

Catalogue des formations



Qualiopi
processus certifié



 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions concourant au développement des compétences suivantes : les actions de formation

UNIMEV
FORMATIONS
unimev

UNIMEV formations

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 :

• Marketing et commercialisation	pages 03 à 22
• Communication & IA	pages 23 à 33
• Développement durable & RSE	pages 34 à 62
• Management	pages 62 à 72
• Juridique	pages 73 à 79
• Fiscalité	pages 80 à 82

Suivre une formation au sein de notre organisme, vous garantit :

- Une formation de qualité grâce au label Qualiopi qui atteste de la qualité des processus mis en œuvre afin de pouvoir concourir au développement des compétences de vos collaborateurs. Ce référencement qualité vous permet également d'obtenir une prise en charge partielle ou totale de vos prestations de formation via votre OPCO.
- Des formateurs qui sont de véritables professionnels dans l'événementiel
- Des formations adaptées à vos besoins
- Un accompagnement personnalisé
- Chaque formation est adaptable en format intra pour vous et vos équipes

Toutes nos formations sont adaptées aux personnes porteuses d'un handicap.

Informations et inscriptions :

Sophie VERGER

Responsable emploi formation

Référente handicap

07.62.28.35.59 - s.verger@unimev.fr

THÈMES DES FORMATIONS

MARKETING ET COMMERCIALISATION

COMMUNICATION

RSE

MANAGEMENT

JURIDIQUE

FISCAL



Accessible avec aménagements spécifiques



Accessible sans aménagement spécifique

Marketing Commercialisation



La prospection : la voie de la conquête

Objectifs

Faire monter en compétences les équipes commerciales
Acquérir les techniques de vente propres à l'événementiel : de la phase préparatoire (ciblage, message) à la phase de prise de contact (échanges, collecte d'intérêt, rencontre, argumentation) et de suivi
Adopter une démarche de prospection et de conquête de nouveaux clients et contacts tout en préservant une gestion du temps optimisée



Programme

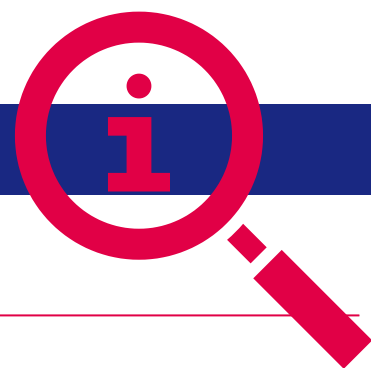
Connaître ses rôles dans la prospection (conquête de parts de marché)	• Rechercher l'ensemble des rôles du commercial dans la conquête de parts de marché en fonction de son environnement professionnel
Connaître le potentiel de chaque client et prospect de son secteur	• Définir la totalité des informations à découvrir pour détecter le potentiel du client. Savoir quelles sont ses attentes en fonction de l'événement (foire, salon, colloque, conférence, convention MICE, séminaire etc...). Savoir rechercher les informations qualitatives et quantitatives
Bâtir son plan de prospection : choisir son mode de communication et élaborer son message	• Connaître les forces et faiblesses de chaque mode de communication. Les acteurs « facilitateurs ». Ex : Convention Bureau • Définir son message : stratégie du pitch
Bâtir son plan de prospection : planifier dans le temps une démarche commerciale auprès de la cible	• Définir sa stratégie d'action : ciblage et plan • Choisir ses priorités et définir ses objectifs • Définir un modèle de planning plan d'action sur 5 à 10 semaines
Obtenir des rendez-vous qualifiés	• Exploiter les données : les principes clés, internet, mail, phoning, approche directe, réunions clients : avantages et limites. Savoir préparer ses appels téléphoniques et/ou ses rencontres • Définir ses objectifs (I et II) lors de la conversation

La prospection : la voie de la conquête

Programme - suite

Étalonner sa fréquence de contact : planifier dans le temps une démarche commerciale de suivi	• Acquérir de la méthode et de la rigueur dans l'organisation de son suivi des prospects. Savoir établir un planning prévisionnel • Définir ses critères d'engagement et de qualification commerciale des leads (approche Go – No Go)
Savoir obtenir un rendez-vous : questionner, écouter, analyser les besoins et qualifier un prospect	• Susciter l'intérêt d'un prospect réticent : les stratégies de questionnement gagnantes • Collecter les informations clefs et les synthétiser pour pouvoir les partager efficacement avec les équipes • Démontrer sa capacité d'écoute et de compréhension des spécificités du prospect • Savoir développer son intelligence émotionnelle et permettre au prospect d'exprimer ses attentes (besoins + motivations) sans filtres
Savoir terminer l'entretien téléphonique. Un système de suivi efficace	• Savoir laisser la bonne impression • Savoir comment suivre chaque appel
L'approche digitale de la prospection	• Logique et stratégie du « social-selling » • Les outils disponibles et les bonnes pratiques
Conclusion de la session. Les impératifs de chacun : comment construire son propre programme d'actions	• Savoir analyser ses points forts et ses points faibles pour se bâtir un plan d'action de perfectionnement. Synthèse générale et rappel des bénéfices escomptés

Modalités pratiques



Public : Equipes commerciales évoluant dans le monde de l'événementiel professionnel	Pré-requis : Pratiquer la commercialisation dans le cadre d'événements type foires, congrès, salons, événements d'entreprises...
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 8 max Durée : 1 jour en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode active pour provoquer et structurer des échanges Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Exercices d'application en sous-groupe Etudes de cas pratiques Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 100 % (2025)	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : François MEYNANT



François forme depuis 6 ans les équipes du LEADS dans le domaine du commerce et du management. Il dispense des formations, des accompagnements individuels, anime des séminaires et kick-off pour l'ensemble de ces agences.

Ancien cadre dirigeant dans l'industrie hôtelière et les métiers de service, il est spécialisé dans le management de grandes équipes, le développement personnel et l'optimisation des compétences.

Directeur commercial et opérationnel multisites, formateur et coach. Ses domaines de compétences sont les suivants :

- Management : du management de proximité au management stratégique de grandes équipes
- Commerce – Vente : de la prospection à la conclusion et au suivi de la vente tant en BtoB qu'en BtoC ou encore en BtoBtoC

L'excellence commerciale dans l'événementiel grâce à l'intelligence émotionnelle

Objectifs

Faire monter en compétences les équipes commerciales
Développer son intelligence émotionnelle dans le cadre de son acte de vente dans un environnement événementiel (foire, salon, congrès, MICE, etc...)
Comprendre et gérer ses propres émotions et celles des autres (de la prospection à la conclusion et au suivi)
Replacer l'humain au centre de la relation commerciale afin d'amplifier sa performance



Programme

Comprendre les enjeux de la performance commerciale grâce à l'intelligence émotionnelle	• Intégrer les mutations de comportement des clients • La performance pure n'est plus un objectif unique • Favoriser la performance • Comprendre ses émotions et reconnaître les émotions chez les autres. S'inscrire dans une relation «côte à côte» plus que «face à face»
Sélectionner et connaître le potentiel des clients et prospects identifiés	• Définir la totalité des informations à découvrir pour détecter le potentiel du client. Quelles sont ses attentes en fonction de l'événement (foire, salon, conférence, convention Mice, séminaire etc...). • Savoir rechercher les informations qualitatives et quantitatives
Bâtir son plan de prospection	• Connaître les forces et faiblesses de chaque mode de communication • Définir son message : stratégie du pitch • Définir sa stratégie d'action : ciblage et plan en fonction de ses priorités et de ses objectifs • Planifier ses actions de prospection sur 3 mois • La gestion rigoureuse du suivi de sa prospection : outils et méthodes
Les ingrédients de la surperformance	• Appréhender l'importance de tous les détails • Intégrer un nouveau rôle : conseil stratégique, vecteur de passion, membre actif du projet • Savoir s'intéresser au prospect avant de s'intéresser au projet • L'excellence est un état d'esprit avant tout • Les comportements qui favorisent la réussite
Les rendez-vous et entretiens : savoir les préparer efficacement	• L'excellence commerciale commence par une préparation rigoureuse et systématique • La prise de brief n'est pas la collecte d'un cahier des charges ! • Savoir développer la relation interpersonnelle avec son prospect dès les premiers instants

L'excellence commerciale dans l'événementiel grâce à l'intelligence émotionnelle

Programme - suite

Sur la voie du vendeur d'élite : une question de détails	• Utiliser votre intelligence émotionnelle pour créer la différence avec vos concurrents • Les outils d'analyse de la personnalité du client-prospect • Savoir identifier clairement les critères de motivation • Les bonnes pratiques du vendeur d'élite : de la prise de contact à la conclusion
Les étapes clefs de l'entretien de vente : écouter et ne rien négliger	• Maîtriser les outils de la découverte des besoins et de motivations d'achat • Maîtriser le processus de décision : qui, quand, comment ? • Faire de l'écoute active sa ligne de conduite • Argumentaire : rechercher le « graal » : les bénéfices clients
La gestion des objections : être toujours prêt !	• Appréhender les objections avec sérénité, en pleine maîtrise de soi et de ses émotions • Savoir gérer les objections grâce à la méthode ADERA. Recommandations et techniques
Savoir présenter et défendre son prix : sauvegarder ses marges	• Techniques pour faire de cette étape, la plus confortable de l'entretien de vente. Maîtriser la présentation, la valorisation et l'argumentation du prix. Laisser le client reprendre l'avantage tout en conservant le contrôle
Négocier ? Pourquoi pas...	• Savoir préparer sa négociation : enjeux, objectifs, espace de négociation, interlocuteurs • Savoir déjouer les pièges des acheteurs et garder le cap grâce à l'intelligence émotionnelle • Maîtriser sa communication pour assouplir la négociation et établir une relation pérenne
« Le closing » : le sprint final incontournable	• Les 6 conditions indispensables pour conclure • Savoir repérer les indicateurs de conclusion • Maîtriser les techniques de conclusion et achever l'entretien • Analyser le succès ou ... l'échec ! • Et après, on fait quoi ?
Les impératifs de chacun : comment construire son propre programme d'actions	• Savoir analyser ses points forts et ses points faibles pour se bâtir un plan d'action de perfectionnement. Synthèse générale et rappel des bénéfices escomptés

Modalités pratiques



Public : Equipes commerciales évoluant dans le monde de l'événementiel professionnel	Pré-requis : Pratiquer la commercialisation dans le cadre d'événements type foires, congrès, salons, événements d'entreprises...
Tarif inter par personne : Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 8 max Durée : 2 jours en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode active pour provoquer et structurer des échanges Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Exercices d'application en sous-groupe Etudes de cas pratiques Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 94 % (2025)	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : François MEYNANT



François forme depuis 6 ans les équipes du LEADS dans le domaine du commerce et du management. Il dispense des formations, des accompagnements individuels, anime des séminaires et kick-off pour l'ensemble de ces agences.

Ancien cadre dirigeant dans l'industrie hôtelière et les métiers de service, il est spécialisé dans le management de grandes équipes, le développement personnel et l'optimisation des compétences.

Directeur commercial et opérationnel multisites, formateur et coach. Ses domaines de compétences sont les suivants :

- Management : du management de proximité au management stratégique de grandes équipes
- Commerce – Vente : de la prospection à la conclusion et au suivi de la vente tant en BtoB qu'en BtoC ou encore en BtoBtoC

Commercialiser à l'heure du digital

Objectifs

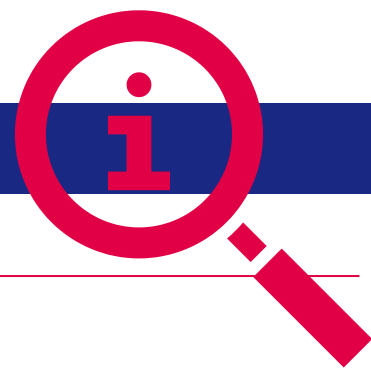
Connaître les outils de commercialisation
Focus sur le digital
Savoir adapter le digital à ses besoins
Construire son plan



Programme

Quelle place pour l'humain à l'heure du digital ?	• L'évolution des parcours client en B2B • Digital et cycles de vente longs • Quelles qualités et posture développer pour s'adapter ?
Construire un plan d'action multicanal et digital	• Travailler son image et sa notoriété • Aller au devant de ses prospects et clients en exploitant tous les canaux • Le content marketing au service de la fidélisation client • Appliquer les techniques du growth marketing pour prospecter et fidéliser ses clients
Les outils digitaux au service du commercial	• Le CRM, allié du commercial de la vente à la fidélisation • Optimiser ses rendez-vous en visioconférence • Engager ses prospects et clients grâce aux webinaires • Augmenter sa productivité commerciale avec les outils d'intelligence artificielle
Développer ses relations commerciales grâce à LinkedIn	• Optimiser son profil LinkedIn • Construire et animer sa communauté de prospects et clients • Gérer sa visibilité, ses publications... • Adopter l'attitude réseau

Modalités pratiques



Public : Force de vente et direction commerciale dans la filière événementielle (organisateurs de salons BtoC ou BtoB, gestionnaires de parc exposition, centre de congrès...)	Pré-requis : Force commerciale
Tarif inter par personne : Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode participative et interactive basée sur les événements des participants et mise en situation	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Etude de cas pratiques Quiz Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 100 % (2025)	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : Rodolphe LENOIR



Rodolphe possède une expérience professionnelle de plus de 20 ans qui lui a donné l'opportunité d'explorer les multiples facettes des fonctions commerciales et marketing dans le monde du tourisme, du voyage et de la distribution. De la direction commerciale de grands groupes – en France et à l'international – comme Air France, Carlson Wagonlit Travel, à celle d'ETI pour Vacances Bleues, en passant par le développement de start-ups, Rodolphe a piloté des développements stratégiques, des transformations d'organisation et des accélérations commerciales...

