



Training & Auditing

Société de formation, d'audit et de services pour le tourisme
The tourism training, auditing and services consultancy company

160 cours du Médoc - 33300 BORDEAUX - FRANCE
TEL : 0033 (0)5 57 77 59 67 - Email : contact@ftc-consulting.com
www.ftc-consulting.com - <https://apprendrepourdemain.fr/>

RCS Bordeaux 522 199 264 - SIRET : 522 199 264 00022 - APE : 8559A
Déclaration d'activité de formation enregistrée sous le numéro 11756503275 auprès du préfet de région de l'Île de France, cet enregistrement ne valant pas agrément de l'Etat.

FICHE PÉDAGOGIQUE

Titre de l'atelier	Impulser, structurer et animer une démarche RSE en tourisme
Public cible	Dirigeants, cadres et employés des entreprises ou des collectivités qui travaillent dans le secteur du tourisme et des loisirs.
Contexte	Le tourisme durable ne se résume pas au respect de l'environnement. Une approche plus complète de Responsabilité Sociétale de son Entreprise (ou de son Organisation) permet d'engager une transition globale, progressive et cohérente sur les enjeux écologiques, sociaux, sociétaux, culturels et économiques du XXI ^{ème} siècle. Ainsi, à travers ces sujets, il s'agit pratiquer le changement, pour améliorer de manière continue ses méthodes de travail, son modèle de développement, ses produits et services, sa gouvernance interne, ainsi que ses relations externes (clients, fournisseurs et partenaires). Vers plus d'agilité et de résilience, vers plus d'écoute et de transversalité, vers une rentabilité de long terme, vers un climat interne apaisé et constructif : par la démarche RSE nous apportons aux acteurs du tourisme des solutions concrètes pour une performance responsable.

Modalités de déroulement

Durée	 35 heures (soit 5 jours).
Nature et déroulement	 Plan de développement des compétences  En présentiel
Formateur	 Guillaume BÉREAU  https://www.ftc-consulting.com/nos-consultants/  Coordonnées directes : guillaume@ftc-consulting.com
Nombre de stagiaires	 Si inter-entreprises : Mini = 5 pax, et Maxi = 12 participants.  Si intra entreprise : nous contacter.
Dates & horaires	 Date(s) à valider  Horaires à valider : plage maximum entre 8h30 et 13h00 puis entre 14h00 et 18h00

Modalités pédagogiques

Objectifs pédagogiques	Objectifs opérationnels
1. Connaître les principes (bases théoriques) d'une démarche RSE, adaptés au secteur du tourisme	1.1 Être capable de décrire les thématiques de la RSE selon l'ISO 26000, dans le secteur du tourisme. 1.2 Être capable de lister les étapes clés d'une démarche RSE dans une organisation touristique.
2. Comprendre les dimensions management de projet et conduite du changement dans un contexte RSE.	2.1 Être capable d'expliquer une dynamique d'amélioration continue sur la RSE. 2.2 Être capable d'identifier les interactions auprès des différentes parties prenantes de sa structure. 2.3 Être capable d'indiquer des pistes d'actions RSE adaptées à son environnement professionnel.
3. S'approprier les outils pour conduire une démarche de Développement Durable-RSE dans sa structure.	3.1 Être capable de préciser le déroulement d'un diagnostic RSE dans le secteur du tourisme 3.2 Être capable de définir une matrice de matérialité 3.3 Être capable de déterminer des indicateurs de suivi RSE adaptés aux activités de sa structure. 3.4 Être capable de poser les bases d'un plan d'actions

Prérequis	Aucun.
Programme détaillé par ½ journée (contenu pédagogique)	<p>>> JOUR 1 - MATIN <<</p> <p><u>Section 0 : Présentation et connaissance</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tour de table et présentation individuelle des participants, et du formateur. ➤ Recueil des attentes et des problématiques particulières. ➤ Présentation du cadre de la formation et rappel des objectifs. ➤ Diffusion du questionnaire d'évaluation des connaissances en démarrage de session. <p><u>Section 1 : A la découverte de la RSE</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ De quoi s'agit-il ? Quelques événements clés. ➤ Pourquoi le secteur du tourisme est concerné ? ➤ MISE EN SITUATION : Partager son vécu sur des impacts positifs ou négatifs liés à des activités touristiques. ➤ Intérêts et bénéfices possibles. ➤ Avantages et limites du concept de la RSE. ➤ DD vs QSE vs RSE ? <p><u>Section 2 : Un cadre réglementaire et/ou normatif en évolution</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le contexte international et textes fondateurs (Pacte Mondial, ODD, GSTC). ➤ Identification des textes législatifs applicables : loi sur le devoir de vigilance, loi Sapin II, Loi AGEC, Loi Climat & Résilience, Loi relative à la publication d'informations non financières (DPEF), etc. ➤ Les principales normes, labels et certifications, notamment en France. ➤ FOCUS sur les principes directeurs et les questions centrales de l'ISO 26000. ➤ MISE EN SITUATION : Illustrer les questions centrales par des exemples concrets (problématiques et bonnes pratiques).
	>> JOUR 1 - APRÈS-MIDI <<

- Au démarrage de la nouvelle demi-journée, un tour de table sur les attentes des participants est organisé.

