

2022



CATALOGUE DES FORMATIONS

unimev[®]

UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÈNEMENT

WWW.UNIMEV.FR



UNIMEV FORMATION : LE CENTRE DE FORMATION DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT EN FRANCE.

UNIMEV Formation est un organisme de formation proposant une offre variée sur des thématiques au cœur de notre secteur. En veille permanente, l'Union forme sur les grandes tendances stratégiques dans l'évolution de nos événements mais aussi les nouvelles réglementations en matière sociale, juridique, fiscale, les nouvelles normes.

- > Des **intervenants experts** du secteur événementiel
- > Des formats adaptés à vos besoins :
 - Formations en **inter-entreprise** à Paris et en région
 - Formations en **intra-entreprise**
 - Parcours **sur mesure**
 - Formations en **présentiel** et à **distance**
- > Des formations pragmatiques, participatives et conviviales de **5 à 12 participants**
- > La **satisfaction de nos participants** : **96%** de nos stagiaires formés en 2021 pensent que le stage leur sera utile dans l'exercice de leurs fonctions.
- > Une **équipe dynamique** et garante de la qualité de l'accueil et des formations
- > Modalités d'accès : **Bulletin d'inscription** (jusqu'à une semaine avant le début de la formation)

Toutes nos formations sont ouvertes aux personnes en situation de handicap. Nous mettrons tout en oeuvre pour leur assurer un accueil et une accessibilité adaptés. Contact Référente handicap : formation@unimev.fr

Indicateurs détaillés de performance sur demande

CODE	NOM DE LA FORMATION	DURÉE	PRIX*	PAGE
1 – CONCEVOIR ET VALORISER VOS ÉVÉNEMENTS				
MARKETING				
MKT01	Meeting Design : bâtir un événement qui fait du sens avec l'EVENTCANVAS Niv 1	1jr	500€	6
MKT02	Meeting Design : bâtir un événement qui fait du sens avec l'EVENTCANVAS Niv 2	1jr	500€	7
MKT03	Meeting Design : bâtir un événement qui fait du sens avec l'EVENTCANVAS Niv 1+2	2jrs	1 000€	8
MC001	Partenariat et sponsoring, comment assurer la pérennité ?	2jrs	900€	9
2 – RSE				
DEVELOPPEMENT DURABLE				
DD01	Evaluez et pilotez vos événements et vos sites avec Cleo	1jr	450€	11
DD02	Organiser un événement éco-responsable	1jr	500€	12
DD03	Transformer ses événements pour contribuer à la transition écologique et solidaire	3,5jrs	1 800€	13
MANAGEMENT				
QVT01	Le burn-out ou syndrome d'épuisement professionnel	1jr	500€	16
3 – DÉVELOPPER VOS TALENTS				
MANAGEMENT				
MAN01	Développer son leadership	2,5jrs	2 000€	18
MAN02	Diagnostiquer la dynamique de son équipe	1jr	1000€	20
MAN03	Communiquer et influencer positivement	2jrs	2000€	21
COMMERCIALISATION D'UN ÉVÉNEMENT				
TEC01	La négociation commerciale en temps de crise	2jrs	900€	23
TEC02	Vendre et commercialiser un congrès / une offre MICE /un événement professionnel	2jrs	900€	24
TEC03	Comment prospecter et fidéliser ses clients en temps de crise	2jrs	900€	25
TEC04	Commercialisation d'une manifestation : process, outils et plan d'action	2jrs	900€	26
EXPRESSION ORALE				
EOR01	DO YOU SPEAK « EVENT » ?	1jr	450€	27
4 – MAÎTRISER VOTRE ENVIRONNEMENT				
JURIDIQUE ET FISCAL				
SOC01	Droit Social : maîtriser les nouvelles dispositions réglementaires et jurisprudentielles	1jr	550€	29
SOC02	Les bases légales du management	1jr	550€	30
FISCAL				
SOC03	Optimiser votre pratique de la TVA	1jr	500€	31

BULLETIN D'INSCRIPTION

Bulletin à retourner par mail à formation@unimev.fr

(jusqu'à une semaine avant le début de la formation)

Code et intitulé du stage de formation :

.....

Date et lieu du stage de formation :

.....

Votre société :

Nom, prénom et fonction du signataire de la convention:

.....

Téléphone : Mail :

Facturation du stage:

☐ À l'entreprise

Adresse si différente :

.....

☐ À un OPCO

Précisez lequel :

.....

Participant(s) à la formation

	Nom	Prénom	Fonction	Mail
1				
2				
3				
4				

Attentes et objectifs de l'entreprise pour cette formation :

↳ 1 - Concevoir et
valoriser vos événements



Meeting Design Niveau 1 : Comment bâtir un événement qui fait du sens avec l'EVENTCANVAS ?

OBJECTIFS

Se familiariser avec le concept de meeting design ou architecture de l'événement
Utiliser la méthode de l'EVENTCANVAS
Savoir pratiquer la méthode pour redonner sens et stratégie à vos événements

PROGRAMME

1 - Session d'introduction à la méthode

- Appréhender les outils Mural et Zoom
- Apprendre à se connaître
- L'EventCanvas, pourquoi et comment ?
- Comment les leaders et acteurs du changement utilisent l'EventCanvas ?
- Les étapes de l'EventCanvas
- Cas d'étude pour le reste des sessions

2 - Identifiez le CHANGEMENT de comportement

- Identifier les 6 rôles pour l'Event Canvas
- Sélectionner nos parties prenantes
- Utilisation des cartes d'empathie
- Mise en pratique de l'Event Canvas par partie prenante

3 - CADREZ le défi de la conception

- L'EventCanvas étape par étape
- Créer l'histoire de chaque étape
- Le Delta Event Canvas : préparation pour la conception

4 - L'heure du PROTOTYPE

- Prototype/s de l'événement
- Debrief du Business case + questions additionnelles
- Remise du Certificat de Participation Niveau 1

CODE MKT01

Public

Cadres, responsables événementiels, collaborateurs

Pré requis

Être impliqué dans la stratégie, le développement, le marketing et la communication d'entreprises de lieux et entreprises événementielles.

Démarche pédagogique

Travail collectif sur un événement donné et choisi ensemble. Utilisation des outils Mural et Zoom.

Méthode d'évaluation

Cas pratique
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.
Non adhérent : 1 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 100%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur: Vincent Roux

Vincent ROUX est CEO de VRConsulting, un cabinet de conseils pour la filière événementielle et hôtelière. Certifié du Certificat d'Event Designers et Past Président de l'association Meeting Professionals International, Vincent a développé une expertise reconnue.

Passionné par son métier, Vincent prône pour la mise en relation, le dialogue et la transmission du savoir-faire et le savoir-être en intervenant lors de conférences, créant des événements et enseignant.



Meeting Design Niveau 2 : Comment bâtir un événement virtuel/hybride avec l'EVENTCANVAS ?