Commercialiser une destination événementielle : stratégie, visibilité et outils innovants

Objectifs



- Définir la proposition de valeur de sa destination pour le marché MICE
- Identifier les cibles prioritaires et structurer une stratégie commerciale adaptée
- Argumenter et pitcher efficacement son territoire auprès d’organismes
- Optimiser la visibilité digitale de la destination (SEO, site web, Google Business Profile)
- Utiliser LinkedIn et les réseaux sociaux pour prospecter et engager ses audiences
- Mobiliser des outils d’intelligence artificielle pour personnaliser, automatiser et renforcer leurs actions commerciales

Programme

Rappel et optimisation des fondamentaux du métier	- Rappel ciblé des éléments clés : cycle de vente BtoB, relation client professionnelle, rôle de l’écosystème territorial - Comprendre les spécificités d’un territoire comme produit événementiel - Vendre un territoire : valeurs, accessibilité, attractivité économique, offre locale - Construire une proposition de valeur claire, attractive et différenciante - Positionner son offre face à la concurrence grâce au benchmark et aux facteurs différenciants Ateliers de mise en pratique - Diagnostic collectif des forces et faiblesses actuelles - Reformulation du pitch de destination : exercice “2 minutes pour convaincre”
Capter de nouveaux marchés et se positionner dans la compétition	- Analyse des tendances clés du marché : impact RSE, sobriété, hybridation, recherche d’expérience - Benchmark détaillé des destinations concurrentes : méthodes, positionnements, success stories - Identifier les leviers qui permettent de ressortir du lot - Construire une stratégie adaptée à chaque type d’organisateur (associations, entreprises, agences, PCO) - Définir une proposition de valeur par cible - Apprendre à discriminer ses actions selon le potentiel de ses cibles Ateliers de mise en pratique - Mini atelier collectif : comment ressortir du lot ? - Construction d’une matrice Effort / Impact par cible - Mini-benchmark collectif pour comprendre les bonnes pratiques - Élaboration d’un plan d’approche “marché cible”

Commercialiser une destination événementielle : stratégie, visibilité et outils innovants

Programme - suite

Optimiser sa visibilité digitale (SEO, Google My Business, site web)

- Principes du référencement naturel appliqués aux destinations événementielles
- Renforcer le SEO local pour attirer organisateurs, agences et entreprises
- Optimisation d'une fiche Google My Business : contenu, visuels, avis, fonctionnalités
- Structuration d'une page web ou landing page événementielle efficace

Ateliers de mise en pratique

- Amélioration d'une fiche Google My Business existante
- Atelier collectif : identifier les forces-faiblesses de son site web

Communication et prospection digitale avancée

- Stratégie d'influence territoriale via les ambassadeurs : élus, directeurs, partenaires
- Construction d'une ligne éditoriale différenciante : storytelling, formats engageants, preuves
- Analyse de campagnes inspirantes en France et à l'international
- Utiliser LinkedIn pour toucher efficacement ses cibles : messages, contenus, interactions
- Structurer, mesurer et ajuster sa stratégie de prospection digitale

Ateliers de mise en pratique

- Conception d'un plan d'actions LinkedIn pour séduire un organisateur de congrès
- Analyse d'un profil LinkedIn : points forts, axes d'amélioration
- Rédaction d'un message de prospection adapté à un persona
- Élaboration d'un calendrier éditorial simple

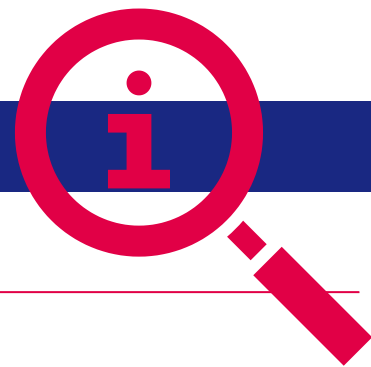
Intégrer l'intelligence artificielle dans sa stratégie commerciale

- Génération de contenus commerciaux : mails, argumentaires, pitches, supports
- Automatisation de la prospection multicanale : messages, scoring, segmentation
- Production d'une réponse structurée à un appel d'offres avec IA
- Création de visuels et messages cohérents pour le MICE
- Introduction aux outils de veille concurrentielle automatisée : alertes, scraping, suivi d'opportunités

Ateliers de mise en pratique

- Personnalisation d'un pitch territorial avec l'IA selon un persona (entreprise, agence, association)
- Génération de contenus commerciaux adaptés à ce pitch (email, message LinkedIn, script, post)

Modalités pratiques



Public : Equipes commerciales et marketing des destinations : Offices de tourisme / Bureaux des congrès / Agences de développement territorial / Structures publiques ou para-publiques en charge de la promotion d'un territoire	Pré-requis : Être en charge de la commercialisation et du développement d'une destination
Tarif inter par personne : Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode participative et interactive basée sur les événements des participants et mises en situation	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Mises en pratique Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateurs : Xavier BURBAN / Emmanuel PICHOT



Xavier est consultant et formateur expert du marché MICE, avec plus de 25 ans d'expérience dans le tourisme d'affaires et l'événementiel. Ancien dirigeant de palais des congrès et de destinations, il transmet des méthodes éprouvées en stratégie commerciale et marketing BtoB, à travers une pédagogie pragmatique, orientée résultats et ancrée dans les réalités du terrain.

Emmanuel est formateur en marketing digital et intelligence artificielle, spécialiste des enjeux de communication et de performance digitale dans l'événementiel et le tourisme. Fort d'une expérience opérationnelle et de plus de 55 formations animées, il propose une pédagogie concrète et progressive, fondée sur des cas réels et l'appropriation d'outils d'IA directement mobilisables par les participants.

Utiliser les réseaux sociaux dans sa stratégie de développement

Objectifs

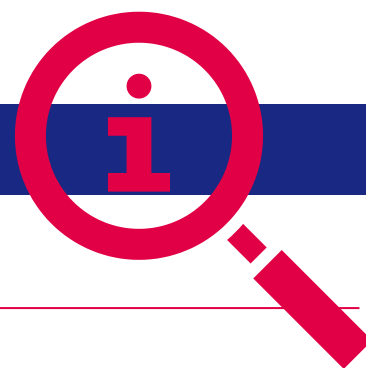


- Acquérir les fondamentaux nécessaires pour définir une stratégie marketing d'utilisation des réseaux sociaux et déployer une ligne éditoriale efficace
- Comprendre les spécificités des différents réseaux sociaux pour choisir les plateformes les plus adaptées à son évènement
- Apprendre à analyser les données et les statistiques des réseaux pour évaluer l'efficacité de son action et l'ajuster si besoin
- Apprendre à définir son public cible et les objectifs attendus dans sa prise de parole sur chaque plateforme retenue
- Comprendre les bonnes pratiques de création pour optimiser l'attractivité de ses réseaux et le taux d'engagement des publics
- Apprendre à élaborer une stratégie de contenu et son calendrier éditorial

Programme

Introduction aux réseaux sociaux et aux outils d'analyse de leur performance	• Découvrir les différentes plateformes de réseaux sociaux • Découvrir les outils d'analyse des réseaux sociaux (Facebook Insights, Google Analytics, etc.) • Découvrir les indicateurs clés de performance (taux d'engagement, portée, clics, etc.) • Apprendre à interpréter les données pour améliorer sa stratégie marketing
Utiliser des réseaux sociaux dans sa stratégie marketing	• Apprendre à identifier son public cible et ses personas au regard des objectifs marketing de l'évènement • Apprendre à identifier les avantages et inconvénients de chaque plateforme au regard de l'évènement pour choisir les plus pertinents • Apprendre à élaborer une stratégie de contenus et à mettre en place un calendrier éditorial • Faire vivre son évènement tout au long de l'année en animant sa communauté • Découvrir les outils de création de contenu et les techniques de storytelling pour captiver l'audience

Modalités pratiques



Public : Organisateurs d'événements BtoC ou BtoB : direction générale, commissaires de salons, responsables communication	Pré-requis : Être en charge de l'organisation d'événements pro / grand public
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter Programme éligible au FNE	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 1 jour en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode participative et interactive basée sur les événements des participants et mises en situation	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Mises en pratique Quiz Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 100 % (2024)	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : François HEID



François a 30 ans d'expérience dans le tourisme et l'événementiel. Il a notamment participé à la relance de Vulcania en Auvergne et d'Alpexpo à Grenoble. Profil hybride public / privé, il a une expérience dans la définition de stratégie marketing et dans leur mise en œuvre très opérationnelle. En tant que consultant, il accompagne, sur des enjeux de positionnement, de mise en marché et de transformation digitale, des acteurs publics et privés dans différentes filières. En tant que formateur il intervient sur des sujets de marketing stratégique, territorial et opérationnel dans différents organismes dont CCI Formation et l'IEFT.

Adapter son événement aux attentes des visiteurs

Objectifs

Acquérir les fondamentaux nécessaires pour déployer une stratégie marketing centrée sur le visiteur, afin d'engager une nouvelle croissance et dynamiser sa fréquentation

Identifier la promesse de son événement et ses fondamentaux

Identifier les motivations des visiteurs

Structurer les critères de segmentation des visiteurs, le parcours et l'expérience visiteurs

Segmenter l'offre commerciale et événementielle

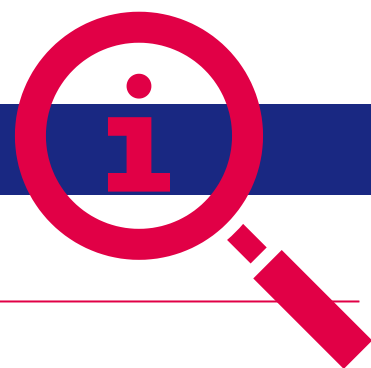
Mesurer la satisfaction clientèle



Programme

Actualiser et réinterroger ses fondamentaux marketing	• Identifier la promesse de son événement pour les visiteurs et en rédiger les fondamentaux • Diagramme de Porter, Forces & faiblesses • Plateforme de marque, Parcours vs Expérience • Structurer les critères de segmentation des visiteurs • Identifier les motivations des visiteurs sur les fondamentaux identifiés • Persona, segmentation des publics, attentes des publics dans une analyse holistique
Structurer son événement en phase avec les attentes de ses visiteurs	• Traduire les attentes du public en cahier des charges, pour définir son positionnement et la déclinaison de son offre commerciale • Positionnement marketing, 5 niveaux de produits selon Kotler • Proposer une offre d'animation adaptée aux attentes des visiteurs et cohérente avec les enjeux de fréquentation de l'évènement • Matrice d'animation par objectif • Structurer le parcours et l'expérience visiteurs en points factuels et vérifiables • Outils personnalisés de suivi parcours et expérience visiteurs • Mesurer et intégrer la satisfaction du visiteur dans la stratégie pour répondre aux attentes du public sur les futures éditions • Indicateurs de performance KPI, questionnaire satisfaction et méthodologie

Modalités pratiques



Public : Organisateurs d'événements BtoC ou BtoB : direction générale, commissaires de salons, responsables communication	Pré-requis : Être en charge de l'organisation d'événements pro / grand public
Tarif inter par personne : Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode participative et interactive basée sur les événements des participants et mises en situation	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Mises en pratique Quiz Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : François HEID



François a 30 ans d'expérience dans le tourisme et l'évènementiel. Il a notamment participé à la relance de Vulcania en Auvergne et d'Alpexpo à Grenoble. Profil hybride public / privé, il a une expérience dans la définition de stratégie marketing et dans leur mise en œuvre très opérationnelle. En tant que consultant, il accompagne, sur des enjeux de positionnement, de mise en marché et de transformation digitale, des acteurs publics et privés dans différentes filières. En tant que formateur il intervient sur des sujets de marketing stratégique, territorial et opérationnel dans différents organismes dont CCI Formation et l'IEFT.

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

Objectifs

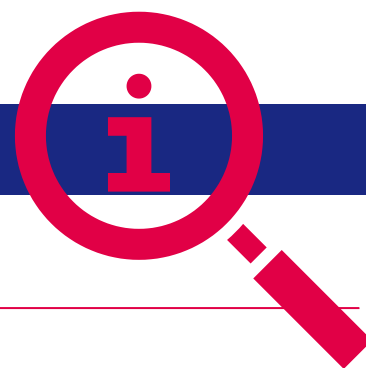
Faire monter en compétences les équipes commerciales
Maîtriser son marché /connaître les tendances et évolutions du secteur
Acquérir les techniques de vente propres à l'événementiel
Réussir les ventes de surfaces et de services additionnels



Programme

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
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 prospects (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
Les aspects concrets de la vente	• 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
Le suivi des actions commerciales	• Les indicateurs de la performance commerciale : tableau de bord • Les outils pour améliorer le suivi (nombre d'appels, ratios..) • Organiser ses actions en fonction des priorités

Modalités pratiques



Public : Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons / congrès / MICE	Pré-requis : Pratiquer la commercialisation des foires et salons / congrès / MICE
Tarif inter par personne : Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode active pour provoquer et structurer des échanges Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Mises en situation Etudes de cas pratiques Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 95 % (2025)	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

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...), lui ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé sa passion pour votre métier.

L'événementiel facile : réussir son événement avec les outils d'aujourd'hui

Objectifs

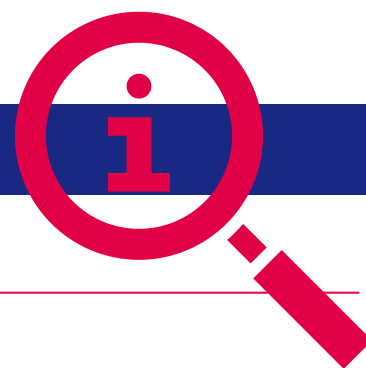
Maîtriser les outils et les processus pour réussir son événement



Programme

Les étapes fondamentales d'un événement réussi	• Les 4 piliers d'un événement • Les 4 formats des événements d'aujourd'hui
Planifier et anticiper	• Les 4 P : la méthode pour réussir n'importe quel événement • Le rétroplanning • Le budget : pilotage des dépenses, négociation des prestations et des tarifs • Exemples de bons outils et tableaux de bords
Connaître ses cibles et maîtriser son écosystème pour mieux adapter son événement	• Les participants ont changé • Comprendre ce qui se joue entre physique et digital
Booster l'avant événement grâce au faire venir et au faire rester	• Le développement du visitorat via des campagnes de recrutement avec des objectifs d'inscriptions individuelles et groupes • Quels canaux de communication ? • L'utilisation de l'IA dans sa communication
Identifier les bons KPIs	• Suivi des inscriptions et pilotage
Préparer la mise en place et le déroulé sur site	• Coordination des actions autour du parcours de visite : gestion de la mise en ligne du salon - event au sein du site et de la plateforme hybride, briefing des hôtes, accueil visiteurs et optimisation du parcours de visite, gestion des flux...
Actions et suivi post-événement	• Les différents outils et formats post-événement

Modalités pratiques



Public : Equipes évoluant dans le monde de l'événementiel Organisateurs d'événements	Pré-requis : Avoir des connaissances sur les prestataires d'un événement
Tarif inter par personne : Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode active pour provoquer et structurer des échanges, mise en situation sur des cas pratiques	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Etude de cas pratiques Quiz Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 100 % (2023)	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : Benoît TRYSTRAM



unimev
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT

Fondateur et gérant de Tout va très Bien, **Benoît** a plus de 19 ans d'expérience dans le domaine de l'événementiel. Il est l'une des références sur les événements hybrides, digitaux et métavers. Il a enseigné plus de 12 ans dans de nombreuses écoles : ECS Paris, ESGCI, ISEFAC Bachelor, Groupe IGS, EFFICOM, EFAP.

