énorme sur le flux des touristes, comme cela a été le cas pour l'aviation dans les années '90. Idéalement située au croisement des grands axes LGV (Lignes à gran-

de vitesse) européens, la Belgique sera le théâtre d'une nouvelle bataille concurrentielle dont les deux principaux protagonistes seront probablement l'Allemagne et la France.

Face à cette évolution majeure, qui concerne également les réseaux de distribution de billetterie et de forfaits séjours, les opérateurs touristiques wallons et bruxellois doivent absolument anticiper les mutations du marché afin de ne pas louper ... le train !

Suite...

Photo : SNCB-Holding





Les événements

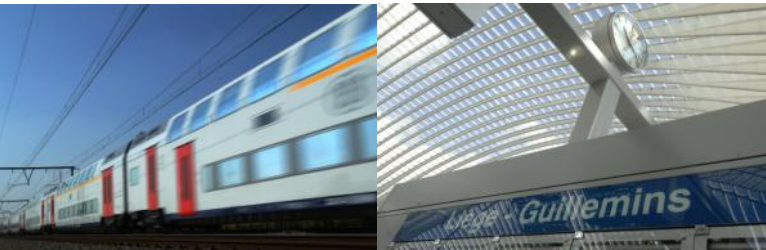


Photo : SNCB-Holding

Public

Les managers et responsables d'organismes et entreprises touristiques.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1/2 jour, de 9h à 12h.

Date

le jeudi 15 mars 2012.

...suite.

Cette matinée sera l'occasion de se pencher vers l'avenir immédiat du tourisme dans notre région :

- Cette libéralisation sera-t-elle profitable à tous les opérateurs touristiques (hôteliers, agents de voyages, musées, attractions, organisateurs d'événements ...) ?
- Comment la SNCB (et ses forfaits combinés avec les sites touristiques) va-t-elle évoluer dans ce contexte ?
- Les villes qui ne disposent pas de gare TGV ont-elles du souci à se faire ?
- Faut-il tenir compte de ces nouveaux acteurs dans sa stratégie de développement de produits, de marketing et de distribution sur les marchés étrangers ?
- La SNCB ne risque-t-elle pas de concurrencer les agences de voyages, comme le fait la SNCF en France avec « Voyages SNCF » ?
- Qu'en est-il de la « dorsale wallonne » (Tournai – Mons – Charleroi – Namur - Liège) et de l'axe Bruxelles – Namur – Luxembourg ?
- Les zones rurales ne devraient-elles pas se soucier de l'intermodalité TGV-autobus ?

Autant de questions auxquelles nous tenterons de répondre avec l'aide de spécialistes du secteur, dans une approche à la fois pragmatique et prospective ...

Alors n'attendez pas, embarquez dès maintenant !

Intervenant

**Mr Michel Jadot,
Directeur Général
de SNCB Europe.**

SNCB Europe, nouveau nom de la Direction Voyageurs International, assure le transport de voyageurs en Europe, notamment via ses partenariats avec Thalys et Eurostar ou encore TGV et Fyra. Elle assure également la commercialisation de ses produits par différents canaux : internet, les gares, son call center et les agences de voyage.



Participation gratuite



Les tables rondes



Vous souhaitez débattre autour d'un sujet d'actualité lié au tourisme, témoigner de votre expérience de terrain et vous nourrir de celle des autres ? Les Tables rondes du Cdc Tourisme, qui s'appuient sur des analyses prospectives, vous en donneront l'opportunité. Ces débats, au cours desquels tout le monde peut s'exprimer, débouchent sur la publication d'une synthèse partagée, riche de la multiplicité des échanges entre professionnels du secteur.



Les tables rondes

L'impact de l'arrivée des générations Y et Z en tant que consommateurs touristiques et sur le marché de l'emploi dans le tourisme en Wallonie

Public

Les managers, directeurs, responsables de sites touristiques, d'organismes de promotion, décideurs territoriaux, ...

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le jeudi 1er mars 2012.

On parle souvent de la génération Y, mais qu'a-t-elle de particulier? Quels sont ses caractéristiques et son mode de fonctionnement par rapport aux autres générations? Comment concilier les besoins et attentes des différentes générations?