OBJECTIFS

Utiliser la méthode de l'EVENTCANVAS pour créer des événements virtuels et hybrides innovants
Comprendre les enjeux d'un événement virtuel/hybride
Créer le design de votre événement hybride en collaborant avec ces parties prenantes

PROGRAMME

1 - L'environnement des événements virtuels et hybrides

- Comprendre les enjeux des organisateurs et des participants
- Les typologies d'événements virtuels et hybrides
- Exemples d'événements phares et analyse de l'impact
- Benchmark des solutions existantes et pour quelle(s) fin(s)

2 - Articuler l'événement hybride (Cas d'étude)

- Event Canvas – 14 étapes incluant la partie budgétaire
- Comprendre le fonctionnement des participants créer les parcours d'expérience
- Technologies - plateforme d'interaction, matériel audio-visuel
- Event Delta – consolidation des idées générées

3 - L'heure des PROTOTYPES

Debrief du Business case

Prototype/s de l'événement : par groupe réflexion sur le prototype envisagé et le parcours d'expérience

4 - PROTOTYPES - la suite

- Prototype de l'événement : (suite) par groupe réflexion sur le prototype envisagé et le parcours d'expérience
- Présentation du prototype
- Mise en place des outils et solutions digitales pour cet événement
- Rédaction du cahier des charges pour une plateforme digitale
- Debrief du Business case + questions additionnelles
- Remise du Certificat de Participation Niveau 1
- Conclusion

CODE MKT02

Public

Cadres, responsables événementiels, et collaborateurs impliqués dans la stratégie, le développement, le marketing et la communication d'entreprises de lieux et entreprises événementielles.

Pré-requis

Avoir fait la formation Meeting Design Niveau 1

Démarche pédagogique

Travail collectif sur un événement donné et choisi ensemble. Utilisation des outils Mural et Zoom.

Méthode d'évaluation

Cas pratique
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.
Non adhérent : 1 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 100%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur: Vincent Roux

Vincent ROUX est CEO de VRConsulting, un cabinet de conseils pour la filière événementielle et hôtelière. Certifié du Certificat d'Event Designers et Past Président de l'association Meeting Professionals International, Vincent a développé une expertise reconnue. Passionné par son métier, Vincent prône pour la mise en relation, le dialogue et la transmission du savoir-faire et le savoir-être en intervenant lors de conférences, créant des événements et enseignant.



Meeting Design Niveau 1 + 2 : L'EVENTCANVAS pour l'événement virtuel/hybride

OBJECTIFS

Se familiariser avec le concept de meeting design ou architecture de l'événement
Savoir pratiquer la méthode de l'#EVENTCANVAS pour redonner sens et stratégie à vos événements
Utiliser la méthode pour créer des événements virtuels hybrides innovants et impactants
Créer le design de votre événement hybride en collaborant avec ces parties prenantes

PROGRAMME

1 - Session d'introduction à la méthode

- Appréhender les outils Mural et Zoom
- L'EventCanvas, pourquoi et comment

2 - Identifiez le CHANGEMENT de comportement & l'OBJECTIF de nos parties prenantes

- Quels objectifs pour quels événements
- Pré et Post événement : identification du comportement par partie prenante
- Créer un parcours d'expérience adapté

3 - CADREZ le défi de la conception

- Construire ensemble l'articulation de l'événement grâce à l'Event Canvas par partie prenante

4 - L'environnement des événements virtuels et hybrides

- Comprendre les enjeux des organisateurs et des participants
- Les typologies d'événements virtuels et hybrides
- Benchmark des solutions existantes et pour quelle(s) fin(s)

5 - Articuler l'événement hybride (Cas d'étude)

- Event Canvas – 14 étapes incluant la partie budgétaire

6 - L'heure des PROTOTYPES

- Prototype/s de l'événement : par groupe réflexion sur le prototype envisagé et le parcours d'expérience
- Mise en place des outils et solutions digitales pour cet événement
- Rédaction du cahier des charges pour une plateforme digitale

CODE MKT03

Public

Cadres, responsables événementiels, collaborateurs

Pré requis

Être impliqué dans la stratégie, le développement, le marketing et la communication d'entreprises de lieux et entreprises événementielles.

Démarche pédagogique

Travail collectif sur un événement donné et choisi ensemble. Utilisation des outils Mural et Zoom.

Méthode d'évaluation

Cas pratique
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures en présentiel ou à distance
(4 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 000 € HT.
Non adhérent : 2 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 100%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur: Vincent Roux

Vincent ROUX est CEO de VRConsulting, un cabinet de conseils pour la filière événementielle et hôtelière. Certifié du Certificat d'Event Designers et Past Président de l'association Meeting Professionals International, Vincent a développé une expertise reconnue. Passionné par son métier, Vincent prône pour la mise en relation, le dialogue et la transmission du savoir-faire et le savoir-être en intervenant lors de conférences, créant des événements et enseignant.



1 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Partenariat et sponsoring, comment assurer la pérennité ?

Le partenaire ou le sponsor ne sont pas des clients comme les autres, comment les appréhender, comment les convaincre, comment les fidéliser.

OBJECTIFS

Concevoir une offre de sponsoring ou de partenariat efficace
Pérenniser l'offre de partenariat ou de sponsoring

PROGRAMME

1 - Introduction : définitions et cadre de la formation

2 - Définir son offre : en partant de zéro ou en partant d'un acquis

- Cas pratique : travail collectif sur un cas suggéré par un participant

3 - Les éléments clés d'un échange et la valorisation des échanges

- Cas pratique : chaque participant travaillera sur son propre cas, avec une mise en commun en guise de conclusion

4 - Réussir sa négociation : les clés d'un bon entretien commercial

- Jeu de rôle : un commercial présente son offre de partenariat à un potentiel partenaire

5 - Le contrat de partenariat : les éléments incontournables du contrat, comment le rédiger, comment trouver les bons compromis avec le partenaire

- Exemples de bons et de mauvais contrats

6 - Le suivi et la mise en place : la clé de la pérennité

- Analyse des cas suggérés par les participants, mise en avant des partenariats réussis, et de ceux à améliorer

7 - Savoir-être : souplesse et créativité, mise en pratique

- Jeux de rôle : un sponsor exigeant face à un organisateur

CODE MCO01

Public

Dirigeants, responsables marketing et/ou communication, responsables des partenariats et/ou du sponsoring.

Pré-requis

être impliqué dans la conception et le vente des offres de sponsoring et partenariat

Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.

Méthode d'évaluation

Mise en situation
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures à distance
(4 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 750,00 € HT.
Non adhérent : 1 500,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 4 min - 10 max

La Formatrice : Dorothée GRICOURT

Dorothée Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group – Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



↳ 2 - RSE



Développement durable

Évaluez et pilotez vos événements et vos sites avec Cleo, le calculateur de performance événementielle

OBJECTIFS

S'approprier le calculateur (méthodologie d'études et fonctionnalités) et exploiter ses résultats afin de construire les argumentaires stratégiques pour ses parties prenantes

PROGRAMME

1 - Cleo, un calculateur stratégique pour les événements

- a. Le calculateur un outil de filière
 - Objectif de l'outil et intérêt du calcul d'impact
 - Sa co-construction de filière
 - Principes d'utilisation
 - b. Reporting de performance, source d'argumentaires
 - Comprendre les indicateurs
 - Exploiter les indicateurs
 - Communiquer sur les indicateurs
- Focus site : cleo, un outil de relation client-organisateur

2 - Méthodologie d'étude et fonctionnalités

- a. Data, comment collecter les données ?
 - Comprendre les données d'entrée
 - Atelier : quel processus de collecte interne
 - Mettre en place des enquêtes participants
- b. Cleo, comment fonctionne l'outil web ?
 - Le site internet du calculateur
 - La plateforme de reporting

3 - Atelier pratique

- a. Créer son reporting
- b. Exploiter son reporting

CODE DD01

Public

Dirigeants, directeurs, collaborateur au sein d'entreprises organisatrices d'événements ou gestionnaires de lieux.

Pré-requis

Etre en charge du pilotage événementiel, du marketing, développement et relations commerciales, du reporting, de la RSE ou de la de la communication.

Démarche pédagogique

Présentation des enjeux du reporting, méthodologies d'études, ateliers pratiques.