Communication & IA



Immersion dans l'IA générative appliquée à l'événementiel

Objectifs

- Apprendre à utiliser chatGPT et à programmer ses propres GPT et agents IA
- Apprendre à combiner différents outils d'IA générative dans votre quotidien
- Booster votre créativité et ouvrir la porte à des possibilités infinies
- Gagner en efficacité et en productivité en appliquant des routines
- Générer facilement des contenus de qualité



Programme

Introduction	- Comprendre le fonctionnement et les limites des outils d'intelligence générative - Panorama des principaux outils d'intelligence générative et alternative à chatGPT
Prise en main de chatGPT (versions 5, 4o, 03) et de ses fonctionnalités	- Apprendre à démarrer avec ChatGPT - Découvrir les techniques pour personnaliser et adapter ChatGPT à vos besoins spécifiques - Utiliser les fonctionnalités : Memory, Canevas, Search, Projet, Task, Agent, Étudier et Apprendre - Maîtriser l'utilisation des GPT programmés pour étendre les fonctionnalités de ChatGPT et optimiser leurs utilisations dans votre quotidien professionnel - Connecter ChatGPT à des applications externes pour rechercher, analyser et référencer des données
Méthodologie de prompt engineering sur chatGPT (versions 5, 4o, 03)	- Maîtriser l'art du prompt engineering : prompts basics et prompts avancés : chaîne de prompts, automatisation des tâches et méga-prompts - Apprendre à formuler, structurer vos requêtes et converser pour obtenir des résultats pertinents et qualitatifs avec ChatGPT : Texte, image, vidéo, data et tâches
30 cas d'usage spécifiques à l'événementiel directement applicables dans la routine professionnelle avec chatGPT	Apprendre à appliquer les techniques du prompt engineering au travers des cas d'usage spécifiques à l'événementiel directement applicables dans votre routine quotidienne avec ChatGPT
Création de contenus visuels avec ChatGPT	- Apprendre à créer des images à partir d'une description textuelle - Maîtriser les techniques de modification et de transformation d'une image existante ou générée par ChatGPT

Immersion dans l'IA générative appliquée à l'événementiel

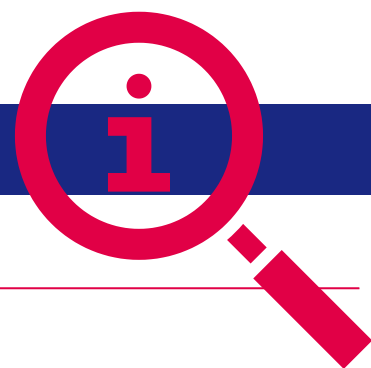
Programme - suite

Programmation de ses propres GPT (Assistants autonomes)	• Apprendre à programmer ses propres GPT (Assistants autonomes paramétrés pour répondre à une problématique très spécifique) afin de répondre aux exigences de vos activités événementielles
Découverte des agents IA sur ChatGPT	• Apprendre à créer et automatiser des tâches complexes en toute autonomie
Découverte des meilleurs outils d'intelligence artificielle générative	• Utilisation des meilleurs outils : écriture, agrégation de contenus, présentation, image, schéma, vidéo, musique, audio, podcast, visioconférence...
Ateliers pratiques	• Exercices pratiques à partir de templates proposés • Exercice personnalisé à partir d'un cas pratique issu de la réalité économique de chacun • Création de son propre GPT personnalisé : Assistant autonome paramétré pour répondre à une problématique très spécifique

Module optionnel (15 jours après la formation : visio)

Retours d'expérience et perfectionnement	• Retour d'expérience et bilan des premières applications : partage des réussites et obstacles rencontrés suite au stage • Approfondissement et optimisations : conseils pour améliorer les pratiques et lever les freins
--	---

Modalités pratiques



Public :

Tout professionnel de l'événementiel dont service de communication, agences événementielles, freelances (concepteurs-rédacteurs, planneurs stratégiques, chefs de projet, directeur de clientèle, rédacteur en chef, animateurs, responsables logistiques, directeurs de production), responsables d'un lieu ou d'un prestataire événementiel...

Pré-requis :

Pas de pré-requis spécifique
Chaque stagiaire devra de préférence disposer d'un compte payant sur ChatGPT à créer en amont de la formation

Tarif inter par personne :

Adhérent : 980,00 € HT
Module optionnel : 450 € HT
Non adhérent : 1.200,00 € HT
Module optionnel : 700 € HT

Tarif intra :

Nous consulter

Nombre de participants :

5 min – 10 max

Durée :

Formation : 2 jours en présentiel ou distanciel
Module optionnel : 4 heures en distanciel 15 jours après la formation

Modalités et délai d'accès à la formation :

Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr
2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants

Démarche pédagogique :

Méthode participative et interactive basée sur des cas d'usage et des mises en situation

Méthode d'évaluation :

Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formation
Ateliers avec mise en pratique
Bilan de fin de formation
Enquête de satisfaction

Taux de satisfaction :

100 % (2026)

Personne en situation de handicap :

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : Stéphane MIRA



Fondateur et gérant de EVENT CULTURE, Stéphane est Consultant Concepteur-Rédacteur en événementiel depuis 30 ans. Après un parcours au sein de plusieurs agences d'événementiel, Il accompagne en freelance depuis 20 ans les organisateurs dans la conception et l'organisation de leurs événements. Il enseigne depuis plus de 20 ans dans de nombreuses écoles : ISEFAC BACHELOR, SUP CAREER M2, ISCOM, EFFICOM, SUP' DE COM, SUP DE PUB.

Stéphane utilise quotidiennement depuis 3 ans des outils d'intelligence générative dans la conception et l'organisation d'événements. Il forme également sur ces questions les professionnels de l'événement depuis 2 ans.

Imaginer, créer et sublimer vos projets et visuels événementiels avec l'IA générative d'images

Objectifs

- Comprendre le fonctionnement général de l'IA générative d'images
- Manipuler les outils pour créer des visuels pertinents
- Rédiger des prompts adaptés à chaque usage
- Intégrer les visuels IA dans ses supports de communication et ses projets événementiels
- Identifier les bonnes pratiques (qualité, droits, cohérence graphique)



Programme

Introduction	- Comprendre le fonctionnement et les limites des outils d'IA générative d'images - Panorama des principaux outils d'IA générative d'images - Applications concrètes dans la communication et l'événementiel
Découverte et prise en main des outils d'IA générative d'images	- Outils : ChatGPT 5.1, Nano Banana, Seelab - Démonstration et exploration des fonctionnalités clés
Méthodologie de prompt engineering pour la création d'une image	Maîtriser la structure architecturale d'une description textuelle optimisée : sujet, ambiance, style, technique, cadrage
Créer une image à partir d'une description textuelle (text to image)	- Apprendre à créer une image pour vos supports de communication et vos projets événementiels au travers des cas d'usage directement applicables : réseaux sociaux, logo, affiche, infographie, moodboard, scénographie événementielle, stand d'exposition... - Apprendre à créer une image pour illustrer un texte (note conceptuelle, post sur les réseaux sociaux, article de blog, support de communication...)
Créer une image à partir d'une ou de plusieurs images existantes (image to image)	- Apprendre à s'inspirer d'une ou de plusieurs images pour créer une image - Apprendre à construire une image en combinant plusieurs images - Apprendre à fusionner des images - Apprendre à dupliquer un style sur plusieurs images - Apprendre à utiliser la technique du reverse prompting pour s'inspirer d'une image existante

Imaginer, créer et sublimer vos projets et visuels événementiels avec l'IA générative d'images

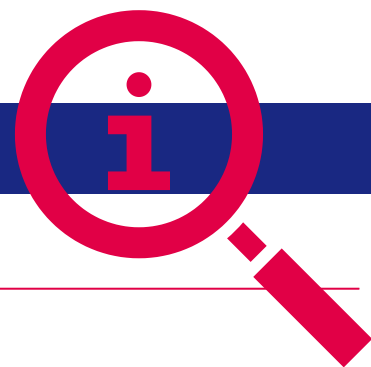
Programme - suite

Transformer une image existante	• Apprendre à modifier une image • Apprendre à varier les styles d'une image • Apprendre à appliquer une texture • Apprendre à sublimer une photo, un croquis ou une illustration
Générer des descriptions textuelles complexes pour créer une image (text to image)	• Apprendre à utiliser un outil d'IA générative de texte pour s'inspirer et générer des propositions de descriptions textuelles optimisées pour la création d'une image : logo, moodboard, scénographie scénique, stand d'exposition... • Découvrir et apprendre à utiliser des outils pour automatiser la création de descriptions textuelles optimisées pour la création d'une image
Outils complémentaires	• Apprendre à utiliser des outils pour retoucher, magnifier ou sublimer une image : ◦ Outpainting : étendre une image au-delà de ses bords en la poursuivant suivant son style et sa cohérence propre ◦ Upscaling : mise à l'échelle d'une image pour l'adapter à une définition plus grande que sa définition native ◦ Watermark Remover : supprimer le filigrane de n'importe quelle image
Créer un schéma d'illustration visuelle à partir d'un texte	• Apprendre à transformer un texte existant en un schéma d'illustration clair et explicite pour tous supports de communication
Enjeux éthiques et limitations de l'IA générative d'images	• Propriété intellectuelle et droits d'auteur • Vers une utilisation responsable et éthique de l'IA générative d'images

Module optionnel (15 jours après la formation : visio)

Retours d'expérience et perfectionnement	• Retour d'expérience et bilan des premières applications : partage des réussites et obstacles rencontrés suite au stage • Approfondissement et optimisations : conseils pour améliorer les pratiques et lever les freins
--	---

Modalités pratiques



Public :

Tout professionnel de la communication et de l'événementiel : service de communication, agences événementielles, agences de design de stands, freelances (concepteurs-rédacteurs, planneurs stratégiques, chefs de projet, directeur de clientèle...), responsables d'un lieu ou d'un prestataire événementiel...

Pré-requis :

Pas de pré-requis spécifique
Chaque stagiaire devra de préférence disposer d'un compte payant sur ChatGPT à créer en amont de la formation

Tarif inter par personne :

Adhérent : 700 € HT
Module optionnel : 450 € HT
Non adhérent : 1.200,00 € HT
Module optionnel : 700 € HT

Tarif intra :

Nous consulter

Nombre de participants :

5 min – 10 max

Durée :

Formation : 1 jour en présentiel
Module optionnel : 4 heures en distanciel 15 jours après la formation

Modalités et délai d'accès à la formation :

Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr
2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants

Démarche pédagogique :

Méthode participative et interactive basée sur des cas d'usage et des mises en situation
Exercices pratiques à partir de templates proposés
Exercice personnalisé à partir d'un cas pratique issu de la réalité économique de chacun

Méthode d'évaluation :

Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative
Bilan de fin de formation
Enquête de satisfaction

Taux de satisfaction :

1ère session en 2026

Personne en situation de handicap :

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : Stéphane MIRA



Fondateur et gérant de EVENT CULTURE, Stéphane est Consultant Concepteur-Rédacteur en événementiel depuis 30 ans. Après un parcours au sein de plusieurs agences d'événementiel, Il accompagne en freelance depuis 25 ans les organisateurs dans la conception et l'organisation de leurs événements. Il enseigne depuis plus de 20 ans dans de nombreuses écoles : ISEFAC BACHELOR, SUP CAREER M2, ISCOM, EFFICOM, SUP' DE COM, SUP DE PUB.

Stéphane utilise quotidiennement depuis 3 ans des outils d'intelligence artificielle générative en communication ainsi que dans la conception et l'organisation d'événements. Il forme également sur ces questions les professionnels de la communication et de l'événement depuis 2 ans.

Réussir sa prise de parole : oser, s'auto-convaincre, inspirer les autres

Objectifs



Maîtriser les fondamentaux de la prise de parole en public (posture, voix, respiration, regard, intention, usage des mots)

Structurer un message clair et efficace en fonction du public et du contexte événementiel

Optimiser la qualité de l'interaction avec le public (public, clients, prestataires, équipes)

Réguler ses émotions et faire de son stress un allié

Développer le sentiment de confiance en soi et l'affirmation de soi

Optimiser la préparation de sa prise de parole en public	• Optimiser son contenu avec la méthode du QQQQCP (qui, quoi, où, quand, comment) • Définir l'objectif et l'intention de sa prise de parole en public (quoi, pourquoi et le sens de ma prise de parole en public) • Travailler le mindset (travail ici de visualisation) et nommer son petit plus dans sa prise de parole en public
Les bases d'une prise de parole efficace	• Comprendre et développer les éléments clés de la prise de parole en public : posture, respiration, voix, corps et regard, cohérence entre l'intention, l'état d'esprit • Le pouvoir des mots dans son discours • Créer une dynamique entre l'écoute active, la reformulation et la réponse verbale
Structurer un message clair : adapter son discours au public	• Organiser son discours de manière claire • Choisir les idées essentielles • Travailler l'ajustement entre son contenu et l'auditoire
Faire de son stress un allié en amont et pendant sa prise de parole en public	• Techniques de gestion du stress (respiration, déplacement, lien avec le public, méthode EFT : technique de libération émotionnelle) • Développer le sentiment de confiance en soi en identifiant son discours intérieur : libérer l'autocensure et les croyances limitantes et redéfinir celles qui a contrario nourrissent le sentiment de légitimité et la puissance de l'action • S'affirmer dans sa prise de parole en public par un travail sur la régulation des peurs
Retour d'expérience (15 jours après le stage - visio)	• Retour d'expérience et bilan des premières applications : partage des réussites et obstacles rencontrés suite au stage • Approfondissement et optimisations : conseils pour améliorer les pratiques et lever les freins

Modalités pratiques



Public : Professionnels de l'événementiel	Pré-requis : Pas de pré-requis spécifique
Tarif inter par personne : Adhérent : 920 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 7 heures (1 jour) en présentiel pour la formation 3 heures en distanciel pour le retour d'expérience Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode active alliant les échanges, les mises en situation et les jeux de communication, les pratiques narratives, conseils individualisés mettant en exergue les points forts de chacun et les points d'amélioration avec un plan d'action	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Mises en situation jouées et observées à partir d'une grille d'observation Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrice : Carole BOURDEAU



Carole est formatrice et consultante depuis 20 ans en entreprise et auprès des collectivités territoriales. Elle intervient auprès des équipes, des managers et des dirigeants sur la question de l'engagement et de l'individualité au service du collectif.