Avec le vieillissement de la population, cohabitent actuellement les baby-boomers, les générations X, Y et Z selon le nom qu'on leur donne. Au départ d'un exposé de cette tendance, il est proposé d'identifier les scénarii que cette évolution va engendrer à la fois sur votre activité touristique et sur votre personnel.



Participation gratuite



Les tables rondes

L'impact du changement climatique sur le tourisme en Wallonie

Public

Les managers, directeurs, responsables de sites touristiques, d'organismes de promotion, décideurs territoriaux, ...

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le lundi 26 mars 2012.

Malgré certaines incertitudes, bon nombre d'impacts du changement climatique sont connus et il est possible d'en anticiper les effets sur le tourisme. Réfléchir à des pistes pour se préparer à ces changements en adaptant l'offre, en anticipant les besoins quantitatifs et qualitatifs de personnel, voilà tout l'enjeu de cet atelier de réflexion que nous vous proposons.



Participation gratuite



Les tables rondes

Les assises de l'emploi dans le tourisme en Wallonie

Public

Les responsables politiques et publics du tourisme, des fédérations et associations professionnelles, des fonds sectoriels, des instituts de statistique, veille et prospective, ...

Lieu

A déterminer.

Durée

1 jour.

Date

Juin 2012.

Quel est le poids du secteur en termes d'emplois ? Quels sont les opportunités et les obstacles pour les métiers et compétences dans le secteur du tourisme à l'horizon 2025 ? Quelle est la vision du Cdc Tourisme pour professionnaliser le secteur ?

Après avoir travaillé durant 3 ans en partenariat avec l'Institut Destrée sur un volet quantitatif et un volet prospectif de l'analyse de l'emploi dans le tourisme, le Cdc Tourisme livre les résultats en faisant également le lien avec l'offre et la demande d'emplois.



Participation gratuite



Calendrier (1/3)



Pour accéder directement à la page, cliquez sur le titre de la formation

Événements

Tables rondes

Formations

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Optimiser ses relations avec la presse : les fondamentaux		1 + 2					
Le néerlandais sans complexe		Plusieurs sessions de février à juin					
Le référencement ou comment émerger dans l'espace concurrentiel du tourisme en ligne ?		9					
Twitter en pratique		14	8				
Les nouvelles tendances du marketing		17					
De l'accueil à la vente : les bases de la communication en agence de voyage		23	1				
Tourisme & Réseaux sociaux : de la stratégie à déployer aux échanges		28		26			
L'impact de l'arrivée des générations Y et Z...			1				
La nouvelle bataille du rail et son impact sur le monde touristique			15				



Calendrier (2/3)



Pour accéder directement à la page, cliquez sur le titre de la formation

Événements

Tables rondes

Formations

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Opérateurs touristiques, venez tester et booster votre créativité !			22				
Le Storytelling ou l'art de raconter des histoires pour promouvoir son offre touristique			23				
L'impact du changement climatique sur le tourisme en Wallonie			26				
Optimiser ses relations avec la presse : gérer une interview				19			
Opérateurs touristiques publics et privés, utilisez la culture d'entreprise pour vous démarquer				23 + 24			
Ecrire pour le web en tant qu'organisme touristique					3 + 4		
Développer des produits innovants dans le tourisme					7 + 21		
Comprendre le tourisme d'aujourd'hui : le concept Ardenne a-t-il un sens ?					14		
Le marketing direct : du courrier à l'e-mailing					14 + 15		



Calendrier (3/3)



Pour accéder directement à la page, cliquez sur le titre de la formation

Événements

Tables rondes

Formations

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Le client mystère : pourquoi et comment l'utiliser ?					22		
Les assises de l'emploi dans le tourisme en Wallonie						à déf.	
Optimiser ses relations avec la presse : comment communiquer en situation de crise ?						4	
Le référencement payant avec Google Adwords et Facebook Ads, une nécessité dans le tourisme ?						7	
Créer et déployer des activités m-tourisme						14	
Comment identifier et médiatiser le patrimoine ?							10
Comment concevoir une visite guidée et/ou une animation ?							17
Tourisme et patrimoine : journée de terrain							24



Les parcours de formation (1/3)

Vous avez cette année la possibilité de suivre un ou plusieurs "parcours de formation". Ils sont constitués de modules qui vous permettent d'emprunter un itinéraire progressif et de bénéficier d'une lecture plus globale de la thématique abordée.