Méthode d'évaluation

Quizz - Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures (2 modules de 3h30) à distance

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.

Non adhérent : 1 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 100%

Nbre de participants (en inter) : 4 min - 10 max

Le Formateur : Quentin Balblanc

Quentin Balblanc est Responsable Développement Durable chez UNIMEV. Il accompagne les entreprises dans la prise en main de l'outil et dans la recherche et mise en oeuvre de solutions RSE pour le secteur événementiel



Développement durable

Organiser un événement éco-responsable

Du devoir de responsabilité à la création de valeur ajoutée

OBJECTIFS

Comprendre les notions de responsabilité sociétale et de développement durable
 Identifier les opportunités d'un engagement écologique et solidaire et les risques de l'inaction
 Connaître les points clés d'une démarche réussie en s'inspirant d'initiatives récentes
 Découvrir les ressources et outils facilitateurs

PROGRAMME

1 - DÉCOUVRIR LA RSE DANS L'ÉVÉNEMENTIEL

Développement durable, responsabilité sociétale et transition écologique et sociale, de quoi parle-t-on ?

- Définition et notions clés (DD, écoresponsabilité, RSO...)
- Le contexte international (Accords de Paris, ODD)
- Le contexte national (Agenda 2030 et déclinaisons sectorielles)

Les spécificités du secteur événementiel et présentation d'initiatives remarquables.

- De l'éphémère au durable : les enjeux, réussites, difficultés
- Pourquoi s'engager ? Recherche de sens, maîtrise des risques...
- Quelques repères sur les outils, labels et normes (ISO 20121)

2 - DÉFINIR UN PLAN DE TRANSFORMATION STRATÉGIQUE (MANAGEMENT)

Comment s'engager ? Une méthode pour changer de modèle

- Les conditions clés d'un engagement réussi
- Les principales étapes d'une démarche crédible

Les premiers pas : réaliser le diagnostic de ses activités

- Le dialogue avec les parties prenantes, pour s'adapter et avancer
- L'analyse de la matérialité des enjeux RSO de son entreprise
- La formalisation de ses valeurs, de sa politique et de sa stratégie
- Réflexion sur les nouveaux modèles économique

3 - DÉCLINER OPÉRATIONNELLEMENT SA STRATÉGIE RSE

Construire son plan d'action

- Décliner opérationnellement ses enjeux
- Activer les leviers clés de performance (Achats, Communication...)
- Évaluer pour s'améliorer

CODE DD02

Public

Direction générale, du développement durable, des achats des entreprises impliquées dans la conception ou l'organisation d'événements.

Pré Requis

Pas de pré-requis

Démarche pédagogique

Alternance apports théoriques et cas pratiques.

Méthode d'évaluation

Cas pratiques et QCM
 Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures à distance
 (3 modules : 2h et 2x2h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.
 Non adhérent : 1 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2020 : 71%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Les Formateurs : CABINET HERRY CONSEIL

Caroline DURAND-GASSELIN : Titulaire d'un Master en Politiques de l'Environnement de Sciences Po Paris, formée à l'audit de systèmes de management et à la conduite de programmes organisationnels de changement en faveur de la responsabilité sociétale et experte de l'accompagnement à la certification ISO 20121.

Mathieu JOUBERT : Titulaire d'un Master en management des organisations sportives et formé à l'audit de systèmes de management et compétent dans la mise en œuvre de plusieurs normes et référentiels de développement durable.

Laetitia ZAPPELLA : Titulaire d'un diplôme d'ingénieure en Aménagement du Territoire et d'un Master en Administration des Entreprises et formée à la mise en œuvre de prestations Bilan carbone®.

Julie TINETTI : Titulaire d'un DEA d'éthologie et d'un Master 2 en Tourisme et Environnement. Ses diverses expériences l'ont amenée à travailler sur l'élaboration de normes françaises et internationales (ISO 20121 et contribution ISO 2600), l'organisation de manifestations nationales et internationales écoresponsables et l'accompagnement d'organismes d'événements dans leurs démarches RSE.

Développement durable

Transformer ses événements pour contribuer à la transition écologique et solidaire

OBJECTIFS

Comprendre les notions de responsabilité sociétale et de développement durable.
 Identifier les opportunités d'un engagement écologique et solidaire et les risques de l'inaction
 Connaître les points clés d'une démarche réussie en s'inspirant d'initiatives récentes
 Savoir utiliser les leviers d'action à la disposition de tout organisateur d'événement (achats responsables, communication, formation, ...)
 Découvrir les achats responsables
 Comprendre les enjeux de la mesure d'impact et du reporting
 Découvrir des ressources et outils facilitateurs

PROGRAMME

1 - LES ENJEUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'ÉVÉNEMENTIEL

Développement durable, responsabilité sociétale et transition écologique et sociale, de quoi parle-t-on ?

- Définition et notions clés (développement durable, écoresponsabilité, RSO, économie circulaire, transition écologique, performance globale, impact positif et héritage...)
- Le contexte international (Accords de Paris, ODD)
- Le contexte national (Agenda 2030 et déclinaisons sectorielles)

Les spécificités du secteur événementiel et présentation d'initiatives remarquables :

- De l'éphémère au durable : les enjeux (transport, énergie, déchets, restauration, accessibilité, impact économique, insertion professionnelle, ...), réussites, difficultés
- Pourquoi s'engager ? Recherche de sens, maîtrise des risques, conquête de nouveaux marchés, acceptabilité sociétale
- Quelques repères sur les outils, labels et normes

2 - ORGANISER LA TRANSFORMATION DE SON ACTIVITÉ

Les premiers pas : conditions clés & réalisation du diagnostic de ses activités

Une méthode pour changer de modèle :

- Les conditions clés d'un engagement réussi
 - Les principales étapes d'une démarche crédible : du diagnostic initial à l'amélioration continue
- Réaliser le diagnostic de ses activités :
- Le dialogue avec les parties prenantes, pour s'adapter et avancer ensemble
 - L'analyse de la matérialité des enjeux RSO de son entreprise et de ses activités
 - La formalisation de ses valeurs, de sa politique et de sa stratégie

CODE DD03

Public

Direction générale, du développement durable, des achats des entreprises impliquées dans la conception ou l'organisation d'événements.

Pré-requis

Organiser des événements pro/ grand public.

Démarche pédagogique

Méthode participative alternant études de cas et QCM.

Partage d'expérience entre les formateurs et les participants (solutions, difficultés, enjeux...) les niveaux d'ambition à se fixer et les conditions de réussite.

Méthode d'évaluation

QCM et cas pratiques - Enquête de satisfaction

Durée : 24,50 heures à distance
(7 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 800 € HT.
Non adhérent : 3 600 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Transformer ses événements pour contribuer à la transition écologique et solidaire

PROGRAMME - la suite

3 - FIXER SES AMBITIONS ET MESURER SA PERFORMANCE

Construire son plan d'action

- Décliner opérationnellement ses enjeux : objectifs, cibles, moyens, responsabilités, échéances
- Activer les leviers clés de performance :
 - Les achats responsables, outil d'influence et de progrès
 - La communication interne et externe : former, sensibiliser et valoriser
 - La co-construction avec les parties prenantes
- Choisir ses indicateurs de suivi, structurer la remontée d'informations, mesurer ses impacts (calculateur Cleo...)

Quelques outils

- Outils de structuration : ISO 20121, Label LUCIE...
- Outil de mesure d'impact : calculateur Cleo...

4 - LES ACHATS RESPONSABLES

Les achats responsables, de quoi s'agit-il ?