Ses sujets d'intervention sont en lien avec la communication dont la prise de parole en public, l'intelligence émotionnelle, le management, et la confiance en soi.

Carole est par ailleurs auteure de deux ouvrages de développement personnel aux éditions Guy Trédaniel, conférencière, sophrologue et praticienne en EMDR.

Effective event communication

ou comment communiquer en anglais avec efficacité sur votre événement

Objectifs



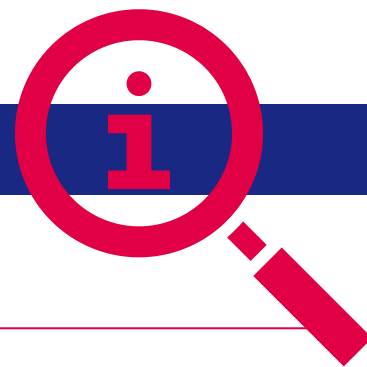
Pitcher votre événement en anglais d'une manière authentique, engageante et structurée

Rédiger des textes clairs et personnalisés pour établir de bons rapports avec vos clients, vos prestataires et/ou votre communauté digitale

Utiliser un vocabulaire courant de l'événementiel avec aisance et précision

Faire connaissance, faire la conversation avec confiance	• Dépoussiérer votre anglais et monter en compétences conversationnelles avec des activités « Get to Know You (GTKY) »
Elargir votre vocabulaire commercial, logistique, en marketing et communication ... Dessinez-moi votre métier	• Utiliser le sketchnoting (la prise de notes visuelle) pour parler de votre métier et de vos missions • Elaborer un lexique : créer des cartes mémo numériques avec Quizlet et faire un quizz en mode collaboratif pour réviser le vocabulaire acquis • Mettre en pratique le vocabulaire en fonction des réalités professionnelles, exemples : ◦ Vendre un stand à un futur exposant ◦ Négocier avec un exposant ◦ Expliquer le plan de communication de mon événement...
Ecrire directement à vos interlocuteurs	• Ecrire des textes courts : atelier de microwriting : ◦ Faciliter le flux d'idées et développer votre fluidité grâce au speedwriting ◦ Créer une description d'un événement en groupe • Mettre en application les techniques d'écriture : travailler sur un texte professionnel (mail, posts...) ou rédiger un texte dont vous aurez besoin
Engager votre public avec votre pitch	• Préparer votre pitch : ◦ Identifier votre message ◦ Être clair et direct : choisir les mots clés ◦ Adapter votre pitch à un autre interlocuteur • Animer votre pitch : ◦ Visualiser et mémoriser l'information clé : story mapping ◦ Visualiser et mémoriser les mots clés : technique « La Montagne » • Adapter votre pitch à un autre d'interlocuteur : utilisation de la voix et du langage corporel • Présenter votre pitch puis feedback

Modalités pratiques



Public : Toute personne amenée à interagir en anglais	Pré-requis : Niveau A2 en anglais : niveau intermédiaire ou usuel
Tarif inter par personne : Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Approche créative, individualisée et interactive s'appuyant sur les arts visuels, les techniques de storytelling et les expériences terrain	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Ateliers avec mise en pratique Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrice : Diane TISDALL



Fondatrice et formatrice diplômée de Tisdallish, des formations en anglais spontané. Ces formations pratiques font appel à mes 20 ans d'expérience dans les industries créatives et culturelles (notamment la musique, le théâtre et le patrimoine) ainsi que la recherche à dimension internationale (Londres, Paris, Stockholm, Tokyo, Caroline du Nord et Nouvelle-Galles du Sud). Elle accompagne tout professionnel souhaitant consolider et développer son anglais. Ses clients récents et actuels sont une championne de France Cadette du 1500m, le dirigeant de l'e-commerce VetSécurité, un sommelier du Stade Marcel Michelin (ASM Rugby) ainsi que des futurs développeurs des projets ou établissements culturels et managers internationaux (Université Clermont Auvergne et ESC Clermont Business School).

DEVELOPPEMENT DURABLE & RSE



Maîtriser l'empreinte carbone de vos événements : de la mesure à l'action

Objectifs

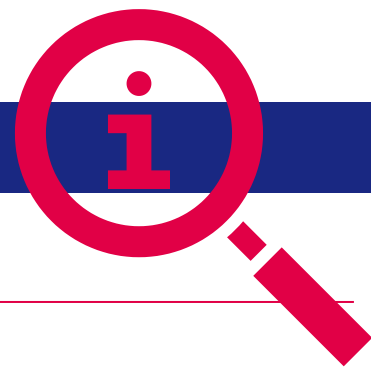
Comprendre les enjeux de la durabilité dans le secteur événementiel
Identifier les principales sources d'émissions carbone des événements
Mesurer et analyser l'impact carbone grâce à des méthodes éprouvées
Appliquer les bonnes pratiques pour réduire efficacement l'empreinte carbone
Utiliser l'outil Cleo pour optimiser les choix stratégiques
Construire une approche bas-carbone alignée avec les standards environnementaux et les attentes des parties prenantes



Programme

Introduction : compréhension et méthodologie	• Introduction au changement climatique • Comment mesurer ? • Méthodologies et standards
Mesure de l'impact carbone et stratégies de réduction	• Les principaux postes d'émissions : transport, alimentation, hébergement, matériaux... • Introduction aux outils spécifiques de mesure pour l'événementiel • Bonnes pratiques pour réduire son empreinte carbone : choix du lieu, partenaires écoresponsables, transport, alimentation durable...
Présentation de la plateforme Cleo Carbone	• Projets, périmètres, impacts • Rapports, action et objectifs • Facteurs d'émission
Atelier pratique : vos premiers projets	• Cas pratiques pour mesurer • Cas pratiques de cartographie des flux • Retour d'expérience et discussion
Conclusion	• La voie à suivre : comment intégrer durablement ces pratiques dans le secteur événementiel ?

Modalités pratiques

**Public :**

Responsables / professionnels / consultants
développement durable / RSE / QSHE / RH
Dirigeants d'organisations
Référents démarche RSE

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
Maîtrise des tableaux Excel

Tarif inter par personne :

Adhérent : 700,00 € HT
Non adhérent : 1 200,00 € HT

Tarif intra :

Nous consulter

Nombre de participants :

5 min – 10 max

Durée :

1 jour en présentiel

Modalités et délai d'accès à la formation :

Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr
2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre
suffisant de participants

Démarche pédagogique :

Exposés théoriques
Discussions interactives
Études de cas
Ateliers pratiques

Méthode d'évaluation :

Positionnement à l'entrée en formation : évaluation
pré-formative
Quiz et évaluation orale
Évaluation sommative et évaluation pratique
Bilan de fin de formation
Enquête de satisfaction

Taux de satisfaction :

100 % (2025)

Personne en situation de handicap :

Accessible aux personnes en situation de handicap
(nous consulter)

Formateur : Nicolas SOUM



Nicolas SOUM a plus de 5 ans d'expérience dans des sujets d'accompagnement sur la RSE et plus précisément sur le bilan carbone et l'analyse de cycle de vie. Il a notamment accompagné tout type de secteur de l'industrie, en passant par le digital et l'e-commerce. Nicolas est notamment titulaire de la certification maîtrise bilan carbone de l'ABC et une certification d'analyse de cycle de vie de l'école polytechnique de Lausanne. Il possède également une spécialisation dans la conduite du changement et l'implémentation d'outil au sein d'organisation complexe.

Accessibilité événementielle : les bons réflexes pour l'organisation des événements pour tous

Objectifs

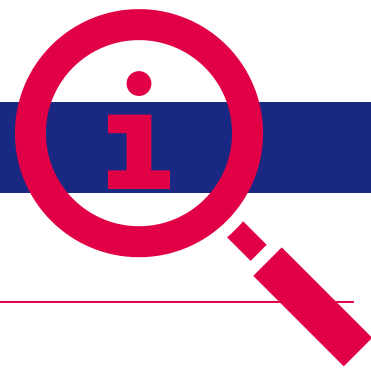


- Développer une posture bienveillante vis-à-vis du Handicap et de la diversité des publics lors de la planification et la livraison d'un événement
- Saisir les notions clés liées au handicap, l'inclusion et à l'accessibilité universelle
- Comprendre les enjeux de diversité des publics et leurs besoins lors de leur participation à un événement
- Outils les participants pour intégrer l'accessibilité dès dans la conception des événements
- Favoriser l'engagement des participants dans une démarche inclusive durable

Programme

Handicap et accessibilité universelle : notions essentielles	• Comprendre les notions clés de l'accessibilité universelle et du handicap • Situer les enjeux et le cadre réglementaire • Identifier les familles de handicap et les besoins associés dans un événement
Explorer les dimensions de l'expérience accessible d'un événement	• Comprendre les dimensions d'une expérience accessible • Identifier les points de friction dans un parcours usager • S'inspirer de témoignages concrets
Concevoir une expérience événementielle inclusive	• Comprendre les dimensions stratégiques d'un événement accessible • Identifier les leviers organisationnels, techniques et opérationnels de l'accessibilité
S'engager dans une démarche de planification inclusive	• Comprendre les enjeux du pilotage opérationnel de l'accessibilité • S'approprier une démarche méthodologique pour la mise en œuvre d'un dispositif d'accessibilité

Modalités pratiques

**Public :**

Tout public - Responsables et collaborateurs impliqués dans la stratégie, le développement, et la livraison des événements - Chargés de projets - Toute personne amenée à organiser un événement

Pré-requis :

Pas de pré-requis

Tarif inter par personne :

Adhérent : 980,00 € HT

Non adhérent : 1 200,00 € HT

Tarif intra :

Nous consulter

Nombre de participants :

5 min – 10 max

Durée :

14 heures (2 jours) en présentiel

Modalités et délai d'accès à la formation :

Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr

2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants

Démarche pédagogique :

80 % de pratique (ateliers, analyses de cas, conception) et 20 % d'apports structurants (cadres conceptuels, réglementaires et techniques)

Méthode d'évaluation :

Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative

Débriefing à l'issue des groupes de travail

Bilan de fin de formation

Enquête de satisfaction

Taux de satisfaction :

1ère session en 2026

Personne en situation de handicap :

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateurs : Florian CASTEL / Pedro INDACOCHEA



Florian est spécialiste en conception universelle et en management du sport. Il a piloté la mise en accessibilité et la livraison des sites des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, veillant à intégrer les besoins de tous les publics. Fort de cette expérience, il crée VivAccess pour accompagner les acteurs publics et privés vers des environnements inclusifs, garantissant une accessibilité cohérente et systématique fondée sur une compréhension fine des usages.

Pedro est architecte et urbaniste, spécialiste de la planification de l'accessibilité universelle. Expert international en planification inclusive des grands événements. Son parcours combine des expériences dans le pilotage stratégique et la mise en œuvre opérationnelle de politiques d'accessibilité, ainsi que dans la coordination technique.

Workshop “Événementiel engagé”

Objectifs

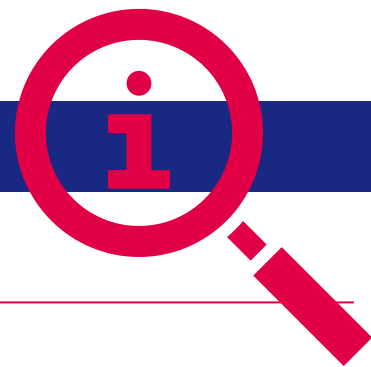
S'approprier les enjeux de l'événementiel éco-responsable
Découvrir les solutions et outils concrets
Réaliser un autodiagnostic de ses pratiques
Co-construire son plan d'action pour éco-concevoir ses événements



Programme

Arbre à objectifs	• Atelier de partage autour des objectifs de la formation
Enjeux clés et raisons de s'engager	• Définition et notions clés (développement durable, écoresponsabilités, RSO, économie circulaire, transition écologique, performance globale, impact positif et héritage...) • Pourquoi s'engager ? Recherche de sens, maîtrise des risques, conquête de nouveaux marchés, acceptabilité sociétale • Enjeux clés de l'événementiel responsable
Eco-conception illustrée et diagnostic	• Revue du sujet de l'éco-conception des événements sous le prisme de 3 niveaux d'engagement • 7 thématiques clés : décoration, lieu et technique, transports, restauration, impressions, goodies, déchets • Présentation des enjeux et illustration de ce que c'est d'être « initié », « engagé », « expert » + autoévaluation du niveau de son/ses événement.s
Planification et mise en œuvre opérationnelle	• Décliner opérationnellement ses enjeux RSE pour concevoir un événement éco-responsable : évaluation des enjeux, hiérarchisation, traduction des objectifs RSE en mode opérationnel, planification / éléments clés du plan d'action

Modalités pratiques



Public : Responsables / professionnels / consultants développement durable / RSE / QSHE / RH Dirigeants d'organisations Référénts démarche RSE	Pré-requis : Pas de pré-requis
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1.200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 6 min – 10 max Durée : 1 jour en présentiel ou distanciel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Pédagogie active, études de cas, simulations, travaux de groupe, voire jeux de rôles	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Etudes de cas pratiques Quiz Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrice : Marie-Liesse DOVERGNE (Ipama)



Marie-Liesse est titulaire d'un doctorat sur la RSE dans l'événementiel sportif. En tant que consultante, elle a conseillé et accompagné différentes organisations du monde du sport (administrations, associations, établissements publics) dans la conception et la mise en oeuvre de stratégies RSE. Parallèlement, elle a participé à former des centaines d'étudiants et de professionnels au management, à la communication, ainsi qu'aux stratégies de développement intégrant les enjeux du développement durable

S'engager pour des événements plus responsables avec l'ISO 20121:2024

Objectifs



- Appréhender les éléments clés de la norme ISO 20121:2024 « Management responsable appliqué à l'activité événementielle »
 - Maîtriser les éléments de la planification et de la mise en œuvre d'une démarche RSE (Plan – Do)
 - Savoir évaluer et consolider son système de management responsable (Check – Act)
- Vérifier, chapitre par chapitre, la bonne compréhension de l'ensemble des exigences de la norme et de leur interprétation

Programme – Module de e-learning

Contexte environnemental et données clés	- Urgence climatique - Rapports du GIEC - Limites planétaires - Empreinte écologique
Contexte social et données clés	- Inégalités croissantes - Problématiques sociales
Focus événementiel	- Rappels sur les fondamentaux - Enjeux sectoriels spécifiques
RSE et concepts liés	- Développement Durable - RSE/RSO - Autres concepts : économie circulaire, héritage, performance global, impact
Réglementation et référentiels	- Au niveau national - Au niveau européen - Au niveau international
La Norme ISO 26000	- Contextualisation - Vue d'ensemble : domaines d'application, principes, pratiques fondamentales, questions centrales - Détail des 7 questions centrales
Ressources	- Outils - Documentation

Le module e-learning est optionnel ou obligatoire en fonction des résultats obtenus au questionnaire préalable. Dans tous les cas, il est fortement conseillé de le parcourir avant de participer aux deux journées de formation.