Suivre un parcours complet vous offre de plus la possibilité d'obtenir un certificat attestant des connaissances que vous aurez acquises. Si vous en avez l'opportunité, c'est certainement LA meilleure façon de retirer le maximum de nos formations !



Pour accéder directement à la page, cliquez sur le titre de la formation

Agences de voyages Tour operators

1. De l'accueil à la vente : les bases de la communication au sein de l'agence de voyage



2. Comment communiquer en situation de crise ?

Management

1. le client mystère : pourquoi et comment l'utiliser ?



2. Opérateurs touristiques publics et privés, utilisez la culture d'entreprise pour vous démarquer





Les parcours de formation (2/3)

Tourisme et patrimoine

1. Comment identifier et médiatiser le patrimoine ?



2. Comment concevoir une visite guidée et/ou une animation ?



3. Journée de terrain

Relations presse

1. Optimiser ses relations avec la presse : les fondamentaux



2. Gérer une interview avec la presse



3. Comment communiquer en situation de crise ?



Les parcours de formation (3/3)

Marketing alternatif

1. Les nouvelles tendances du marketing



2. Tourisme et réseaux sociaux : de la stratégie à déployer aux échanges



3. Le storytelling ou l'art de raconter des histoires pour promouvoir l'offre touristique

Le néerlandais sans complexe

1. Niveau débutant (A1)



2. Niveau élémentaire (A2)



3. Niveau intermédiaire (B1)





Formation « accueil »

De l'accueil à la vente : les bases de la communication en agence de voyage

Public

Agences de voyage, autocaristes et Tour-opérateurs.

Lieu

1^{ère} session : Nivelles (Centre Forem Formation)
2^{ème} session : Liège (Centre formation PME).

Durée

1 jour.

Dates

1^{ère} session : le jeudi 23 février 2012
2^{ème} session : le jeudi 1^{er} mars 2012.

S'il y a bien un domaine dans lequel l'agent au comptoir peut se démarquer par rapport à la vente sur internet, c'est l'accueil personnalisé du client, la capacité d'écoute et d'analyse des besoins et l'argumentation dans la vente. La maîtrise des bases de la communication est dans ce cas indispensable pour pouvoir exercer son métier de manière professionnelle avec un impact direct sur les ventes. .



Formations « e-tourisme »

Le référencement ou comment émerger dans l'espace concurrentiel du tourisme en ligne ?

Public

Toute personne impliquée dans la gestion du site web de son entreprise ou organisme touristique.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

Le jeudi 9 février 2012.

C'est devenu une évidence : être vu sur la toile, parmi les milliards de pages existantes et particulièrement dans un secteur concurrentiel comme le tourisme, c'est avant tout être positionné dans les premiers résultats fournis par les moteurs de recherche. Le référencement, c'est l'ensemble des techniques qui vous permettront d'améliorer le classement de votre site afin d'être « vu » par vos clients.

Comment plaire au sacrosaint Google ? Quelles sont les pratiques influençant positivement le référencement ? Quels mots-clés choi-

sir et comment se positionner ? Autant de questions légitimes qui trouveront une réponse dans cette formation.



Formations « e-tourisme »

Tourisme & Réseaux sociaux : de la stratégie à déployer aux échanges

Public

Toute personne en charge du marketing ou de la communication au sein de son organisme ou entreprise.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Dates

1^{ère} session : le mardi 28 février 2012

2^{ème} session : le jeudi 26 avril 2012.

Réseaux sociaux, médias sociaux,... Effet de mode ou nouvel eldorado du marketing et de la communication ? Au-delà des clichés et de l'enthousiasme exagéré de certains pour ce qui peut aussi devenir une perte de temps, cette formation s'attachera à présenter les plus pertinents de ces réseaux et médias pour l'industrie touristique et surtout comment communiquer et susciter les échanges avec son audience.



Formations « e-tourisme »

Écrire pour le web quand on est un organisme touristique

Public

Personnes amenées à rédiger des contenus pour le site web de leur organisme.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

2 jours.