- La place des achats dans les organisations
- Les enjeux
- Définition et notions clés
- Pourquoi organiser la fonction achats ?
- La place des achats dans la démarche RSE d'une organisation événementielle
- Les questions que l'organisation doit se poser avant de démarrer

Comment s'engager vers des achats responsables

- Prérequis de gouvernance
- Zoom sur le processus d'achats responsables : les questions à se poser à chaque étape
- Les acteurs, rôles et outils au coeur du processus achats
- Initiatives inspirantes
- Ressources disponibles

5 - MESURER SON IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Principes et limites de la comptabilité Carbone

- Gaz à effet de serre et unités de mesure
- Notion de cycle de vie
- Limites des facteurs d'émissions
- Définition de son périmètre
- Les limites environnementales
- Neutralité carbone et compensation (limites, intérêts et précautions)
- Présentation des limites planétaires
- Empreinte biodiversité, eau...

Transformer ses événements pour contribuer à la transition écologique et solidaire

PROGRAMME - la suite

6 - IMPACT SOCIAL & NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES

L'économie sociale et solidaire et autres modèles

- Définition et notions clés (modèle et familles de l'ESS, évolution du secteur, entreprise adaptée, entreprise à mission...)
- Découvrir les réseaux (prestataires, fournisseurs, clients et concurrents)

La mesure de l'impact social

- Définition et notion clés (Théorie du changement, SROI)
- Les dimensions de l'impact social
- Les limites de sa mesure

7 - VALORISER SES RÉSULTATS

Les grands principes de la communication responsable

- Cohérence entre le fond et la forme, donner la preuve de ses engagements

Le reporting

- Réglementations et outils (loi NRE, GRI, etc.)
- Exemples de reporting

Page 3/3

Les Formateurs : Consultant.e.s sénior de Herry Conseil dont la mission est d'accompagner les organisations du secteur de l'événementiel dans la transition écologique et solidaire.

Caroline DURAND-GASSELIN : Titulaire d'un Master en Politiques de l'Environnement de Sciences Po Paris, Caroline est également formée à l'audit de systèmes de management (SGS Academy) et à la conduite de programmes organisationnels de changement en faveur de la responsabilité sociétale (Université de Cambridge). Experte de l'accompagnement à la certification ISO 20121 pour des structures internationales (World Economic Forum, UEFA), Caroline a également mené de nombreux projets à dimension environnementale et sociale auprès de tout type d'organisation (fondation, think tank, start-up...).

Matthieu JOUBERT : Titulaire d'un Master en management des organisations sportives, Matthieu est également formé à l'audit de systèmes de management. Il maîtrise la mise en œuvre de plusieurs normes et référentiels de développement durable. Son expérience lui a permis de mettre en œuvre la stratégie RSE de multiples organisations du secteur événementiel (Roland-Garros, CNOSF, Printemps de Bourges...). Matthieu est par ailleurs administrateur de l'association « SupporTerre » qui a ouvert une recyclerie du sport dans la métropole nantaise.

Laetitia ZAPPELLA : Titulaire d'un diplôme d'ingénieure en Aménagement du Territoire et d'un Master en Administration des Entreprises, Laetitia est également formée à la mise en œuvre de prestations Bilan carbone®. Ses missions l'ont amenée aborder différentes dimensions de la RSE (empreinte carbone, droits humains, biodiversité) auprès de multiples organisations sportives et culturelles. Laetitia est par ailleurs administratrice au sein d'un mouvement d'éducation populaire et d'une fédération sportive autour des questions d'engagement des jeunes et d'égalité femmes/hommes.

Julie TINETTI : Titulaire d'un DEA d'éthologie et d'un Master 2 en Tourisme et Environnement, Julie s'est spécialisée dans la mise en œuvre des normes et référentiels de développement durable, ainsi que dans le déploiement de la stratégie RSO des organisations. Ses diverses expériences (professionnelles et bénévoles) l'ont amenée à travailler sur la création de produits touristiques écoresponsables, l'élaboration de normes françaises et internationales dans les secteurs du tourisme, des sports, des loisirs et de l'événementiel (ISO 20121 et contribution ISO 26000), l'organisation de manifestations nationales et internationales écoresponsables et l'accompagnement d'organismes d'événements dans leurs démarches RSE.

Le burn-out ou syndrome d'épuisement professionnel

OBJECTIFS

Savoir prévenir ou gérer des situations de burn-out, avec le salarié concerné et le reste de l'équipe.

PROGRAMME

1 - RETOUR D'EXPERIENCES (REX)

2 - COMPRENDRE LE BURN-OUT, POUR MIEUX AGIR :

Enjeux d'une prévention du burn-out

- Principaux facteurs de RPS
- Coûts et bénéfices de la santé au travail
- En quoi le management est-il concerné ?
- Enjeux d'une responsabilité civile et pénale des dirigeants

La définition la plus largement utilisée

- Un risque psychosocial
- Les facteurs du burn-out : individuels et organisationnels
- Le processus : les trois étapes menant au burn-out
- Les symptômes constitutifs du burn-out

Diagnostic différentiel

- Surmenage, dépression, instrumentalisation...
- Burn-out, bore-out, brown-out

3 - INTERVENIR PRECOCEMENT : PREVENIR LE BURN-OUT ET ACCOMPAGNER LES SALARIES

Détecter le burn-out - signaux individuels et collectifs

- La détection précoce des signaux d'alerte
- L'évaluation des risques de burn-out pour soi-même

Accompagner le burn-out à différents niveaux

- Prise en charge individuelle
- Passer d'une situation individuelle à un questionnaire collectif et organisationnel

4 - ETUDE DE SITUATIONS CONCRETES

Partage de difficultés et de bonnes pratiques selon la méthode du Co-développement

CODE QVT01

Public

Dirigeants, DRH, RRH,
Responsable de services, manager.

Pré-requis

Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Formation associant les aspects théoriques et implication pratiques (échanges, exemples concrets).

Méthode d'évaluation

QCM
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 450,00 € HT.
Non adhérent : 900,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

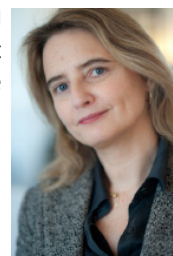
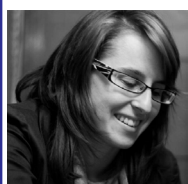
Les formatrices : Cabinet AlterAlliance

Valérie SCHEGIN

Médiatrice, Valérie a commencé par travailler en milieu industriel. Consultante associée, elle est Intervenante en Prévention des Risques Professionnels (IPRP). Sa connaissance terrain de l'entreprise lui permet d'être au plus proche des attentes des organisations.

Vanessa BOISSARD

Psychologue Sociale, Vanessa intervient depuis 15 ans sur des missions qui requièrent de fortes capacités de diagnostic, organisationnel et managérial. Consultante associée, elle est aussi Intervenante en Prévention des Risques Professionnels (IPRP) et enseignante (Université de Paris).



↳ 3 - Développer vos talents



Développer son leadership

OBJECTIFS

Développer son leadership relationnel
Potentialiser l'énergie collective au sein de son équipe
Accroître la performance de son équipe

PROGRAMME

1 - Le leader charismatique

- Clarifier son positionnement dans la structure : rôle, pouvoirs responsabilités, besoins.
- Identifier ses talents de leader (compétences personnelles et relationnelles)
- Les composantes du leadership relationnel
- Mettre en cohérence son système de valeurs avec son propre style de leadership :
 - Connaître son type de personnalité et de leadership associé
 - Identifier ses points forts et ses points faibles
 - Identifier les comportements à modifier et comment le faire

2 - L'analyse de la structure de son équipe et des dynamiques existantes

- Cartographie de l'équipe (fonctions, rôles, personnalité, besoins, attentes, niveau d'autonomie)
- L'impact de la culture interne sur le mode de communication
- Nature des processus relationnels au sein de mon groupe
- Les dysfonctionnements et les sources de conflit interpersonnel :
 - Savoir où et comment intervenir

CODE MAN01

Public

Dirigeants, Directeurs, Responsables de services et Managers.