Section 3 : Les dispositifs liés à la RSE dans le secteur du tourisme

- Panorama des labels et des certifications en tourisme responsable.
- Rôle et positionnement du GSTC (Global Sustainable Tourism Council).
- Analyse de la structure les thématiques des référentiels du GSTC.
- **FOCUS sur les critères du/des référentiel(s) du GSTC applicables aux participants.**

Section 4 : Les thématiques de la RSE dans un contexte touristique

- Rappel sur les 7 questions centrales de la RSE, selon la norme ISO2600.
- Volet social.
- Volet environnemental.
- Volet sociétal.
- Volet culturel et patrimonial.
- Volet économique.
- Volet économique.
- Achats écoresponsables.
- **FOCUS sur la dimension humaine : une approche transverse.**
- **MISE EN SITUATION : Identifier et justifier les thématiques pertinentes pour sa structure**

>> JOUR 2 - MATIN <<

- Au démarrage de la nouvelle demi-journée, un tour de table sur les attentes des participants est organisé.

Section 5 : Les étapes clés d'une démarche RSE

- Démarrer par un état des lieux (diagnostics internes et externes).
- L'écoconception et le cycle de vie d'un produit ou service touristique.
- De l'écoconstruction d'un site aux économies circulaires / collaboratives / de la fonctionnalité.
- L'éco-management et la dynamique d'amélioration continue.
- La gestion des ressources humaine.
- Structurer une stratégie adaptée à sa structure : Objectifs, Indicateurs, Actions, Suivi.
- **MISE EN SITUATION : Savoir se repérer dans une démarche RSE : concepts & réalités.**

Section 6 : Démarrer un diagnostic interne sur la RSE

- Utiliser différents outils de diagnostic interne RSE : autodiagnostic pour évaluer les pratiques actuelles, visite de site et observations, questionnaire auprès des employés, réaliser un bilan carbone et/ou un bilan énergétique, index égalité homme-femme, s'appuyer sur l'ISO 26000 ou sur d'autres dispositifs...
- Avantages et limites des outils pré formatés de diagnostic.
- Faire un bilan réglementaire (premier niveau ou niveau approfondie).
- Déterminer les premiers enjeux clés.
- **MISE EN SITUATION : Planifier et organiser le diagnostic RSE de sa structure.**

>> JOUR 2 - APRÈS-MIDI <<

- Au démarrage de la nouvelle demi-journée, un tour de table sur les attentes des participants est organisé.

Section 7 : Les parties prenantes

- Qui sont les parties prenantes ? Comment les repérer ? (Réaliser une cartographie).
- Lister les sujets qui peuvent les concerner (hypothèses).

- Repérer les attentes des parties prenantes.
- Etablir un questionnaire sur mesure pour évaluer la perception des PP.
- **MISE EN SITUATION** : Identifier et hiérarchiser ses parties prenantes.

Section 8 : Evaluation externe et matrice de matérialité

- Analyse de l'environnement local et de l'écosystème touristique.
- Réaliser un benchmarking.
- Qu'est-ce qu'une matrice de matérialité ? Origine et objectifs.
- Construire une matrice de matérialité.
- Utiliser l'analyse de matérialité pour améliorer la robustesse de sa démarche RSE.
- **ETUDE DE CAS** : Analyse de la matrice de matérialité d'acteurs du tourisme.
- **MISE EN SITUATION** : Construire les bases d'une enquête pour établir une matrice de matérialité.



Entre J1/J2 et J3/J4, nous proposons un temps hors formation pour que chaque participant puisse avancer par lui-même sur :

- son état des lieux,
- sa matrice de matérialité.

Pendant ce laps de temps, l'équipe de formateurs et experts FTC T&A se tient au service des participants pour toutes précisions sur l'atelier.

>> JOUR 3 – MATIN <<

- Au démarrage de la nouvelle demi-journée, un tour de table sur les attentes des participants est organisé. Bilan d'étape sur l'avancement de la formation.
- Échange et partage avec les participants sur leurs états des lieux et sur leurs matrices de matérialité.

Section 9 : Prise en compte des limites et opportunités possibles

- Synthèse des valeurs positives soulevées à l'occasion des diagnostics interne et externe.
- Analyse des moyens disponibles (humains, financier, temps, techniques...).
- Cadrage et principes de réalités : cohérence avec la stratégie globale, dont la démarche Qualité.
- Etre à la fois ambitieux et réaliste.
- **MISE EN SITUATION** : Analyse SWOT des éléments des diagnostics interne et externe.