Dates

les jeudi et vendredi 3 et 4 mai 2012.

De nombreux sites web du secteur du tourisme ne rencontrent pas leur public. La raison : des contenus rédactionnels peu ou pas du tout adaptés au support de lecture que constitue l'écran. Cette formation est destinée à vous permettre de maîtriser les techniques d'écriture propres au média Internet. Elle repose sur de nombreux exercices pratiques.



Formations « e-tourisme »

Le référencement payant avec Google Adwords et Facebook Ads, une nécessité dans le tourisme ?

Public

Tout professionnel du tourisme en charge du marketing web de sa structure.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le jeudi 7 juin 2012.

Au-delà du référencement dit « naturel » (abordé dans notre formation « Le référencement ou comment émerger dans l'espace concurrentiel du tourisme en ligne ? »), il est également possible de lancer de véritables campagnes de marketing en se positionnant sur des mots-clés identifiés. Google le permet avec son système Google Adwords et on voit aujourd'hui un autre acteur majeur du web proposer son propre système : Facebook Ads.

Comment utiliser ces vecteurs marketing, comment fonctionnent-ils ? Combien coûte une campagne et comment cela se passe-t-il concrètement ?

Une journée de réponses à ces questions.



Formations « e-tourisme »

Créer et déployer des activités m-tourisme (atelier pratique)

Public

Toute personne qui a suivi en 2011 notre conférence dédiée au m-tourisme .

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le jeudi 14 juin 2012.

Le touriste mobinaute est la nouvelle espèce qui arpente nos territoires touristiques. Il convient donc de lui proposer une offre d'activités et d'informations qui apparaissent sur son matériel mobile, qu'il s'agisse de smartphones ou de tablettes.

L'atelier que nous vous proposons mettra l'accent sur les facteurs dont il faut tenir compte lorsqu'on déploie des contenus mobiles mais également sur les outils qui existent pour y parvenir. La seconde moitié de la journée consiste à déployer une solution, créée en matinée par les participants, sur le terrain.



Formation « langage appliqué au tourisme »

Le néerlandais sans complexe

Public

Travailleur d'une structure touristique d'accueil, d'une attraction, d'un musée, amené à être en contact avec la clientèle.

Lieu

1^e session au Centre de compétence Tourisme
2^e session dans le Brabant wallon (lieu à définir)

Durée

5 jours, complétés idéalement par WALLANGUES formation à distance (30h minimum).

Dates

1^{ère} session :

Niveau débutant (A1) : je.2, lu. 6, ma.7, lu. 13, ma.14 février 2012

Niveau élémentaire (A2) : lu.5, ma.6, lu.12, ma.13, ma.20 mars 2012

Niveau intermédiaire (B1) : me.25, je.26 avril, me.2, je.3, je.10 mai 2012

2^{ème} session :

Niveau débutant (A1) : lu.7, ma.8, lu.14, ma.15, ma.22 mai 2012

Niveau élémentaire (A2) : lu.4, ma.5, lu.11, ma.12, ma.19 juin 2012

Aborder une langue, avec persévérance, c'est assurément un enrichissement personnel et professionnel. Dans le secteur touristique, c'est un enjeu décisif, un atout majeur pour vous et pour la structure qui vous emploie. L'objectif est de franchir un premier pas, celui qui vous permettra d'aller plus loin par la suite, de débloquer les freins et de progresser pour mieux accueillir le visiteur étranger. Le faire par plaisir et avec efficacité !



Prérequis obligatoire : test de niveau (test ELAO)

Informations sur le test ELAO et sur les différents niveaux :

[Cliquez ici](#)



Formations « développement stratégique et innovation »

26

Opérateurs touristiques, venez tester et booster votre créativité !

Public

Tout professionnel du tourisme souhaitant évaluer et développer son potentiel et ses méthodes en termes de créativité.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le jeudi 22 mars 2012.

On reproche souvent à notre secteur d'être dans la reproduction. Les concepts marchand, c'est vrai, mais on sait que le public attend aujourd'hui de vivre des expériences différentes.

L'enjeu majeur aujourd'hui, à fortiori avec l'avènement des technologies mobiles et une demande croissante pour des activités thématiques fortes, est la créativité. Comment la favoriser et comment évaluer son potentiel ?