Pré-requis : Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Apport théorique, transposition en situation de travail, confrontation d'expériences et de points de vue. consolidation théorique et accompagnement à la conduite du changement au sein de son groupe

Méthode d'évaluation : Entretien personnel pré-formation (évaluation des acquis, auto-évaluation de son type de leadership et définition objectifs) et post formation (atteinte des objectifs et acquis). Enquête de satisfaction

Durée : 17,5 heures :

14 heures (2 jours) en inter et en présentiel
3,5h en individuel à distance

Tarif inter par personne

Adhérent : 2 000,00 € HT.

Non adhérent : 4 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Développer son leadership

PROGRAMME - la suite

3 - La gestion des processus relationnels contreproductifs

- Les moteurs sous-jacents d'un conflit
- Les modes opératoires du conflit (transactions cachées + amorce de jeux psychologiques)
- Les attitudes et transactions nécessaires à une communication efficace : -
Savoir anticiper les risques de conflit et intervenir avec efficacité

4 - Développer un esprit d'équipe contributif à une gestion performante de l'activité

- Les facteurs de résistances au changement
- Les leviers de motivation individuelle et collective
- Les conditions de la coopération entre les membres de l'équipe en lien du leader
- Les clés de l'autonomie de chacun de ses collaborateurs
 - Savoir comment prendre appui sur le modèle de conduite du changement « Emerging Change »

La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Directrice de Anne-Caroline Feist-Consulting
Experte en management d'équipes, en communication interpersonnelle et en conduite du changement, Anne-Caroline intervient auprès des directions et des managers depuis plus de 20 ans et depuis plus de 10 ans comme formatrice auprès d'Unimev avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la dynamique d'équipe et l'efficacité managériale. Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.



Diagnostiquer la dynamique de son équipe

OBJECTIFS

- Etablir le diagnostic de son groupe à l'aide d'outils d'analyse
- Conduire les changements opérationnels de son équipe
- Développer la performance de son équipe

PROGRAMME

1 - Diagnostic de la structure du groupe hiérarchique

- Les types de groupe
- Identification des frontières existantes au sein de son groupe (environnement du groupe, leader et membres)
- Les besoins de l'environnement
- L'autorité du groupe (leadership, canon)
- Les membres du groupe (structure organisationnelle et individuelle)
- Les positions relatives
- Les modes de structuration du temps relationnel
- Le niveau de travail effectif du groupe

2 - Diagnostic de la dynamique existante au sein du groupe

- Type de groupes : groupe en configuration d'activité, groupe de combat et groupe de processus internes
- Analyse des pressions existantes au sein de son groupe
 - Les processus externes (environnement/groupe)
 - Les processus internes (leader/équipe, au sein des équipes et entre les équipes)

3 - Interventions

- Elaboration des options de changements à mettre en oeuvre au sein de son équipe

CODE MAN02

Public

Dirigeants, Managers, Responsable RH

Pré-requis : Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Active et participative. Transmission et utilisation individuelle des outils de diagnostic de son groupe (diagrammes spatial, structural, dynamique, des images et de l'autorité du groupe)

Méthode d'évaluation : Entretien personnel pré-formation (évaluation des acquis et définition objectifs) et post formation (atteinte des objectifs et acquis). Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures (1 jour).
En présentiel ou à distance

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 000,00 € HT.
Non adhérent : 2 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Directrice de Anne-Caroline Feist-Consulting
Experte en management d'équipes, en communication interpersonnelle et en conduite du changement, Anne-Caroline intervient auprès des directions et des managers depuis plus de 20 ans et depuis plus de 10 ans comme formatrice auprès d'Unimev avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la dynamique d'équipe et l'efficacité managériale. Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.



Communiquer et influencer positivement

OBJECTIFS

- Améliorer son aisance relationnelle
- Faciliter la cohésion et la coopération au sein de son groupe
- Gagner en bien-être personnel et collectif

PROGRAMME

1 - Attitudes et modes de communication

- Les attitudes en communication et les positions relatives (soi/autre)
- Les effets produits sur la relation de travail et la possible coopération
- Les éléments de la confiance réciproque
- La communication corporelle, verbale, non verbale
- Identifier ses points d'appui et ses points de vigilances
- Les modes de structuration du temps en situation relationnelle
- Anticiper les risques de jeux psychologiques, de mésentente et de conflit

2 - Communication et outils de diagnostic

- Les attitudes recensées par E.Porter
- Le tableau des méconnaissances
- Le diagramme des transactions (E.Berne)

3 - Communication et modes opératoires

- Le métamodèle
- L'écoute active
- Les transactions adaptées
- La gestion des signes de reconnaissance appropriés
- La métacommunication
- La médiation

CODE MAN03

Public

Dirigeants, Managers, Responsable RH

Pré-requis : Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Participative et active.
Apport théorique et intégration en situations concrètes. Métacommunication pour faciliter l'apprentissage.

Méthode d'évaluation : Entretien personnel pré-formation (évaluation des acquis et définition objectifs) et post formation (atteinte des objectifs et acquis). Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours).
En présentiel ou à distance
Option : 2h d'entretien personnel

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 800,00 € HT.
Non adhérent : 3 600,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Communiquer et influencer positivement

PROGRAMME - la suite

3 - Communication et gestion de ses émotions

- Les sentiments de base et les sentiments parasites ou rackets
- Les élastiques émotionnels
- La communication non violente

4 - Communication et dynamique du groupe

- La culture du groupe et ses effets
- Groupe en configuration d'activité, de combat ou de processus internes
- Type et nature des frontières entre les différentes zones
- Diagnostiquer la dynamique de son groupe en utilisant les diagrammes des transactions, spatial, structural, des imagos et de l'autorité du groupe

La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Directrice de Anne-Caroline Feist-Consulting
Experte en management d'équipes, en communication interpersonnelle et en conduite du changement, Anne-Caroline intervient auprès des directions et des managers depuis plus de 20 ans et depuis plus de 10 ans comme formatrice auprès d'Unimev avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la dynamique d'équipe et l'efficacité managériale. Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.



La négociation commerciale en temps de crise

OBJECTIFS

Préparer et réussir un entretien de vente
Savoir conclure la négociation au bon moment
Savoir gérer la relation client en période de crise

PROGRAMME

1 - Mener une négociation commerciale et réussir la vente

- Identifier et maîtriser les différentes étapes d'un entretien commercial
- Gagner en crédibilité dès la phase de contact
- Structurer l'entretien pour s'en assurer la maîtrise
- Répondre et traiter les objections de votre client
- Détecter et analyser les signaux d'achat
- Convaincre par l'écoute et l'art de la négociation
- Se différencier de vos concurrents et prouver votre valeur ajoutée

2 - S'affirmer en négociation commerciale

- L'importance de la communication verbale et non verbale
- Garder la maîtrise de soi et la maîtrise du déroulement de l'entretien
- Gérer les situations de stress et de blocage
- Oser s'affirmer dans la relation commerciale et poser ses limites

3 - Savoir conclure au bon moment

- les conditions pour conclure
- Les principaux feux verts
- Les techniques de conclusion
- Comment terminer l'entretien
- Analyse de la négociation post-visite

4 - Gérer la relation client en période de crise

- Rassurer et maintenir la confiance de vos clients
- Comment aborder un prospect en climat de crise
- L'utilisation des réseaux sociaux pour communiquer
- Les nouvelles offres de services : Evenements digitaux et hybrides
- Conclure vos ventes en situation difficile

CODE TEC01

Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons.