S'engager pour des événements plus responsables avec l'ISO 20121:2024

Programme - Jour 1

Contexte et enjeux	• Questions / Réponses sur le contenu du module de e-learning
Introduction à l'ISO 20121	• Périmètres d'application, histoire et structure de la norme, philosophie, exigences • Pour qui ? Pourquoi ? comment ? • Vue globale et logique PDCA • Processus de certification • Evolutions version 2024
Contexte de l'organisme : Exigences et réponses à apporter au chapitre 4 de la norme	• Analyse du contexte • Dialogue avec les parties prenantes • Champ d'application • Système de management et processus • Principes de développement durable, mission et valeurs
Leadership : Exigences et réponses à apporter au chapitre 5 de la norme	• Leadership • Politique • Rôles et responsabilités
Planification : Exigences et réponses à apporter au chapitre 6 de la norme	• Gestion des risques et opportunités • Identification et évaluation des enjeux - analyse de matérialité • Suivi des exigences légales • Objectifs de développement durable • Plan d'action • Planification des changements

Programme - Jour 2

Support : Exigences et réponses à apporter au chapitre 7 de la norme	• Gestion des ressources • Compétences • Sensibilisation • Communication • Informations documentées
Réalisation : Exigences et réponses à apporter au chapitre 8 de la norme	• Planification et maîtrise • Gestion des changements • Management de la chaîne d'approvisionnement
Evaluation des performances : Exigences et réponses à apporter au chapitre 9 de la norme	• Surveillance, mesure, analyse et évaluation • Audit interne • Revue de direction
Amélioration : Exigences et réponses à apporter au chapitre 10 de la norme	• Amélioration continue • Non-conformité et action corrective

Modalités pratiques



Public : Consultants Développement Durable / RSE Responsables/professionnels Développement Durable / RSE / QSHE / RH Dirigeants d'organisations et référents RSE Participants issus d'organisations engagées dans une démarche de certification ISO 20121	Pré-requis : Maîtrise des concepts de base de la RSE L'accès à un module de e-learning est transmis en amont de la formation afin de s'assurer d'une base commune de connaissances. Expérience en lien avec la RSE
Tarif inter par personne : Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 6 min – 10 max Durée : 2 jours en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Apports théoriques, échanges autour d'exemples issus l'expérience du formateur et du stagiaire, ateliers d'application et synthèse	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Exercices pratiques - Quiz - questionnaire Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 100 % (2025)	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateurs : Ipama



Julie TINETTI : Cheffe de projet normalisation à l'AFNOR, elle a contribué à la rédaction de l'ISO 26000 et piloté la commission de normalisation française pour l'ISO 20121. Elle a également exercé les fonctions de responsable développement durable au sein d'une fédération sportive.

Matthieu JOUBERT : Diplômé en management du sport et audit de systèmes de management, Matthieu a exercé des fonctions de Directeur Développement Durable (bailleur social), de chargé de mission RSE au sein du CNOSF et d'adjoint RSE à la Fédération Française de Tennis pour Roland Garros (ISO 20121).

Développer la RSE grâce à la santé et sécurité au travail

Objectifs

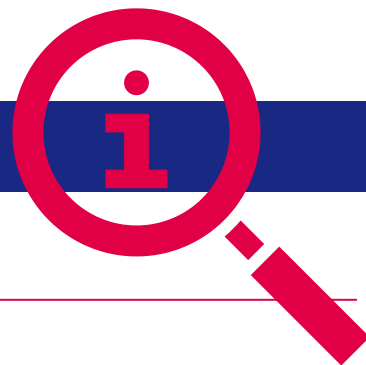
Situer les enjeux et obligations en santé et sécurité au travail sur un événement
Être en mesure d’engager les démarches en santé et sécurité au travail
lors de l’organisation d’un événement



Programme

Identifier les enjeux de la santé sécurité	• Place de la santé sécurité au travail dans les normes et référentiels RSE et QVT • Travail en groupe sur les enjeux humains, financiers, juridiques, économiques et organisationnels et mise en commun
Bases légales	• Obligations de l’employeur, du salarié • Evaluation des risques • Principes généraux de prévention • Informations et formations
Etude de cas	• Organisation d’un événement : quelles démarches en santé et sécurité enclencher et comment intégrer la RSE ?
Documentation	• Système documentaire autour de la santé et la sécurité au travail pour un événement : vigilance, prévention des risques (attestations, plan de prévention, vérifications...)

Modalités pratiques



Public : Responsables / professionnels / consultants développement durable / RSE / QSHE / RH Dirigeants d'organisations Référents démarche RSE	Pré-requis : Pas de pré-requis
Tarif inter par personne : Adhérent : 350,00 € HT Non adhérent : 500,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 6 min – 10 max Durée : 1 demi-journée en présentiel ou distanciel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Apports théoriques : exposé de la réglementation, analyse de la réglementation appliquée aux événements, études de cas	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Etudes de cas pratiques Questionnaire Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : Philippe MAGNIEZ (Ipama)



Philippe est titulaire d'un Mastère Spécialisé en Qualité, Sécurité, Environnement, intervenant en Prévention des Risques Professionnels (IPRP IDF / 2021 / 01) et formateur Santé, Sécurité au Travail. Depuis 2021, à la tête de l'entreprise Prévenscène, il accompagne les professionnels de l'audiovisuel, du spectacle et de l'événementiel pour conjuguer Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et santé et sécurité au travail.

Alimentation événementielle responsable

Objectifs

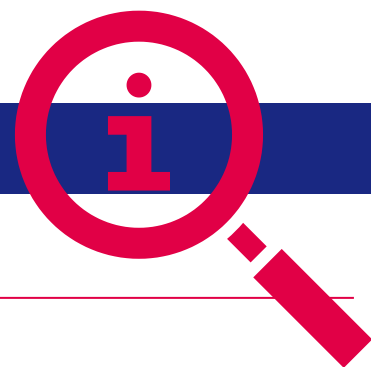
- Comprendre et s'approprier les enjeux environnementaux et sociaux liés à l'alimentation dans l'organisation d'événements
- Comprendre les étapes méthodologiques pour développer une offre alimentaire durable
- Comprendre les enjeux liés à la communication de ses engagements et actions auprès du public et de l'ensemble de ses parties prenantes
- Mettre en pratique de façon concrète les enseignements de la journée



Programme

Remise en contexte globale sur les enjeux de transition dans l'événementiel	• Approche cycle de vie de l'événementiel : énergie, déchets, transport, alimentation • Remise en contexte dans les grands enjeux : changement climatique et GES, biodiversité, enjeux sociaux et sociétaux
Présentation des enjeux RSE et bonnes pratiques spécifiques à l'alimentation	• Pratiques agricoles dans les filières : usage des produits phytosanitaires et intrants, biodiversité, bien-être animal • Empreinte carbone et ressources : circuits courts, emballages et déchets, gaspillage et pertes, modèle alimentaire, eau... • Répartition de la valeur : commerce équitable, accompagnement à la transition écologique... • Engagement des consommateurs : communication responsable et transparence, enjeux des labels, démarches de progrès...
Cadre de travail pour la construction d'un cahier des charges d'alimentation et restauration durable	• Présentation des axes méthodologiques stratégiques : diagnostic des enjeux, définition des ambitions, dialogue avec les parties prenantes, structuration du cahier des charges et indicateurs, architecture de communication responsable, conception de l'animation de la démarche
Mise en pratique : atelier collaboratif	• Prototype d'un cahier des charges pour une offre alimentaire et de restauration durable

Modalités pratiques



Public : Responsables / professionnels / consultants développement durable / RSE / QSHE / restauration événementielle Dirigeants d'organisations, référents démarche RSE	Pré-requis : Connaissance de bases du développement durable et de la RSE Connaissance de la stratégie RSE de votre organisation
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1.200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 6 min – 10 max Durée : 1 jour en distanciel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Apports théoriques, échanges autour d'exemples issus l'expérience du formateur et du stagiaire, ateliers d'application et synthèse	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Etudes de cas pratiques Quiz - questionnaire Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 50 % (2024)	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : Arthur LECERCLE (Ipama)



Arthur est titulaire d'un double diplôme de l'Ecole Polytechnique et d'AgroParisTech, il s'est spécialisé au cours de ses études sur les enjeux écologiques et environnementaux.

En 2014, il rejoint le pôle Alimentation et Consommation Responsables chez Utopies, cabinet pionnier de la RSE en France, au sein duquel il met ses compétences scientifiques au service de missions de conseil en stratégie RSE pour les entreprises du secteur agro-alimentaire.

Sobriété énergétique

Objectifs

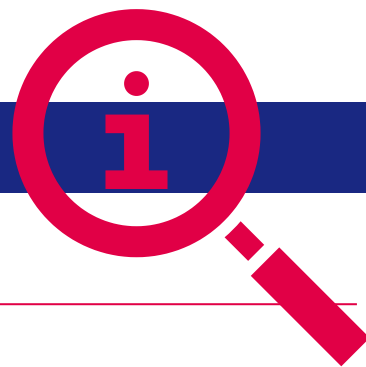
- Comprendre les enjeux de la sobriété énergétique selon les secteurs (organismes, sites, prestataires)
- Identifier les facteurs d'influence selon les parties prenantes internes
- Interagir avec les parties prenantes externes
- Acquérir une méthodologie d'optimisation énergétique en concertation



Programme

Module 1 : Théorie, ordre de grandeur et cadre réglementaire	• Référentiels par secteurs • Plan de sobriété • Ordres de grandeur eq co2 et types d'énergie • Management responsable • Le modèle Paris 2024
Module 2 : Interactions entre les différents secteurs et les bonnes pratiques	• Les différents secteurs : organismes, prestataires, lieux • Les grandes familles de métiers consommateurs d'énergie • Etude de cas
Module 3 : Indicateurs de « sobriété énergétique »	• Les indicateurs au service de la démarche d'amélioration continue • Les variables du bilan de puissance • Etude de cas • Mise en pratique
Module 4 : Optimisation et suivi des performances	• Impératifs de sécurité et de conformité • Fiche de besoin • Analyse de fiches de besoin • Sensibiliser ses parties prenantes

Modalités pratiques



Public :

Gestionnaires de sites / Consultants Développement Durable / RSE / QSHE / Directeurs techniques / Dirigeants d'organisations et référents de la démarche RSE / Organismes d'événements
Participants issus d'organisations engagées dans une démarche de certification ISO 20121 ou de labellisation BCorp

Pré-requis :

Connaissances de base en matière de développement durable et de RSE / Connaissance du plan de sobriété de son organisation (le cas échéant)

Tarif inter par personne :

Adhérent : 700,00 € HT
Non adhérent : 1.200,00 € HT

Tarif intra :

Nous consulter

Nombre de participants :

6 min – 10 max

Durée :

1 jour en présentiel

Modalités et délai d'accès à la formation :

Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr
2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants

Démarche pédagogique :

Apports théoriques, études de cas, simulations, travaux de groupes voire jeux de rôles

Méthode d'évaluation :

Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative
Mises en pratiques
Quiz
Bilan de fin de formation
Enquête de satisfaction

Taux de satisfaction :

100 % (2024)

Personne en situation de handicap :

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : Jérémie JOURDAIN (Ipama)



Chargé d'affaires audiovisuel pendant 8 ans, ainsi qu'en charge du secteur événementiel chez un loueur d'énergie électrique et thermique d'envergure pendant 7 ans, il s'implique activement pour le développement de solutions innovantes et écoresponsables sur le secteur événementiel. Diplômé en management de la RSE à l'Institut Léonard de Vinci, il accompagne depuis 2022 les organisations pour leur permettre de faire face aux enjeux actuels de sobriété énergétique sur un secteur particulièrement exposé avec une offre de conseil indépendante de dimensionnement du besoin énergétique couplant une supervision des usages et l'optimisation par la data.

Solutions et passage à l'acte d'un événement responsable

Objectifs



- Comprendre les principes et enjeux du développement durable appliqués à l'événementiel
- Aller plus loin dans l'organisation d'un événement responsable par des mises en application sur des sujets incontournables
- Acquérir de nouvelles compétences pour accueillir et concevoir des événements :
zéro déchet, bas carbone, inclusifs, responsables sur la restauration
- Acquérir une méthodologie fiable pour minimiser les impacts négatifs de ses événements et maximiser les impacts positifs

Programme

Introduction au développement durable et à la formation Modules 1 à 4 (3 heures / module)	• M 1 - Vers des événements bas carbone • M 2 - Vers des événements zéro déchet • M 3 - Vers des événements à impact social positif • M 4 - Vers une alimentation responsable ◦ Introduction ◦ Comprendre les enjeux (contexte, chiffres clés), la démarche ◦ Connaître la réglementation ◦ Maîtriser les étapes clés : identifier les postes sensibles, impliquer les parties prenantes, identifier les leviers et construire un plan d'actions, activer les filières pour agir
Bilan et évaluation / Module 5 (2 heures)	• Retour sur les travaux issus des ateliers • Finalisation du plan d'actions • Evaluation

Modalités pratiques



Public : Responsables / professionnels / consultants développement durable / RSE Dirigeants d'organisations Référénts démarche RSE	Pré-requis : Connaissances des bases du développement durable et de la RSE
Tarif inter par personne : Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 14 heures (5 demi-journées) en distanciel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Apports théoriques, positionnement par introduction individuelle, ateliers participatifs, pédagogie inversée	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Etude de cas pratiques Quiz Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrice : Béatrice MAZEROLLES (Green Evénements)



Béatrice est titulaire d'un master Développement durable des organisations de Dauphine et d'un Bachelor of Art in Business Administration (UWE, Bristol). Référente Qualiopi chez Green Evénements, elle a formé un grand nombre de personnes sur des modules sur mesures ou au catalogue. Elle intervient sur plusieurs formations et accompagne les acteurs de l'événementiel dans leur démarche RSE et leur certification ISO.