Vous trouverez la réponse en rejoignant cette journée au cours de laquelle vous serez pour moitié "spectateur" et pour l'autre "acteur", le tout sans perdre de vue le plus important : la satisfaction du touriste



Formations « développement stratégique et innovation »

27

Opérateurs touristiques publics et privés, utilisez la culture d'entreprise pour vous démarquer

Public

Responsables ou Managers de structures touristiques privées ou publiques.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

2 jours.

Dates

les lundi et mardi 23 et 24 avril.

Pour une personne extérieure, toutes les entreprises touristiques se ressemblent : des bureaux, des mouvements incessants d'hommes et des marchandises, des attractions, ...

Pourtant un examen plus en détails montre qu'aucune entreprise ou structure touristique n'est comparable à une autre. Chacune possède sa personnalité, une identité et une image particulières. Faire émerger une culture d'entreprise permet une différenciation concurrentielle et plus de cohésion interne.

Cette formation propose d'analyser les mécanismes de production de la culture d'entreprise et les outils utiles pour la renforcer, la développer ou en créer une.



Formations « développement stratégique et innovation »

28

Développer des produits innovants dans le tourisme

Public

Les managers, directeurs, responsables de sites touristiques, d'organismes de promotion, d'hôtel, responsables ADL ou GAL (de préférence d'une même organisation, d'un même territoire).

Lieu

Centre de compétence Tourisme ou sur site.

Durée

2 jours.

Dates

les lundis 7 et 21 mai (la participation aux 2 jours est requise).

Il est plus facile de parler de l'innovation que de la pratiquer. Mais si on est coaché pour se lancer dans un processus d'innovation, c'est peut-être plus encourageant. L'objectif de ce module consiste à créer ou lancer un nouveau produit ou service touristique, ou à enrichir ou renouveler un produit ou service touristique existant en se basant sur des tendances pertinentes.



Formations « développement stratégique et innovation »

29

Comprendre le tourisme d'aujourd'hui : le concept Ardenne a-t-il un sens ?

Public

Tout acteur touristique.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le lundi 14 mai 2012.

De nos jours, la promotion de la Wallonie s'articule très souvent autour du concept "Ardenne". Cette démarche s'inscrit-elle dans une logique historique ? Comment fut créé ce concept à partir de 1850 à travers les guides touristiques ?

Comment envisager la mise en tourisme progressive et l'évolution de l'Ardenne touristique ?

Cette formation a pour objectif de mieux connaître notre "passé touristique" qui est, sur bien des aspects, également un enjeu

pour aujourd'hui et pour demain, et de découvrir comment les comportements touristiques plus anciens influencent toujours les comportements des touristes d'aujourd'hui.



Formations « marketing, analyse et connaissance des publics »

30

Optimiser ses relations avec la presse : les fondamentaux

Public

Personnes en charge des relations avec la presse au sein d'un opérateur touristique privé ou public.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

2 jours.

Dates

les mercredi et jeudi 1^{er} et 2 février 2012.

Ce n'est pas un secret, les médias occupent une place prépondérante dans la vie des consommateurs. Une gestion intelligente et qualitative des « relations presse » permet d'optimiser sa politique de promotion, souvent pour des coûts dérisoires. Cette formation vous permettra d'appréhender les dernières tendances du secteur (notamment les « communiqués de presse 2.0 »), d'adopter une attitude adéquate envers les journalistes et de maîtriser correctement les actions et outils spécifiques aux « RP », au travers de quelques exercices pratiques.



Formations « marketing, analyse et connaissance des publics »

Le Storytelling ou l'art de raconter des histoires pour promouvoir son offre touristique

Public

Managers, Responsables marketing au sein d'un organisme ou d'une entreprise touristique.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le vendredi 23 mars 2012.

Le storytelling est une technique de communication différente, décalée, qui peut servir habilement une stratégie de communication dans le secteur du tourisme.

Certaines entreprises ont tendance à communiquer, à promouvoir leurs produits touristiques de la même manière depuis des années, en suivant le schéma classique du message promotionnel. Le résultat ? Elles sont noyées dans la masse.