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation des foires et salons.

Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges. Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques.

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratique - mise en situation
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1 800,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 90%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur : Emmanuel MELOT

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



Commercialisation d'un événement

Vendre et commercialiser un congrès / une offre MICE / un événement professionnel - grand public

OBJECTIFS

Faire monter en compétences les équipes commerciales
Maîtriser son marché /connaître les tendances et évolutions du secteur
Acquérir les techniques de vente propres à l'événementiel
Réussir les ventes de surfaces et de services additionnels

PROGRAMME

1 - Les données du secteur

- Les chiffres clefs du secteur de l'événementiel (source Unimev)
- Les motivations des exposants et les raisons d'exposer
- Les évolutions et les tendances de demain

2 - Les techniques de prospection, de négociation et de vente par téléphone propres à l'événementiel

- Les 5 étapes clés pour être efficace: « se préparer, prendre contact, découvrir, argumenter et conclure »
- Organiser sa prospection : Gestion du temps et rétro - planning
- Stratégie et choix des exposants (cibles prioritaires / référents)
- Acquérir les bonnes pratiques de la relance par téléphone
- Répondre et traiter les objections spécifiques aux manifestations
- Les techniques de « closing » et de fidélisation

3 - Les aspects concrets de la vente de stands

- Connaissance des différents services impliqués dans les foires, salons et congrès
- Les outils de commercialisation: dossiers d'inscription, site internet
- Les prescripteurs et réseaux à utiliser pour la promotion de l'événement
- Gestion des implantations des stands sur plans (cas pratiques)
- Relance des impayés

4 - Le suivi des actions commerciales

- Les indicateurs de la performance commerciale : tableau de bord
- Présentation du calculateur de performance globale
- Les outils pour améliorer le suivi (nombre d'appels, ratios..)
- Organiser ses actions en fonction des priorités

CODE TEC02

Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons / congrès / MICE.

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation des foires et salons / congrès / MICE.

Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges. Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques.

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratique - mise en situation
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.
Non adhérent : 1 800,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 98,4%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur : Emmanuel MELOT

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



Commercialisation d'un événement

Comment prospecter et fidéliser ses clients en temps de crise

OBJECTIFS

Faire monter en compétences les équipes commerciales
Maîtriser son marché /connaître les tendances et évolutions du secteur
Acquérir les techniques de vente propres à l'événementiel
Maintenir la relation commerciale en temps de crise

PROGRAMME

1 - Les données du secteur

- Les chiffres clefs du secteur de l'événementiel (source Unimev)
- Les motivations des exposants et les raisons d'exposer
- Les évolutions et les tendances de demain

2 - Les techniques de prospection, de négociation et de vente par téléphone propres à l'événementiel

- Les 5 étapes clés pour être efficace: « se préparer, prendre contact, découvrir, argumenter et conclure »
- Organiser sa prospection : Gestion du temps et rétro - planning
- Stratégie et choix des exposants (cibles prioritaires / référents)
- Acquérir les bonnes pratiques de la relance par téléphone
- Répondre et traiter les objections spécifiques aux manifestations
- Les techniques de « closing » et de fidélisation

3 - Gestion de la relation client en période de crise

- Rassurer et maintenir la confiance de vos clients
- Comment aborder un prospect en climat de crise
- L'utilisation des réseaux sociaux pour communiquer
- Les nouvelles offres de services: Evenements digitaux et hybrides
- Conclure vos ventes en situation difficile

4 - Le suivi des actions commerciales

- Les indicateurs de la performance commerciale : tableau de bord
- Présentation du calculateur de performance globale
- Les outils pour améliorer le suivi (nombre d'appels, ratios..)
- Organiser ses actions en fonction des priorités

CODE TEC03

Public

Responsables commerciaux, commerciaux, chargés de projet...

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation des foires et salons

Démarche pédagogique

Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques

Modalités d'évaluation

Evaluation sur mise en situation
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.
Non adhérent : 1800,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021 : 91.2%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur : Emmanuel Melot

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



Commercialisation d'un événement

Commercialisation d'une manifestation : process, outils et plan d'action

OBJECTIFS

Faire prendre conscience des enjeux commerciaux

Acquérir les pratiques spécifiques liées à la commercialisation d'une manifestation

PROGRAMME

1 - L'enjeu commercial : conquérir et fidéliser des exposants

- L'offre salons : répondre à des raisons d'exposer
- La gestion du plan du salon : choisir des exposants intéressants
- Adapter les process de commercialisation aux cibles et typologies d'exposants

2 - Les process de commercialisation de la manifestation

- Les outils de commercialisation : dossiers d'inscription, documents de promotion, Internet
- Les actions de commercialisation
- Les démultiplicateurs

3 - Le timing pour la commercialisation d'une manifestation

- Les contraintes et les freins des exposants ; les choix budgétaires
- Les impératifs de la manifestation : le retro-planning
- Les boosters pour accélérer et concrétiser les inscriptions

4 - Plan d'action commercial et tableau de bord de la manifestation

- Les rendements attendus
- Le tableau de bord commercial : rétro-planning/points de passage
- Anticiper et planifier l'effort commercial pour garantir la réalisation de l'objectif

CODE TEC04

Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons (Juniors et seniors).

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation de Foires et salons

Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges. Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques.

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratique - mise en situation
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1 800,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur : Emmanuel MELOT

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



DO YOU SPEAK « EVENT » ? ou comment bien communiquer en anglais sur votre événement

OBJECTIFS

Pouvoir communiquer efficacement en anglais avec des organisateurs, des prestataires et/ou des clients.

Comprendre et utiliser à bon escient le jargon événementiel anglais.

Maîtriser le vocabulaire dans un environnement événementiel.

PROGRAMME

Le programme s'articule autour de courtes « leçons » de vocabulaires, suivies de jeux de rôles multiples :

1 - Vocabulaire événementiel, généralités

- Révision des généralités via des mots croisés
- Jeu de rôles : un potentiel exposant souhaite des informations sur un salon à l'étranger. Il s'entretient avec une personne de l'organisation.

2 - Vocabulaire commercial

- Jeu de rôles : un commercial développe son argumentaire auprès d'un potentiel client

3 - Vocabulaire marketing et communication

- Jeu de rôles : un responsable marketing explique à un exposant le plan de communication de son événement

4 - Vocabulaire logistique

- Jeu de rôles : sur site, un exposant réclame des modifications sur son stand
- Escape game : Jeu d'orientation dans un parc d'exposition

5 - Récapitulatif

- Jeu de rôles : un organisateur fait le bilan de son événement devant un journaliste étranger

CODE EOR01

Public

Toute personne dans l'entreprise amenée à échanger en anglais sur un événement qu'elle organise ou auquel elle participe.

Pré-requis

Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Test de niveau en amont
Alternance de théorie et de mises en situation ludique sous forme de jeux de rôles

Modalités d'évaluation

Cas pratiques - mise en situation
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures à distance
(2 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.
Non adhérent : 1 000,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

La Formatrice : Dorothée GRICOURT

Dorothée Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group – Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille) et 6 ans en tant que Marketing Manager chez Délifrance en Australie. Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



↳ 4 - Maîtriser votre environnement



Droit Social : maîtriser les nouvelles dispositions réglementaires et jurisprudentielles

OBJECTIFS

Maîtriser les nouvelles dispositions juridiques, réglementaires, jurisprudentielles et conventionnelles

PROGRAMME

1 - Lois et règlements

2 - Jurisprudences

Programme qui évolue en fonction de l'actualité.
-> Demander à Unimev pour recevoir les sujets d'actualité

CODE SOC01

Public

Directeurs des Ressources Humaines,
Responsables des Ressources Humaines,
Responsables du personnel.