Mise en place d'un système de management responsable (SMR) : ISO 20121:2024

Objectifs



- Mise en place d'un système de management responsable conforme à la norme ISO 20121 en vue de la certification :
- Comprendre comment mettre en œuvre un système de management responsable
- Maîtriser les enjeux du développement durable spécifiques à l'activité événementielle
- Savoir engager les parties prenantes
- Acquérir une méthodologie d'évaluation et de suivi du plan d'actions
- Répondre aux exigences de la norme ISO 20121 par la mise en place de processus de management responsable et la formalisation d'un système documentaire
- Evaluer son système dans une logique d'amélioration continue

Programme : Module 1

Le système de management et la norme ISO 20121 (1 x 7 h)	• Introduction à la norme ISO 20121 ◦ Introduction au développement durable ; présentation des grands enjeux de développement durable pour la filière événementielle ◦ Présentation de la norme ISO 20121 : définitions, fonctionnement d'un système de management responsable appliqué à l'activité événementielle, le principe de l'amélioration continue ◦ Planification du projet ◦ Démarrage du diagnostic stratégique : définition du périmètre de certification, définition des objectifs stratégiques et analyser son contexte d'entreprise (matrice SWOT), présentation de la consultation des parties-prenantes, méthode et présentation de la matrice de matérialité • Travaux à réaliser en autonomie ◦ Identifier les valeurs de l'entreprise, les objectifs stratégiques et le contexte (matrice SWOT) ◦ Identifier l'impact des enjeux de développement durable sur les objectifs stratégiques de l'entreprise ◦ Identifier les parties prenantes ◦ Planifier et débiter les écoutes des parties prenantes
--	---

Mise en place d'un système de management responsable (SMR) : ISO 20121:2024

Programme - Module 2

Diagnostic et définition des enjeux prioritaires (2 x 3 h 30)

- Partie théorique
 - Revue des travaux du module 1 pour validation
 - Hiérarchisation des enjeux selon les objectifs stratégiques de l'entreprise
 - Savoir utiliser la matrice de matérialité - Exercices pratiques
 - Mener les écoutes des parties prenantes sélectionnées
- Travaux à réaliser en autonomie
 - Poursuivre la programmation des écoutes avec les parties prenantes
 - Définir les actions associées à son contexte d'entreprise
 - Se familiariser avec les trames d'écoutes pour se les approprier

Programme - Module 3

Objectifs de développement durable et documents cadres (2 x 3 h 30)

- Partie théorique
 - Revue des travaux du module 2 pour validation
 - Décliner les enjeux prioritaires en objectifs, indicateurs et cibles
 - Présentation du manuel SMR
 - Rédiger sa politique de développement durable
 - Expliquer son fonctionnement à travers sa cartographie des processus
 - Bâtir son plan d'actions et ses fiches identité par processus
 - Exercices pratiques
- Travaux à réaliser en autonomie
 - Construire le plan d'actions et le tableau de bord (indicateurs, cibles, échéances de mise en œuvre)
 - Etablir sa cartographie des processus
 - Rédiger sa politique de développement durable
 - Rédiger son manuel SMR

Mise en place d'un système de management responsable (SMR) : ISO 20121:2024

Programme - Module 4

S'approprier les exigences de la norme et rédiger les procédures
(2 x 3 h 30)

- Partie théorique
 - Revue des travaux du module 3 pour validation
 - S'approprier les exigences de la norme
 - Savoir comment rédiger les procédures clés de son système de management
 - Le guide de mise en œuvre, répondant aux exigences de la norme ISO 20121
 - Présentation des exigences liées à la stratégie et à la communication
 - Faire vivre son plan d'actions et impliquer les pilotes
 - Exercices pratiques
- Travaux à réaliser en autonomie
 - Continuer à faire vivre son plan d'actions
 - Poursuivre la rédaction des documents cadres
 - Rédiger sa procédure sur la stratégie et l'identification des enjeux DD
 - Identifier les pilotes des procédures clés
 - Collecter les informations pour pouvoir aider à la rédaction des procédures clés, notamment celle sur la communication avec ses parties prenantes

Programme - Module 5

Rédaction des procédures achats responsables, non-conformités et communication
(2 x 3 h 30)

- Partie théorique
 - Revue des travaux du module 4 pour validation
 - Savoir comment rédiger la procédure achats responsables
 - Savoir comment rédiger la procédure
 - Communiquer avec ses parties prenantes
 - Savoir comment rédiger la procédure Traitement des non-conformités
 - Continuer à faire vivre son plan d'actions en impliquant l'ensemble des collaborateurs
 - Exercices pratiques
- Travaux à réaliser en autonomie
 - Continuer à faire vivre son plan d'actions
 - Poursuivre la rédaction des documents cadres
 - Identifier les pilotes et collecter les informations pour pouvoir rédiger les procédures Achats responsables et traitement des non-conformités
 - Rédiger les procédures achats responsables, communication et traitement des non-conformités

Mise en place d'un système de management responsable (SMR) : ISO 20121:2024

Programme - Module 6

Rédaction des procédures exigences légales et gestion des risques – Evaluation de sa démarche (audit interne)
(2 x 3 h 30)

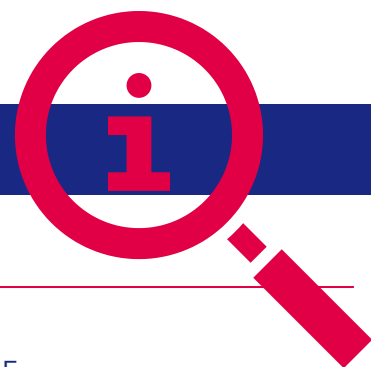
- Partie théorique
 - Revue des travaux du module 5 pour validation
 - Savoir comment rédiger la procédure sur la prévention des risques et la maîtrise des situations d'urgence
 - Savoir comment rédiger la procédure sur les exigences légales et volontaires
 - Se préparer à l'audit interne : présentation de la conduite d'un audit interne (posture de l'auditeur, élaborer un programme d'audits internes, déroulement)
 - Savoir comment rédiger la procédure audits internes
 - Exercices pratiques
- Travaux à réaliser en autonomie
 - Continuer à faire vivre son plan d'actions
 - Poursuivre la rédaction des documents cadres
 - Identifier les pilotes et collecter les informations
 - Rédiger les procédures exigences légales et Gestion des risques
 - Mobiliser tous les acteurs et les préparer à l'audit interne et de certification
 - Planifier l'audit interne et l'audit de certification

Programme - Module 7

Animer, évaluer et faire le bilan de sa démarche
(1 x 7 h)

- Partie théorique
 - Revue des travaux du module 6 pour validation
 - Se projeter sur la finalisation du système de management responsable
 - Planification des audits
 - Faire le bilan et initier l'amélioration continue – préparer sa revue de direction
 - Animer sa démarche dans le temps
 - Exercices pratiques
- Travaux à réaliser en autonomie
 - Finaliser la rédaction du manuel SMR
 - Mettre à jour le plan d'actions et faire le bilan de certaines actions
 - Préparer ses équipes à passer l'audit interne et la revue de direction
 - Animer sa démarche dans le temps

Modalités pratiques



Public : Toute structure souhaitant s'emparer des questions de RSE par la certification ISO 20121	Pré-requis : Expérience en lien avec la RSE La mobilisation de toute l'entreprise : la démarche ISO 20121 impacte l'ensemble de l'entreprise et nécessite la participation de tous et en particulier de la Direction Être présent sur l'ensemble des modules Effectuer les travaux demandés entre chaque session
Tarif inter par personne : Adhérent : 6 500,00 € HT Non adhérent : 7 500,00 € HT Tarif intra : Nous consulter Prévoir la réalisation d'un audit interne et une revue de direction à l'issue de la formation	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 49 heures en distanciel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Alternance apports théoriques et cas pratiques Travaux pratiques entre chaque séance, ateliers participatifs	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Ateliers avec mise en situation – jeux de rôle – quiz et tests Questionnaires d'évaluation Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 83 % (2022)	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrice : Pauline FROST (Green Événements)



Directrice conseil chez Green Événements depuis 2021, **Pauline** a passé plus de 10 ans au sein d'agences événementielles en France, tant sur des missions de production que projets. Titulaire d'un Bachelor de gestion et commercialisation, spécialisation création et communication événementielle, Pauline conseille les acteurs de la filière à réaliser des événements plus durables, tout en les accompagnant dans la mise en place de leur stratégie RSE et dans la construction de leur système de management responsable (ISO 20121).

Événements d'excellence durable compatible LEAD

(Label des Événements à Ambition Durable)

Objectifs



Introduction au Développement durable appliqué à l'événementiel

Comprendre les exigences du label LEAD

Aller plus loin dans l'organisation d'un événement responsable par des mises en application sur des sujets incontournables

Acquérir de nouvelles compétences pour accueillir et concevoir des événements : zéro déchets, bas carbone, inclusifs, responsables sur la restauration

Acquérir une méthodologie fiable pour répondre aux ambitions du LEAD

Programme : Module 1

Comprendre les exigences d'un événement à Ambition Durable (1 x 3 h 30)

- Introduction au développement durable appliqué au secteur de l'événementiel
 - Introduction au développement durable ; présentation des grands enjeux de développement durable pour la filière événementielle (avec ateliers sur la plateforme Mural)
- LEAD (Label à Ambition Durable) : exigences et solutions
 - Présentation du label (les protagonistes, le référentiel, le système de notation, le planning de l'audit)
 - Revue des exigences des 13 mesures du label (description, indicateurs et éléments de preuves)
 - Vers des événements bas carbone
 - Vers des événements zéro déchet
 - Vers des événements à impact social positif
 - BONUS : communiquer sur les enjeux du LEAD
- Travaux à réaliser en autonomie pour le module 2
 - Cartographier les entrants de l'événement et leur mode valorisation prévu
 - S'approprier le référentiel et ses exigences
 - Déterminer quelle médaille vous envisageriez pour votre événement. Quels critères sont les plus difficiles selon vous à mettre en place ? Pourquoi ? Quels critères vous paraissent les plus faciles ? Pourquoi ?

Événements d'excellence durable compatible LEAD

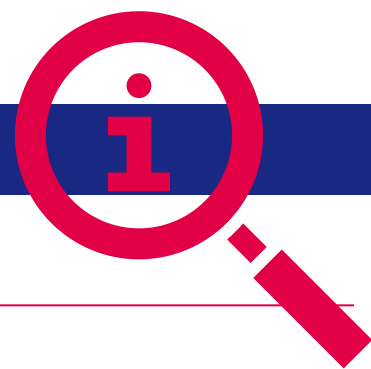
(Label des Événements à Ambition Durable)

Programme - Module 2

Application / construction d'un plan d'actions LEAD sur votre événement
(1 x 3 h 30)

- Ambition de l'événement et échanges sur les exigences LEAD
 - Revue des travaux du module 1 pour répondre aux interrogations éventuelles sur les exigences du label et valider l'ambition de l'événement (bronze/argent/or)
- Construction d'un plan d'actions LEAD sur votre événement
 - Cartographie des parties prenantes
 - Plan d'actions à zéro déchet (réponse à la mesure 1.1 « Eco-concevoir votre événement »). Revue du travail effectué par le stagiaire pour le module 2
 - Plan d'actions LEAD :
 - Savoir comment construire un plan d'actions LEAD
 - Compléter le tableur Excel par des actions spécifiques pour votre événement responsable
 - Travail sur un outil Excel rassemblant sur plusieurs onglets toutes les exigences, actions et les templates permettant de répondre aux exigences du LEAD. Cet outil sera complété au fur et à mesure de ce Module 2 afin que le stagiaire puisse repartir avec une base de documentation et un plan d'actions détaillé pour son événement responsable

Modalités pratiques



Public :

Toute structure souhaitant créer un événement responsable et/ou labeliser son événement avec le label LEAD

Pré-requis :

Des convictions sur les attendus d'un événement responsable et le développement durable.
Il est préférable que cette formation ait lieu 3 mois avant l'événement au minimum, afin que l'organisateur ait plus de flexibilité sur la construction de son événement
Des travaux seront demandés entre les deux modules (prévoir au minimum 0,5 jour du temps du stagiaire)

Tarif inter par personne :

Adhérent : 700,00 € HT
Non adhérent : 1.200,00 € HT

Tarif intra :

Nous consulter

Nombre de participants :

5 min – 10 max

Durée :

7 heures en distanciel (2 sessions)

Modalités et délai d'accès à la formation :

Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr
2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants

Démarche pédagogique :

Alternance apports théoriques et cas pratiques
Travaux pratiques entre chaque séance, ateliers participatifs

Méthode d'évaluation :

Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative
Ateliers avec mise en situation – quiz et tests
Questionnaires d'évaluation
Bilan de fin de formation
Enquête de satisfaction

Taux de satisfaction :

1ère session en 2026

Personne en situation de handicap :

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrice : Solen DE KERVASDOUE (Green Événements)



unimev
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT

Solen est titulaire d'un master of science International Sustainability Management / University of Birmingham – Bsc Economics & Geography. Elle est référente LEAD pour Green Événements et accompagne les acteurs de l'événementiel dans leur démarche RSE et leur certification ISO.