Comment utiliser cette technique, quels sont les retours d'expérience positifs dont nous disposons aujourd'hui ? Comment concevoir un bon storytelling pour valoriser son offre touristique ? Cette formation vous donnera les clés pour y parvenir et se terminera sur un atelier d'écriture au cours duquel vous testerez vous-même vos compétences en la matière.



Formations « marketing, analyse et connaissance des publics »

Optimiser ses relations avec la presse : gérer une interview

Public

Personnes en charge des relations avec la presse au sein d'un opérateur touristique privé ou public.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le jeudi 19 avril 2012.

Qui n'a jamais eu cette appréhension et ce petit moment de stress à l'approche d'une interview avec les médias, a fortiori lorsqu'il s'agit d'un « direct » ?

Maîtriser les techniques de communication dans ces circonstances constitue un atout indéniable. Cette formation s'inscrit dans le prolongement du module « optimiser ses relations avec la presse : les fondamentaux », elle vous permettra de transformer ce genre de situation en une for-

midable opportunité de mettre votre produit ou territoire en évidence, tout en déjouant les pièges des journalistes. De nombreuses mises en situation vous permettront d'améliorer votre capacité à gérer les interviews.



Formations « marketing, analyse et connaissance des publics »

Le marketing direct : du courrier à l'e-mailing

Public

Personnes en charge du marketing au sein d'un opérateur touristique privé ou public.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

2 jours.

Dates

les lundi et mardi 14 et 15 mai 2012.

Avec l'apparition des réseaux sociaux et l'explosion de l'e-mailing, les outils du marketing direct ont énormément évolué ces dernières années : il convient donc de définir une stratégie qui porte ses fruits, tout en soignant une approche clientèle à la fois extrêmement ciblée et en lien avec l'historique des relations nouées.

Cette formation permettra d'appréhender les techniques de l'e-mailing de manière très concrète, tout en respectant une législation de plus en plus précise. Ce sera aussi l'occasion de réfléchir à l'intérêt que représente encore le bon vieux mailing postal ...



Formations « marketing, analyse et connaissance des publics »

Le client mystère : pourquoi et comment l'utiliser ?

Public

Managers, Responsables marketing au sein d'un organisme ou d'une entreprise touristique.

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le mardi 22 mai 2012.

Le client mystère : un agent infiltré ou un évaluateur ? Visiter un restaurant, un hôtel, une attraction ou passer un coup de fil à un établissement touristique devient un élément clé dans une démarche Qualité. Créée aux États-Unis, la technique du client mystère a pris de l'ampleur en Belgique. La formation a pour objectif d'expliquer les mécanismes et enjeux du client mystère mais aussi de présenter des outils concrets pour l'utiliser et mesurer ainsi la satisfaction de sa clientèle.



Formations « marketing, analyse et connaissance des publics »

Optimiser ses relations avec la presse : comment communiquer en situation de crise ?

Public

Personnes en charge du marketing ou de la communication au sein d'un opérateur touristique privé ou public

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le lundi 4 juin.

Toute entreprise touristique est amenée à gérer les conséquences d'un problème lié à un produit, à un incident, à un accident, à une crise environnementale. Improviser est dangereux, les médias sont en position de force. Comment transformer cette situation en communication positive?

La formation permettra de comprendre les mécanismes de crise, de structurer un discours convaincant et de répondre à la presse. Des exemples concrets illustreront ces différents points



Formations « thématisation & structuration de l'offre »

36

Tourisme et Patrimoine : comment identifier et médiatiser le patrimoine ?

Public

Professionnels du tourisme, guides touristiques, animateurs pédagogiques de patrimoine, chargés de mission et agents de développement local

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le mardi 10 juillet 2012.

Les touristes découvrent simultanément patrimoines culturel et naturel, traits indissociables du territoire. Leurs descriptions, trop souvent stéréotypées, ne favorisent plus une expérience touristique de qualité. Aujourd'hui, l'interprétation et la médiatisation du patrimoine jouent un rôle fondamental dans la découverte des lieux et de leurs habitants.

Cette formation vous permettra d'intégrer les notions de base en matière de patrimoine, d'interviewer les témoins du patrimoine vivant et d'analyser et choisir les éléments patrimoniaux avec un regard averti à l'aide de votre outil de diagnostic conçu pendant la formation.