Pré-requis

Avoir une expérience de gestion du personnel.

Démarche pédagogique

Cas pratiques.

Méthode d'évaluation

QCM
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 550 € HT
Non adhérent : 1 100 € HT

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2021: 100%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 12 max

Les Formatrices : Géraldine Françon et Sophie Trincéa

Géraldine FRANÇON, Avocat au Barreau de Lyon
Fondatrice et associée de TRINCEA AVOCATS - Droit
Domaines d'intervention : conseil en droit du travail et de la sécurité sociale,
gestion des contentieux sociaux.

Sophie TRINCÉA, Avocat au Barreau de Lyon
Fondatrice et associée de TRINCEA AVOCATS - Droit Social
Domaines d'intervention : conseil en droit du travail et de la sécurité sociale,
gestion des contentieux sociaux.



Les bases légales du management

OBJECTIFS

Connaitre les règles à appliquer en droit du travail
Savoir manager au regard des contraintes en droit du travail

PROGRAMME

1 - Rappel du cadre juridique

- Le droit du travail, les lois, le code du travail, la convention collective, les accords d'entreprise, le règlement intérieur. Comment cela s'articule ?
- Les responsabilités civiles et pénales et délégation de pouvoir

2 - Les différentes formes de contrat de travail (période d'essai, mentions obligatoires) : comment se comporter et agir en fonction de ces spécificités ?

- Contrat à durée déterminée
- Contrat à durée indéterminée
- Contrat intérim
- La sous traitance
- Les spécificités des stagiaires

3 - La gestion des collaborateurs

- Les absences, comment réagir selon les différentes situations ?
- La durée du travail, le temps partiel, les heures supplémentaires, le droit à déconnexion
- Le harcèlement (moral et sexuel)
- La discrimination (dont l'égalité hommes / femmes)

4 - Le pouvoir disciplinaire

- Son exercice
- Les fautes
- La rupture du contrat de travail

CODE SOC2

Public

Dirigeants, DRH, RRH,
Manager, Chef d'équipe

Pré-requis : Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Aspects théoriques et implication pratiques.
Remise d'un dossier technique spécialement conçu.

Méthode d'évaluation

QCM
Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 550,00 € HT.
Non adhérent : 1 100,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction 2019 : 96%

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 12 max

La Formatrice : Sophie TRINCÉA

Avocat au Barreau de Lyon
Fondatrice et associée de TRINCEA AVOCATS - Droit Social
Domaines d'intervention : conseil en droit du travail et de la sécurité sociale, gestion des contentieux sociaux.



Professionnels de l'événement, organisateurs de foires, salons, congrès : optimiser votre pratique de la TVA !

OBJECTIFS

Maîtriser la réglementation de la TVA et sa mise en œuvre dans le cadre de l'organisation d'un événement national ou international

PROGRAMME

1 - Les règles fondamentales de la TVA

- Les opérations soumises à TVA
- La localisation des opérations
- La notion de redevable
- L'exigibilité de la TVA
- Les principales obligations comptables et déclaratives
- La déduction de la TVA

2 - Les spécificités du secteur événementiel

- Droits d'accès et événements hybrides
- Les événements virtuels
- Taux normal ou taux intermédiaire de 10% ?
- Déclaratif : le guichet unique (BtoC)
- Le régime TVA de la marge
- Les formations et activités connexes

3 - Points d'attention liés à l'actualité

- Facturation électronique et transmission des données comptables
- Exigibilité (acomptes)
- Importations et autoliquidation

4 - Illustrations et cas pratiques

CODE SOC03

Public

Directeurs administratif et financier,
Collaborateurs du service comptables,
Responsables commerciaux.

Pré-requis

Connaître les notions comptables de base.

Démarche pédagogique

Base théorique et cas pratiques

Méthode d'évaluation

QCM - Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel ou à distance
(2 modules de 3h30)

Tarif inter par personne

Adhérent : 600,00 € HT.

Non adhérent : 1 200,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

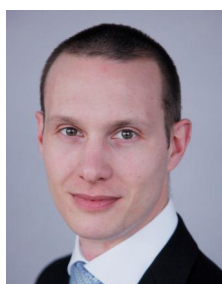
Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 12 max

Les Formateurs : Cyrille KONTER et Alexandre SAVARY

Cyrille Konter, Directeur Général Délégué TEVEA International

TEVEA INTERNATIONAL est une société de représentation fiscale spécialisée sur les problématiques de TVA européenne pour une clientèle internationale - service de récupération de TVA - partenaire d'organismes de salons.



Alexandre Savary, Senior VAT Manager TEVEA International



Engagement de respect de déontologie professionnelle

UNIMEV s'engage, vis-à-vis de ses clients, partenaires de financement, bénéficiaires, et de toutes parties prenantes intéressées à une action de formation délivrée par ses soins, à respecter, et faire respecter par ses sous-traitants les règles suivantes :

1. L'ensemble des critères et indicateurs qualité définis par les décrets 2019-564 et 2019-565 du 6 juin 2019.
2. L'ensemble des règles déontologiques professionnelles applicables aux personnes en charge de délivrer ou d'accompagner les sessions de formation, personnes salariées ou en situation de sous-traitance.
3. Le respect de confidentialité, de neutralité, et de respect des engagements pris, vis-à-vis des bénéficiaires, des donneurs d'ordre, des fournisseurs, et de tout leur personnel.
4. Le respect de la personne humaine, dans les missions formatives nécessaires à l'atteinte des objectifs ayant été mis à disposition du public avant toute action de développement des compétences inscrite à l'article L6313-1 du Code du travail, et notamment :
 - « Ne pas poursuivre d'autres buts que ceux liés aux actions de développement des compétences » définies par contrat (particulier) ou convention (entreprises et professionnels). « À l'occasion des actions de formation certifiantes », comme non certifiantes, « protéger les bénéficiaires de risques associés, notamment la tromperie au sens de l'article L. 441-1 du Code de la consommation ainsi que les risques de manipulation mentale matérialisant le délit pénal d'abus frauduleux de l'état d'ignorance ou de faiblesse. Prendre en compte les conséquences préjudiciables de la mise en œuvre de compétences acquises inadaptées (dans leur contenu ou leur contexte de mise en œuvre), tant pour le bénéficiaire de la formation (ex : règles de sécurité non conformes) que pour les personnes qui pourraient en être victime notamment pour les activités pouvant relever d'une pratique illégale : de la médecine ou propices à des situations de manipulation psychologique. » (En italique, extraits de la note de doctrine de la Commission des certifications professionnelles de France Compétences en date du 28 février 2020 relative à la qualité d'organisme certificateur).
 - Ne jamais exercer ni faire exercer de pression psychologique sur les bénéficiaires des actions menées, à interdire et empêcher lors d'une session, toute forme de prosélytisme ou de propagande de toute nature, notamment religieuse ou politique.
5. Respecter et faire respecter la protection des données personnelles, en application du Règlement Général de Protection des Données Personnelles, RGPD.
6. Mettre place la recherche de solutions adaptées pour les personnes en situation de handicap.
7. Respecter et faire les règles professionnelles en vigueur, notamment vis-à-vis des organismes concurrents. Empêcher en particulier tous propos désobligeant à leur égard, toute diffusion d'informations confidentielles, et toute concurrence déloyale ou captation de clientèle.
8. Respecter les droits d'auteur et de reproduction des documents pouvant être utilisés lors de toute session, et à demander les autorisations requises si elles sont nécessaires.
9. Rechercher une solution amiable en cas de litige avec un client, un partenaire financier, ou un concurrent, avant de solliciter la nomination d'un médiateur.