Nouvelle version de la norme ISO 20121 : Décryptage et mise en œuvre

Objectifs



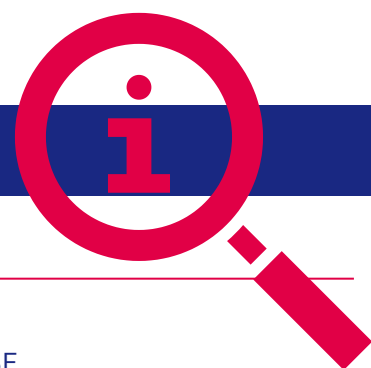
- Identifier les principes et exigences de la nouvelle version de la norme ISO 20121
- Définir le champ d'application du système de management responsable (SMR) dans le secteur événementiel
- Maîtriser les exigences et processus de la norme
- Comprendre le processus d'amélioration continue dans le nouveau référentiel
- Distinguer les facteurs clés de succès du SMR ISO 20121:2024
- Assimiler le processus de certification

Programme - Module 1

Introduction au développement durable (DD) et révision des principes de l'ISO 20121 - Le développement durable : de la théorie du donut à la RSE - Les enjeux du DD dans l'événementiel : la conception responsable par poste de l'événement - Le cadre de référence : la norme ISO 20121 Introduction et actualisation des principes	Esprit de la nouvelle norme et nouveau vocabulaire - Evolution du vocabulaire : plus clair, plus accessible - Les axes d'évolution : - Réalignement avec les principaux standards internationaux - Précision des processus - Focus : résultats - Suivi des résultats – amélioration continue - Exigences revues - Cas pratiques
Focus sur le diagnostic stratégique version 2024 - Les exigences liées à l'établissement de la stratégie DD de l'organisme - Analyser son contexte - Faire valoir le leadership - Planification du système de management responsable	Cas pratiques

Programme - Module 2

Revue des processus clés - Soutenir sa démarche : - Ressources - Communication et sensibilisation - Maîtrise des informations documentées - Réalisation de sa démarche : - Maîtriser ses processus clés et faire face aux changements - Focus sur les achats responsables	Focus sur l'évaluation de la performance version ISO 20121:2024 - Faire son bilan et initier l'amélioration continue - Audit interne - Revue de direction - Préparer son audit de certification - Animer sa démarche dans le temps - Cas pratiques
--	--



Public : Toute structure souhaitant s'emparer des questions de RSE par la certification ISO 20121	Pré-requis : Expérience en lien avec la RSE La mobilisation de toute l'entreprise : la démarche ISO 20121 impacte l'ensemble de l'entreprise et nécessite la participation de tous et en particulier de la Direction
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1.200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 7 heures en distanciel (2 sessions) Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Alternance apports théoriques et cas pratiques Travaux pratiques entre chaque séance, ateliers participatifs	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Ateliers avec mise en situation – quiz et tests Questionnaires d'évaluation Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrices : Green Événements



Pauline FROST est Directrice conseil depuis 2021, Elle a passé plus de 10 ans au sein d'agences événementielles, tant sur des missions de production que projets. Titulaire d'un Bachelor de gestion et commercialisation, spécialisation création et communication événementielle, Pauline conseille les acteurs de la filière à réaliser des événements plus durables, tout en les accompagnant dans la mise en place de leur stratégie RSE et dans la construction de leur système de management responsable (ISO 20121).

Béatrice MAZEROLLES est titulaire d'un master Développement durable des organisations de Dauphine et d'un Bachelor of Art in Business Administration (UWE, Bristol). Référente Qualiopi chez Green Événements, elle a formé un grand nombre de personnes sur des modules. Elle intervient sur plusieurs formations et accompagne les acteurs de l'événementiel dans leur démarche RSE et leur certification ISO.

Management



Coordination de prestataires : Les clés d'un management collaboratif et d'influence

Objectifs



Développer les compétences relationnelles et opérationnelles pour piloter efficacement des prestataires/fournisseurs
Sécuriser les livrables dans un environnement sous pression (montage, déplacements)
Renforcer la confiance mutuelle et la responsabilisation sans lien hiérarchique
Savoir gérer les tensions et les imprévus de manière professionnelle et proactive

Programme

Comprendre les ressorts de la collaboration sans lien hiérarchique	• Identifier les spécificités de la relation "client-prestataire" • Les risques courants : malentendus, désengagement, improvisation • Les leviers d'engagement sans autorité directe : confiance, clarté, reconnaissance • Cas pratique : "Pourquoi ça a dérapé ?" → Analyse d'un incident de montage ou livraison ratée
La préparation des missions à distance ou sur site	• Savoir créer des briefs clairs et utiles • Savoir clarifier les responsabilités de chacun, définir les livrables attendus • Utiliser les outils de planification et d'organisation : diagramme de Gantt – Matrice RACI • Définir ensemble les règles de fonctionnement et les marges de manœuvres
Communiquer et coordonner à distance	• Maîtriser l'utilisation efficace des outils de communication : SMS, appels, Visio, WhatsApp, etc... • Définir les points de contacts, séquences et relances • Faire preuve d'assertivité dans sa communication • Entretenir et développer le lien entre les équipes présentes sur site et à distance • Mobiliser – Fédérer – Responsabiliser • Savoir gérer l'urgence ou l'inattendu avec calme et pragmatisme

Coordination de prestataires : Les clés d'un management collaboratif et d'influence

Programme

Développer sa capacité à convaincre	• Savoir élaborer un argumentaire de conviction • Utilisation de l'outil SESAM pour convaincre et engager les collaborateurs dans l'action
Développer la confiance dans la durée	• Savoir construire une relation de fiabilité : Fiabilité = Rigueur + Relation • Les techniques de valorisation et de fidélisation de ses prestataires • Savoir dire merci, féliciter, faire des feedback régulier et utiles et partager les réussites. • Savoir gérer les erreurs et les tensions sans altérer la relation
Savoir résoudre les problèmes sur le terrain sans escalade	• Techniques de résolution rapide de conflit (DESC, écoute active) • Trouver des solutions en mode "partenaire" vs "client-fournisseur" • Réagir sans pression excessive, mais avec exigence
Conclusion de la formation : Les impératifs de chacun : construire son propre programme d'action	• Savoir analyser ses points forts et ses points faibles pour se bâtir un plan d'action de perfectionnement. Synthèse générale par le rappel des bénéfices escomptés

Modalités pratiques



Public : Tout collaborateur manager ou animateur dans le pilotage de ses prestataires et fournisseurs (graphistes, imprimeurs, transporteurs, monteurs, électriciens, etc.) à distance et en situation de montage	Pré-requis : Pratiquer le management sans lien hiérarchique direct avec des prestataires
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1.200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 8 max Durée : 1 jour en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode active pour provoquer et structurer des échanges Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Exercices d'application en sous-groupe Etudes de cas pratiques Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : François MEYNANT



François forme depuis 6 ans les équipes du LEADS dans le domaine du commerce et du management. Il dispense des formations, des accompagnements individuels, anime des séminaires et kick-off pour l'ensemble de ces agences.

Ancien cadre dirigeant dans l'industrie hôtelière et les métiers de service, il est spécialisé dans le management de grandes équipes, le développement personnel et l'optimisation des compétences.

Directeur commercial et opérationnel multisites, formateur et coach. Ses domaines de compétences sont les suivants :

- Management : du management de proximité au management stratégique de grandes équipes
- Commerce – Vente : de la prospection à la conclusion et au suivi de la vente tant en BtoB qu'en BtoC ou encore en BtoBtoC

Manager en mode hybride : Les nouvelles clés du leadership

Objectifs



Comprendre les enjeux et rôles du manager hybride
Maîtriser les facteurs clés de réussite du management à distance
Mettre en place une communication fluide et engageante en mode hybride
Adapter son style managérial et accompagner l'autonomie des collaborateurs
Développer la collaboration et la performance collective dans un environnement hybride
Animer des rituels et réunions hybrides efficaces

Programme

Manager à distance : connaître ses rôles	• Faire rechercher aux participants l'ensemble des rôles du manager dans le cadre de l'animation de collaborateurs à distance • Agir pour renforcer le sentiment d'appartenance de l'équipe • Clarifier le lien entre Qualité de vie au travail et management hybride
Les paramètres de la réussite dans le management à distance. Les qualités du manager hybride	• Maîtriser les 8 facteurs de succès dans la pratique managériale à distance • Développer ses qualités d'organisation, d'empathie, d'écoute, d'accompagnement, de bienveillance et de reconnaissance
Mettre en place une communication adaptée à la situation	• Sélectionner les outils collaboratifs afin d'assurer une circulation fluide et efficace des informations • Conserver le lien entre les équipes présentes sur site et à distance. Mobiliser – Fédérer – Responsabiliser • Donner du sens et de l'intérêt
Définir un modèle managérial des collaborateurs et le décliner en actions concrètes et précises	• Définir les mesures à prendre afin de devenir un leader reconnu comme tel par les collaborateurs • Déterminer comment être au service des collaborateurs en tant que coach
Concilier management hybride et dynamique d'équipe	• Revoir régulièrement les règles du jeu avec l'équipe, les adapter au fonctionnement en mode hybride • Investir les deux postures : synchrone pour animer l'équipe et asynchrone pour maintenir son influence

Manager en mode hybride : Les nouvelles clés du leadership

Programme

Adapter son management hybride à l'autonomie des collaborateurs	• Le management situationnel adapté au mode hybride • Établir la confiance grâce à vos capacités d'adaptation à la maturité professionnelle et relationnelle des équipes
Identifier et utiliser les 4 leviers du travail collaboratif dans son organisation	• Connaître les 4 leviers du travail collaboratif : savoir • Manifester sa confiance envers ses collaborateurs • Responsabiliser ses collaborateurs • Développer l'autonomie de son équipe • Définir précisément les évaluations de la performance
Adopter le « point 5 minutes », un levier pour dynamiser ses collaborateurs	• C'est un moment d'échange quotidien très court entre le manager et ses collaborateurs afin d'exprimer : ◦ Les résultats de la journée précédente, les objectifs ont-ils été atteints ? ◦ Les objectifs pour la journée à venir qui doivent se mesurer selon des indicateurs précis ◦ 5 minutes pour impliquer les collaborateurs dans l'analyse de leurs actions ◦ 5 minutes pour impliquer les collaborateurs dans la fixation de leurs objectifs et engagements
Adopter les bonnes pratiques de la réunion hybride	• Préparer une réunion en mode hybride : introduction de la réunion, déroulement, suivi en modalités distancielles • Identifier les 4 incontournables pour réussir la réunion hybride : les règles, les rôles, une inclusion, des méthodes collaboratives adaptées
Les impératifs de chacun : construire son propre programme d'action	• Savoir analyser ses points forts et ses points faibles pour se bâtir un plan d'action de perfectionnement • Synthèse générale par le rappel des bénéfices escomptés

Modalités pratiques



Public : Tout collaborateur manager ou animateur dans le pilotage d'une équipe hybride (sur site, à distance, en déplacement, en télétravail, etc...)	Pré-requis : Pratiquer le management hybride
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 8 max Durée : 1 jour en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Méthode active pour provoquer et structurer des échanges Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Exercices d'application en sous-groupe Etudes de cas pratiques Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : François MEYNANT



François forme depuis 6 ans les équipes du LEADS dans le domaine du commerce et du management. Il dispense des formations, des accompagnements individuels, anime des séminaires et kick-off pour l'ensemble de ces agences.

Ancien cadre dirigeant dans l'industrie hôtelière et les métiers de service, il est spécialisé dans le management de grandes équipes, le développement personnel et l'optimisation des compétences.

Directeur commercial et opérationnel multisites, formateur et coach.

Ses domaines de compétences sont les suivants :

- Management : du management de proximité au management stratégique de grandes équipes
- Commerce – Vente : de la prospection à la conclusion et au suivi de la vente tant en BtoB qu'en BtoC ou encore en BtoBtoC

Le burn-out ou syndrome d'épuisement professionnel

Objectifs

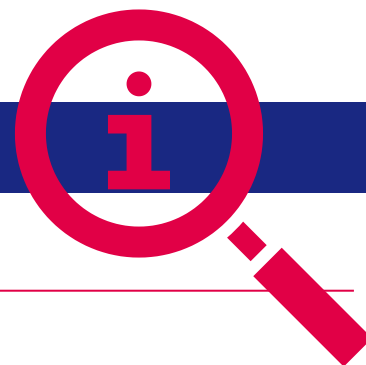


Savoir prévenir ou gérer des situations de burn-out, avec le salarié concerné et le reste de l'équipe

Programme

Retour d'expérience (REX) 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
Intervenir précocement : prévenir le burn-out et accompagner les salariés	• 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 questionnement collectif et organisationnel
Etude de situations concrètes	• Partage de difficultés et de bonnes pratiques selon la méthode du Co-développement

Modalités pratiques



Public : Dirigeants, DRH, RRH, Responsable de services, manager	Pré-requis : Encadrer une équipe
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 1 jour en présentiel ou en distanciel 2 demi-journées Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Formation associant les aspects théoriques et implication pratiques (échanges, exemples concrets)	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative QCM Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrices : Cabinet AlterAlliance



Cette formation sera animée par l'une des consultantes expertes du cabinet AlterAlliance, spécialisé dans la prévention des risques psychosociaux (RPS) et l'amélioration de la qualité de vie et des conditions de travail (QVCT) : **Valérie SCHEGIN**, médiatrice, **Vanessa BOISSARD** et **Laurie GRAND**, psychologues sociales, toutes trois Intervenantes en Prévention des Risques Professionnels (IPRP), **Dominique ROBIN**, coach individuelle et collective après un parcours opérationnel de développement RH en entreprise.

Management et développement de son leadership relationnel

Programme à la carte : Programme 1 ou Programme 2 ou Programmes 1 et 2

Objectifs

Développer ses capacités managériales pour accroître la performance globale
Être accompagné dans le développement de sa posture de leader
Elaborer une stratégie de changements
Analyser la dynamique de travail et la performance de son équipe
Favoriser l'innovation de son équipe et l'esprit de créativité



Programme 1 : formation collective

Management et développement de son leadership relationnel - Concepts clés

Adopter un leadership fonctionnel et relationnel efficient

- Types de leadership
- Leader, Manager, Coach : différences et complémentarités
- Positionnement managérial : valeurs, pouvoirs, responsabilité, compétences
- Modes de communication, relations hiérarchiques
- Gestion de la reconnaissance : assurer bien être et performance

Piloter l'activité , la motivation et la cohésion de groupe

- Modes de pilotage de l'activité : process managérial
- Objectifs et culture et du groupe
- Gestion du temps et des priorités
- Outils d'analyse de la performance et de la dynamique relationnelle de son équipe
- Leviers de motivation individuelle et collective
- Critères et conditions de la cohésion

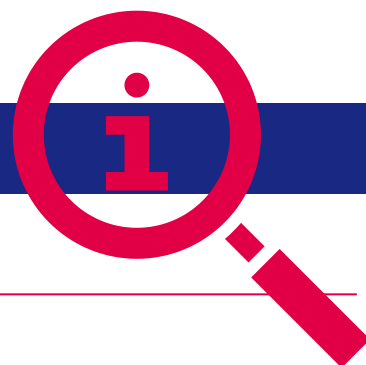
Programme 2 : accompagnement individuel

Être accompagné dans le développement de sa posture de leader d'équipe(s)
et dans l'élaboration d'une stratégie de changements

Thématiques sélectionnées en fonction des besoins préalablement exprimés par le participant

- Identification de ses talents de leader, points forts et points de vulnérabilité
- Analyser la dynamique de travail et la performance de son équipe
- Identifier les leviers de motivations personnelles et le niveau d'appartenance au groupe
- Utiliser les techniques de communication efficaces et adaptables
- Anticiper, gérer, sortir d'une situation conflictuelle
- Conduire le changement (Stratégie, Direction, Structure organisationnelle, innovation...)
- Faciliter l'esprit de cohésion de groupe - Méthode des 3 Contrats (Emerging Change®)

Modalités pratiques



Public : Manager en fonction Directeur de site, de services	Pré-requis : Encadrer une équipe
Tarif inter par personne Programme 1 : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif inter par personne Programme 2 : Adhérent : 3 000,00 € HT Non adhérent : 4 000,00 € HT Tarif inter par personne Programme 1 et 2 : Adhérent : 3 500,00 € HT Non adhérent : 4 500,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants formation collective : 5 min – 10 max Durée : Formation collective : 1 jour en présentiel Coaching : 14 heures (sessions de 2 heures) en distanciel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Apports théoriques adaptés et personnalisés en fonction des besoins nommés Consolidation sur cas concrets (appropriation) Exercices de mises en situation (ludique) Échanges et questionnements réflexifs Supports pédagogiques remis au fil de l'eau Travail sur des cas réels présentés par le ou les participants Conseils individualisés de mise en œuvre	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Questionnaire Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 100 % (Programme 1 - 2025)	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrice : Anne-Caroline FEIST



unimev
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÈNEMENT

Anne-Caroline est formatrice, consultante, coach en management et relations humaines au sein de la société Anne-Caroline Feist – Consulting, créé en avril 2006 et certifiée QUALIOPi en février 2022. La diversité de ses champs d'expertises lui permet de coacher et conseiller des dirigeants de PME, des managers et des leaders d'équipes, dont la nécessité est de repenser leur organisation, leur type de leadership et l'efficacité des processus managériaux, développer la rentabilité et assurer la pérennité de leur entreprise.