Cette formation s'inscrit dans le parcours « Tourisme et Patrimoine » qui comprend trois formations indissociables (10, 17 et 24 juillet 2012)



Formations « thématisation & structuration de l'offre »

37

Tourisme et Patrimoine : comment concevoir une visite guidée et/ou une animation ?

Public

Professionnels du tourisme, guides touristiques, animateurs pédagogiques de patrimoine, chargés de mission et agents de développement local

Lieu

Centre de compétence Tourisme.

Durée

1 jour.

Date

le mardi 17 juillet 2012.

Valoriser et interpréter le patrimoine de manière professionnelle et attractive, identifier de nouvelles thématiques patrimoniales, impliquent une remise en question permanente des guides touristiques et du personnel de la médiation à la fois sur l'approche pédagogique et sur le thème. Face à des touristes de plus en plus expérimentés, en quête d'expériences uniques, nouvelles, authentiques et davantage personnalisées, le professionnel

veillera à répondre à cette exigence et à l'engouement pour les visites et/ou animations spécialisées.

Cette formation prendra la forme d'un questionnaire : comment mettre en place l'outil de diagnostic du patrimoine pour faire émerger de nouveaux patrimoines en vue de créer de nouvelles visites guidées et/ou des animations valorisant le territoire ?



Cette formation s'inscrit dans le parcours « Tourisme et Patrimoine » qui comprend trois formations indissociables (10, 17 et 24 juillet 2012)



Formations « thématisation & structuration de l'offre »

38

Tourisme et Patrimoine : journée de terrain

Public

Professionnels du tourisme, guides touristiques, animateurs pédagogiques de patrimoine, chargés de mission et agents de développement local.

Lieu

A déterminer suivant l'origine des participants.

Durée

1 jour.

Date

le mardi 24 juillet 2012.

Cette journée de terrain est consacrée à l'application des notions et de l'outil de diagnostic du patrimoine, et vous permettra de développer vos compétences pour identifier et médiatiser le patrimoine dans un contexte touristique.



Cette formation s'inscrit dans le parcours « Tourisme et Patrimoine » qui comprend trois formations indissociables (10, 17 et 24 juillet 2012)



Modalités de participation

Vous êtes intéressé(e) par une ou plusieurs de nos formations ? Comment y participer ?

Renseignements et informations complémentaires :
Centre de compétence Tourisme – Aline Dufey
Mail : aline.dufey@forem.be
Tél. : 084 22 05 10

Pour les associations (asbl) émargeant à la sous-commission paritaire 329.02 ou 329.03 :

Votre fonds de formation, le Fonds 4S, vous soutient financièrement dans le cadre de la participation à nos formations. Qu'il s'agisse de formations courtes ou de formations plus longues, le forfait d'intervention du Fonds correspond aux frais de participation. Vous bénéficiez donc gratuitement de la formation. Vous trouverez plus d'informations et les conditions sur le site www.fonds-4s.org ainsi que sur www.attractions-et-tourisme.be.

Pour vous inscrire, il suffit de télécharger le [bulletin d'inscription](#) et de nous le renvoyer au plus vite, le nombre de places disponibles étant limité.

Les formations destinées aux travailleurs des secteurs touristiques sont payantes (à l'exception des événements et tables rondes, voir ci-dessus). Elles peuvent néanmoins être financées

via les fonds de formation de vos commissions paritaires ou les services appropriés de vos structures.

Les frais de participation s'élèvent à 90€ TTC/personne/jour (sauf les formations Langues au sein de l'entreprise : 100€/personne/jour).

Pour les entreprises émargeant à la commission paritaire 218 :

Le Cdc Tourisme propose des formations gratuites (prises en charge par le CEFORA), sélectionnées et validées par le secteur des AV/TO. La liste de ces formations est disponible sur simple demande.

En ce qui concerne les formations reprises dans ce document, les frais de participation peuvent également être pris en charge par le CEFORA, fonds de formation de la CP 218, moyennant une demande préalable de votre part.