Conditions Générales de vente

OBJET ET CHAMP D'APPLICATION

Toute action de formation implique, pour le client, l'acceptation sans réserve et son adhésion pleine et entière aux présentes conditions générales de vente.

DOCUMENTS CONTRACTUELS

Les documents contractuels sont la Convention de formation, les Conditions de vente et la facture.

OBLIGATIONS de UNIMEV

UNIMEV s'engage sur une obligation de moyens et fait diligence pour mettre tout son art et son savoir-faire à l'atteinte des objectifs fixés et des résultats attendus. A l'issue de la formation, UNIMEV remet au client une attestation de fin de formation pour chacun des participants.

OBLIGATIONS DU CLIENT

Dès sa demande d'inscription, UNIMEV fait parvenir au client la convention de formation en double exemplaire, tel que prévu par la loi. Le client s'engage à retourner à UNIMEV un exemplaire de la convention, signé, dans les plus brefs délais. Cette convention doit être accompagnée du règlement demandé. Si un OPCO règle tout ou partie de la facture, le Client s'engage à effectuer les démarches nécessaires et à fournir à UNIMEV l'attestation de prise en charge.

Conformément à l'article L6353-5 du Code du travail, le Client dispose d'un délai de rétractation d'une durée de 10 jours après l'édition de la Convention. Passé ce délai, il règle à UNIMEV 30% du prix de la formation sauf stipulation expresse de la part de UNIMEV (art. L 6353-6 et L 6353-7 du Code du Travail). L'acompte restera acquis à UNIMEV si le client renonce à la formation. En cas de formation sur site, le client met à la disposition de UNIMEV l'équipement adéquat, notamment une pièce équipée pouvant accueillir tous les participants dans des conditions favorables. Il fait lui-même son affaire de la convocation des participants, sauf accord avec UNIMEV, et s'assure de leur présence.

PRIX, FACTURATION ET RÈGLEMENTS

Tous nos prix sont indiqués TTC. Le prix comprend : le coût pédagogique et technique et les supports de cours. Il ne comprend pas les frais de déplacement, d'hébergement, et de repas éventuels des stagiaires.

Pour les formations intra-entreprises, une facture est émise à l'issue de l'intervention ou en fin de mois si l'opération se déroule sur plusieurs mois pour les interventions ayant eu lieu pendant ce mois. Le règlement est immédiatement exigible.

Toute somme non payée à l'échéance donnera lieu au paiement par le client de pénalités de retard fixées à trois fois le taux d'intérêt légal (Code du Commerce Art. L. 441-6 al. 3). Ces pénalités sont exigibles de plein droit dès réception de l'avis informant le client qu'elles ont été portées à son débit. En cas de non-paiement intégral d'une facture venue à échéance, après mise en demeure restée sans effet dans les 5 jours ouvrables, UNIMEV se réserve la faculté de suspendre toute formation en cours et/ou à venir et d'en demander le règlement par tout moyen légal.

RÈGLEMENT PAR UN OPCO

Il appartient au client de faire les démarches nécessaires pour la prise en charge et le paiement de la formation par l'OPCO dont il dépend.

CONDITIONS D'ANNULATION DE LA SESSION DE FORMATION PAR UNIMEV

Pour toute annulation par UNIMEV liée à un cas de force majeure, en ce compris une annulation imposée par une restriction ou une interdiction des autorités sanitaires, les sommes acquittées seront remboursées.

En dehors de tout cas de force majeure, Unimev se réserve la possibilité d'annuler, moyennant remboursement des sommes perçues, toute session de formation si le nombre d'inscriptions fermes n'atteint pas 5 participants 8 jours francs avant le début de la session de formation.

Conditions Générales de vente

CONDITIONS DE DÉSISTEMENT DES PERSONNES INSCRITES A LA SESSION DE FORMATION

Tout désistement par une personne inscrite doit être notifié à UNIMEV par écrit.

- Pour tout désistement notifié par écrit moins de 10 jours francs avant le 1er jour de la formation :

100% du montant de la participation restera immédiatement exigible à titre d'indemnité forfaitaire.

Etant entendu, dans l'un et l'autre cas, que les sommes acquittées par le client, qui présentent le caractère d'un dédommagement permettant à UNIMEV de maintenir la session sans surcoût pour les autres participants, ne peuvent être imputées sur la participation au développement de la formation professionnelle, ni être prises en charge par un organisme collecteur agréé.

Exceptionnellement, la possibilité d'un report de participation à une session ultérieure pourrait être examinée si UNIMEV organisait une nouvelle session dans les 3 mois sur le même sujet, et s'il restait des inscriptions disponibles.

INFORMATIQUE ET LIBERTÉS

Les informations à caractère personnel qui sont communiquées par le client à UNIMEV en application et dans l'exécution des commandes, pourront être communiquées aux partenaires contractuels de UNIMEV pour les besoins desdites commandes. Conformément à la réglementation française qui est applicable à ces fichiers, le client peut s'opposer à la communication des informations le concernant. Il peut également à tout moment exercer ses droits d'accès et de rectification dans le fichier de UNIMEV. Le site unimev.fr est déclaré à la CNIL. Les bases de données sont protégées par les dispositions de la loi du 1er juillet 1998 transposant la directive 96/9 du 11 mars 1996 relative à la protection juridique des bases de données.

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le client, UNIMEV et le formateur, gardent la pleine propriété intellectuelle de leur propre documentation. Ni l'une ni l'autre des parties, ni l'un des acteurs de l'opération, ne peut l'utiliser autrement que pour l'application faisant l'objet même de l'opération. Cette documentation ne peut être utilisée qu'après accord de la partie propriétaire. Toutefois, UNIMEV et le formateur se réservent le droit d'utiliser pour une autre opération les documents qu'ils ont produit sans identification de destinataires précédents.

RECLAMATIONS

Toute réclamation devra être formulée par écrit et envoyée à formation@unimev.fr. Unimev s'engage à y répondre sous 72 heures.

LOI APPLICABLE

Les Conditions Générales et tous les rapports entre UNIMEV et le client relèvent de la Loi française. Le fait pour UNIMEV de ne pas se prévaloir à un moment donné de l'une quelconque des clauses des présentes ne peut valoir renonciation à se prévaloir ultérieurement de ces mêmes clauses.

ATTRIBUTION DE COMPÉTENCE

Tout litige qui ne pourrait être réglé à l'amiable sera de la COMPÉTENCE EXCLUSIVE DU TRIBUNAL DE COMMERCE DE PARIS, quel que soit le siège ou la résidence du client nonobstant pluralité de défendeurs ou appel en garantie. La présente clause est stipulée dans l'intérêt de UNIMEV qui se réserve le droit d'y renoncer si bon lui semble.

ELECTION DE DOMICILE

L'élection de domicile est faite par UNIMEV à son siège social 11 rue Friant 75014 PARIS. Les litiges éventuels n'ayant pas trouvé de solution amiable sont soumis à la compétence du Tribunal de Commerce de Paris.



11 RUE FRIANT - 75014 PARIS
FORMATION@UNIMEV.FR
01 53 90 20 00

WWW.UNIMEV.FR



MAJ : 19/01/2022