Juridique



Tout savoir sur les nouvelles dispositions de la Convention Collective des Bureaux d'Etudes Techniques et leurs déclinaisons pratiques

Objectifs

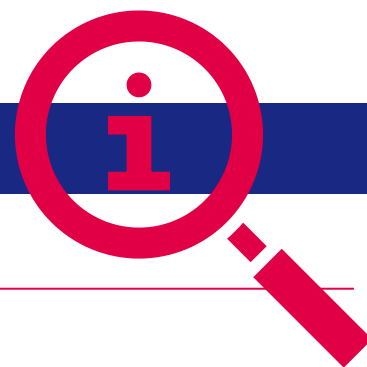
Connaître les nouvelles dispositions de la Convention Collective des Bureaux d'Etudes Techniques



Programme

Champ d'application	• Généralités
Contrat de travail	• Période d'essai • Préavis • Licenciement • Départ à la retraite • Salaires, primes, indemnités
Temps de travail	• Congés et jours fériés • Durée du travail : forfaits jours, travail de nuit, du dimanche, dispositions spécifiques foires / salons / congrès • Télétravail
Absences	• Maladie • Accident du travail • Maternité, parentalité
Déplacements	• Déplacements en France métropolitaine • Déplacements hors France métropolitaine
Inventions des salariés	• Règles générales • Rémunération du salarié • Inventions non brevetables

Modalités pratiques



Public : Dirigeants RRH, DRH Managers	Pré-requis : Encadrer une équipe
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 1 jour en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Exposé et cas pratiques	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Quiz et corrigé Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrices : Sophie TRINCEA / Géraldine FRANÇON



Sophie TRINCEA

Avocate 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.

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.

Prévenir les risques psychosociaux dans votre entreprise au regard du droit du travail

Objectifs

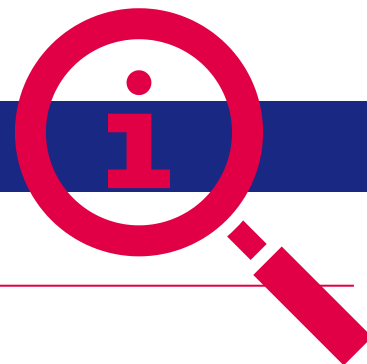
Définir et évaluer les différents risques psychosociaux en entreprise
Comprendre la nécessité d'une prévention des risques psychosociaux (RPS) auprès de salariés
Déterminer les mesures de protection collectives adaptées et les moyens d'améliorer l'environnement psychologique du travail
Connaître les moyens juridiques dont dispose l'employeur pour faire face aux situations de crise



Programme

Les risques psychosociaux : de quoi parle-t-on ?	• Définir les termes : stress, souffrance, risque psycho-social • Définir les risques psychosociaux en entreprise • Stress, harcèlement, mal-être, souffrance, dépression, burn out... : définitions et distinctions
Comprendre les principaux enjeux des RPS pour l'entreprise, les salariés et le management	• Connaître les RPS en chiffres • Enjeux humains, économiques, juridiques, médiatiques et managériaux • Evaluer la nature et l'étendue des risques pour l'employeur • Une responsabilité résultant des actes individuels et des méthodes collectives de management • Identifier les risques civil et pénal pour chaque acteur
Identifier les principales sources des RPS en entreprise	• RPS et régulation sociale globale de l'entreprise • Faire le point sur l'organisation du travail • Focus sur les comportements managériaux • Cerner les indicateurs utiles : absentéisme, maladies, accidents, troubles musculo-squelettiques (TMS)... • Repérer les comportements et attitudes du collaborateur concerné par le risque
Appréhender les dispositifs de prévention et de gestion des RPS	• Rôle des différentes structures et des différents acteurs • Comment accompagner les responsables hiérarchiques dans la prise de conscience des RPS • Identifier les principaux freins au développement des RPS : l'autonomie/le soutien de l'équipe/le soutien du manager/valorisation et reconnaissance
Agir en fonction de la situation rencontrée	• Traiter le cas d'une crise RPS individuelle selon ses prérogatives • Connaître les étapes d'un entretien • Savoir mener l'entretien en toute neutralité

Modalités pratiques



Public : Dirigeants RRH, DRH Managers	Pré-requis : Encadrer une équipe
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 1 jour en présentiel ou distanciel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Exposé et cas pratiques	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Quiz et corrigé Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrices : Sophie TRINCEA / Géraldine FRANÇON



Sophie TRINCEA

Avocate 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.

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.

Piloter le système de rémunération

Objectifs

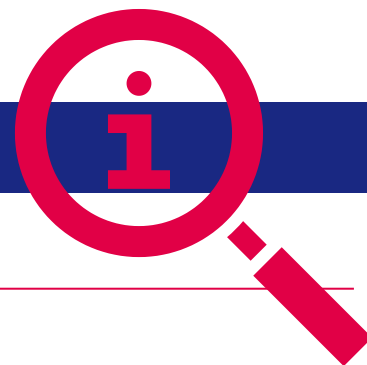
- Maîtriser les notions relatives aux rémunérations,
- Mettre en place un système de rémunération adapté et performant.



Programme

Distinguer les composantes d'un dispositif de rémunération	• Généralités
Connaitre l'évolution des salaires et ses règles	• Comprendre la structure des rémunérations (rémunération de base, variable...) • Comprendre l'impact de ces différents composants sur les paiements des heures supplémentaires, du travail du dimanche, des congés payés...
Déterminer la rémunération du collaborateur	• Maîtriser les contraintes légales, conventionnelles, jurisprudentielles • Valoriser la rémunération des compétences, prendre en compte la performance • Respecter le principe de l'égalité de traitement des rémunérations, de la transparence des rémunérations • Identifier les caractéristiques, enjeux et objectifs de la rémunération variable • Connaître les principaux dispositifs de rémunération variable et les intégrer comme outil de gestion • Faire coïncider rémunération variable et management par objectif
Elaborer une politique de rémunération globale	• L'épargne salariale • La participation et ses nouveautés attractives • L'intéressement • Les nouveautés sur la Prime de partage de la valeur

Modalités pratiques



Public : Dirigeants RRH, DRH Managers	Pré-requis : Encadrer une équipe
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 1 jour en présentiel Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Exposé et cas pratiques	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Quiz et corrigé Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formatrices : Sophie TRINCEA / Géraldine FRANÇON



Sophie TRINCEA

Avocate 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.

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.

Fiscalité



Optimiser sa pratique de la TVA

Objectifs

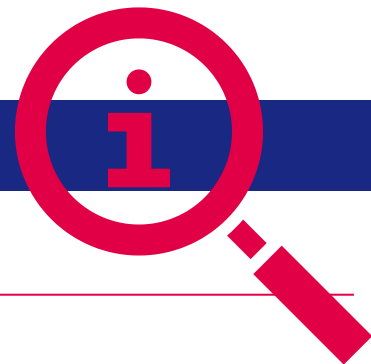
Maîtriser la réglementation de la TVA et sa mise en œuvre dans le cadre de l'organisation d'un événement national ou international



Programme

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
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
Points d'attention liés à l'actualité	• Facturation électronique et transmission des données comptables • Exigibilité (acomptes) • Importations et autoliquidation
Mises en pratique	• Illustrations • Cas pratiques

Modalités pratiques



Public : Directeurs administratif et financier Collaborateurs du service comptable Responsables commerciaux	Pré-requis : Connaître les notions comptables de base
Tarif inter par personne : Adhérent : 700,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 1 jour en présentiel ou en distanciel (2 demi-journées) Modalités et délai d'accès à la formation : Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
Démarche pédagogique : Base théorique et cas pratiques	Méthode d'évaluation : Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative QCM Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2026	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateurs : Cyrille KONTER / Alexandre SAVARY



unimev
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÈNEMENT

Cyrille KONTER

Directeur Général Délégué TEVEA International, 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.

Conditions générales de vente

1. ADHÉSION DE PRINCIPE

Toute action de formation implique, pour le Client, une adhésion sans réserve et une acceptation pleine et entière aux présentes conditions générales de vente.

2. DOCUMENTS CONTRACTUELS

Les documents contractuels sont le devis, la convention de formation, les présentes conditions générales de vente et la facture.

3. OBLIGATIONS D'UNIMEV

UNIMEV s'engage sur une obligation de moyens et fait diligence pour mettre tout son art et son savoir-faire pour atteindre les objectifs fixés.

A l'issue de la session, UNIMEV remet au client une attestation de fin de formation pour chacun des participants.

4. OBLIGATIONS DU CLIENT

Dès sa demande d'inscription, UNIMEV fait parvenir au Client un devis. A réception du devis signé, une convention de formation sera établie et envoyée par mail. Le Client s'engage à retourner à UNIMEV un exemplaire de la convention, signé, dans les plus brefs délais. 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'accord de prise en charge.

Conformément à l'article L.6353-5 du Code du Travail, le Client dispose d'un délai de rétractation d'une durée de 10 jours après l'édition de la Convention.

En cas de formation sur le site du client, le Client met à la disposition d'UNIMEV l'équipement adéquat pour accueillir la formation, notamment une pièce équipée permettant d'accueillir l'ensemble des participants dans des conditions adaptées. Il fait lui-même son affaire de la convocation des participants, sauf accord avec UNIMEV, et s'assure de leur présence.

5. PRIX, FACTURATION ET RÈGLEMENT

Le prix, indiqué HT, 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.

La facturation est établie à l'issue de la prestation de formation. 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.

6. 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. En cas de différence entre le coût de prise en charge de l'OPCO et le coût de formation, le Client s'engage à payer le reste à charge.

7. ANNULATION DE LA SESSION DE FORMATION PAR UNIMEV

UNIMEV se réserve la possibilité d'annuler 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.

8- RÉTRACTATION DU CLIENT DANS LES 10 JOURS DE L'INSCRIPTION

À compter de la date de signature du présent contrat, le Client dispose d'un délai de 10 jours pour se rétracter. Cette rétractation doit être notifiée par écrit. Dans ce cas, aucune somme ne peut être exigée.

9. DÉSISTEMENT DU BÉNÉFICIAIRE AVANT LE DEBUT DE LA SESSION DE FORMATION

Tout désistement doit être notifié à UNIMEV par écrit.

Pour tout désistement notifié :

- plus de 10 jours francs avant le 1er jour de la formation, 50% du montant de la participation reste exigible à titre d'indemnité forfaitaire ;
- moins de 10 jours francs avant le 1er jour de la formation, 100% du montant de la participation reste 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.

10. ABANDON DU BÉNÉFICIAIRE EN COURS DE SESSION DE FORMATION

En cas d'absence ou d'abandon en cours de session de formation, le montant de la formation reste dû et sera facturé au Client étant entendu qu'aucune prise en charge par l'OPCO ne pourra être mobilisée.

En cas d'abandon le montant sera calculé au prorata de la durée de présence effective du bénéficiaire par rapport à la durée totale prévue pour la session.

11. PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

11.1- Intérêt légitime

UNIMEV collecte des données personnelles relatives aux participants en vue de la bonne organisation des sessions de formation. La collecte de ces données permettra aux participants inscrits d'obtenir les modalités d'accès à l'événement par internet et de participer à l'ensemble des sessions organisées.

Les informations personnelles portées sur le formulaire d'inscription sont donc recueillies sur la base de l'intérêt légitime et enregistrées dans un fichier informatisé par UNIMEV - 11 rue Friant 75014 Paris.

Ces données peuvent être utilisées en conformité avec la Politique de confidentialité d'UNIMEV. Elles sont conservées aussi longtemps que nécessaire pour permettre de participer à l'événement SYT dans les meilleures conditions et répondre à vos demandes.

11.2 Droit d'accès, de rectification et d'effacement

Conformément au Règlement Européen pour la protection des données personnelles (UE) 2016/679 – RGPD et autres réglementations de protection des données, les participants disposent d'un droit accès à leurs données, de rectification et d'effacement, ainsi que d'un droit de limitation, de portabilité et d'un droit d'opposition.

Les participants disposent également du droit de définir les directives relatives au sort de leurs données à caractère personnel après leur mort. Pour exercer ces droits, le Client peut contacter UNIMEV à l'adresse rgpd@unimev.fr.

12. 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.

13. RÉCLAMATIONS

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

14. LOI APPLICABLE ET ATTRIBUTION DE COMPÉTENCE JURIDICTIONNELLE

Les présentes 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.

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 d'UNIMEV qui se réserve le droit d'y renoncer si bon lui semble.

UNIMEV **FORMATIONS**

unimev

UNIMEV|SV| MAJ DEC. 2025

11 rue Friant

75014 PARIS

Sophie VERGER

07 62 28 35 59

www.unimev.fr