Formations sur demande



Votre entreprise touristique souhaite mettre en place un plan de professionnalisation pour son personnel ? Vous souhaitez une formation spécifique pour votre entreprise, dans vos locaux, sur votre site ? Nous vous rappelons que nos activités de formation peuvent également être organisées dans votre entreprise, avec un minimum de 8 participants. Ceci est valable pour toutes les formations décrites ci-dessous, mais aussi pour d'autres, telles les formations consacrées au "Tourisme et Handicap" par exemple (modules accueil, guide, outils de communication, langage des signes).

Intéressé(e) ? N'hésitez pas à compléter le formulaire « Formation sur demande » disponible sur le site www.formation-tourisme.be et à nous le renvoyer.



Zoom sur quelques autres activités du Cdc Tourisme...

Comment le Cdc Tourisme contribue-t-il à professionnaliser le secteur du tourisme ?

L'emploi dans le tourisme, ce sont des chiffres. Actuellement, il existe peu de données avérées et actualisées sur le nombre de personnes qui travaillent directement ou indirectement dans le tourisme. Cette information est importante car elle contribue à évaluer le poids économique des secteurs du tourisme.

L'emploi, dans le tourisme ce sont également des compétences. Identifier, anticiper, reconnaître les compétences nécessaires et suffisantes est indispensable pour développer un tourisme de qualité et professionnel.

Le Cdc Tourisme travaille, en collaboration avec l'Institut Destrée et certains services du Forem, à la **quantification** et à la **qualification** de l'emploi dans le

tourisme, à travers, notamment :

- une étude sur la répartition de l'emploi, sur le territoire wallon, en termes de saisonnalité, de répartition spatiale, de statut, de secteur du tourisme,
- une étude de l'offre et la demande d'emplois dans les secteurs du tourisme;
- une étude prospective qui a permis d'identifier des variables qui impactent le tourisme et qui se traduisent par une représentation de l'évolution, à moyen et long terme, des métiers, des besoins de compétences et de formation, des profils, ...;
- l'élaboration d'outils (référentiels) définissant les métiers du tourisme, les compétences qui y sont liées, celles visées à travers les formations, celles acquises qui sont évaluées au terme d'une formation, celles acquises par la pratique professionnelle et que l'on peut valider, ...

La veille sur l'emploi dans le tourisme en Wallonie et les outils de professionnalisation

Au-delà des approches quantitative, prospective et qualitative, le Cdc Tourisme se focalise encore sur d'autres axes de veille en Wallonie et au-delà :

- la gestion des ressources humaines, la qualité de vie au travail
- les méthodes pédagogiques de transfert de compétence
- l'enseignement et la formation dans le tourisme.

In fine, ces axes de veille convergent vers le développement de programmes de développement des compétences et, à terme, vers la reconnaissance des compétences acquises à travers les formations et l'expérience professionnelle.



Zoom sur quelques autres activités du Cdc Tourisme...

42

Le secteur de l'enseignement comme le Cdc Tourisme sont soucieux de l'avenir de étudiants, futurs professionnels, et travaillent à la meilleure adéquation entre les formations dispensées et l'évolution du marché, des technologies et de la société.

Dans cette optique, notre volonté à long terme est de rapprocher les réalités des métiers du tourisme avec les réalités des formations en tourisme.

Nous organisons également des "Focus Filières", réelles opportunités de rencontre entre le secteur de l'enseignement et un ou plusieurs professionnel(s) d'une filière touristique méconnue. L'objectif : ouvrir le champ des métiers possibles dans le secteur

du tourisme, d'une part aux professeurs du qualifiant soucieux de motiver leurs élèves et de leur ouvrir des horizons nouveaux, et d'autre part aux étudiants dont le travail de fin d'études ou le stage se rapporte de près ou de loin à l'une des filières abordées. Ces demi-journées se veulent surtout basées sur les échanges et la découverte des métiers possibles.

Enfin, le 28 mars 2012, une journée destinée aux enseignants et portant sur les métiers du tourisme est d'ores et déjà programmée.

Nos activités liées à l'Enseignement



N'hésitez pas à consulter régulièrement notre site Internet :

www.formation-tourisme.be

sur lequel se trouvent les informations pratiques
relatives à nos activités au fur et à mesure
où elles sont programmées



L'Union européenne et la Wallonie
investissent dans votre avenir



Centre de compétence