Section 10 : Identification et mise en perspective des enjeux RSE

- Analyse des différentes problématiques sociales, environnementales, sociétales, culturelles et économiques recueillies.
- Synthèse, rapprochement et circonscription des problématiques pour faire émerger des enjeux clés.
- Evaluation de leur niveau d'importance / criticité : probabilité (ou fréquence) x gravité (ou effets).
- Hiérarchisation des enjeux significatifs.
- Mise en perspective des enjeux en lien avec les ODD des Nations-Unies.
- **MISE EN SITUATION** : Lister les enjeux prioritaires et secondaires de sa démarche.

>> JOUR 3 – APRÈS-MIDI <<

- Au démarrage de la nouvelle demi-journée, un tour de table sur les attentes des participants est organisé.

Section 11 : Appropriation des enjeux RSE

- Intégration à chaque niveau : exemplarité de la direction et gouvernance responsable
- Leviers dans le discours pour actionner l'engagement (écouter, débattre, faire prendre conscience, norme sociale, petit pas, légende du colibri).
- Organisation d'événements (ateliers, débats, réunions de travail...) pour partager et faciliter la compréhension des enjeux par les parties prenantes les plus impliquées.
- Articulation entre les enjeux et les pistes de solutions.

Section 12 : Construction d'une stratégie solide et de long terme

- Facteurs de réussite d'une stratégie RSE.
- Structurer sa démarche pour optimiser la responsabilité et la performance RSE.
- Adapter le niveau de structuration selon sa structure.
- Ancrer le projet dans la stratégie et les valeurs de l'entreprise.
- Convergence avec les démarches qualité, sécurité, santé, environnement existantes.
- **MISE EN SITUATION : Élaborer une charte / politique RSE adaptée à sa structure.**

>> JOUR 4 - MATIN <<

- Au démarrage de la nouvelle demi-journée, un tour de table sur les attentes des participants est organisé.

Section 13 : Définition d'objectifs SMART

- Croisement entre les enjeux prioritaires et les premières pistes d'actions. Emergence d'axes de travail puis d'objectifs pertinents.
- Origine et fonctionnement de la méthode SMART.
- Exemples d'objectifs RSE formalisés par des opérateurs touristiques.
- **MISE EN SITUATION : Définir des objectifs SMART adaptés à sa démarche RSE.**

Section 14 : Sélection et mise en œuvre d'indicateurs de suivi

- Compréhension des unités de mesure et de leur réalité physique.
- Identification des mesures couvrant les objectifs précédemment fixés.
- Construction de ratio si cela est pertinent pour analyser les consommations ou productions en lien avec d'autres données d'activité (superficie, nombre de clients...).
- Fréquence d'analyse des données.
- Modalités de mesure et responsabilisation des équipes.
- Création d'un fichier Excel de synthèse et de traitement des données.
- **MISE EN SITUATION : Établir son tableau de bord RSE à suivre dans la durée.**

>> JOUR 4 - APRÈS-MIDI <<

- Au démarrage de la nouvelle demi-journée, un tour de table sur les attentes des participants est organisé.

Section 15 : Elaboration collective d'un plan d'actions

- Brainstorming sur les bonnes pratiques pouvant être adoptées.
- Panorama complémentaire et exemples d'initiatives prises par des opérateurs.
- Organisation d'ateliers collectifs pour recueillir les suggestions, puis les hiérarchiser.
- Structuration d'un plan, approfondissement et répartition des actions à mener.
- Animation d'un plan d'actions RSE, pour en faire un document vivant.
- **MISE EN SITUATION : Formuler un plan d'actions RSE sur mesure.**

Section 16: Reporting RSE

- Les bases d'un reporting extra-financier.

- Etablir une déclaration de performance extra-financière (DPEF).
- La notion d'indicateurs clés de performance.
- Apprécier la qualité d'un reporting.
- **MISE EN SITUATION** : Définir le socle d'un reporting RSE adapté à sa structure.



Entre J3/J4 et J5, nous proposons un temps hors formation pour que chaque participant puisse avancer par lui-même sur :

- ses objectifs SMART,*
- son plan d'actions RSE.*

Pendant ce laps de temps, l'équipe de formateurs et experts FTC T&A se tient au service des participants pour toutes précisions sur l'atelier.

>> JOUR 5 - MATIN <<

- Au démarrage de la nouvelle demi-journée, un tour de table sur les attentes des participants est organisé. Bilan d'étape sur l'avancement de la formation.
- Échange et partage avec les participants sur leurs objectifs et leurs plans d'actions.

Section 17 : La mission du responsable ou animateur RSE

- Identifier les challenges et spécificités de la mission.
- Clarifier les responsabilités et prises de décisions : qui fait quoi et quand ?
- Construire et animer un réseau de correspondants, dont la collecte des données.
- Animer et faire vivre un groupe de travail RSE. Responsabiliser une Green Team.
- Faire un bilan objectif, tant des résultats que des méthodes et moyens employés.
- **MISE EN SITUATION** : Rédiger une fiche de poste en précisant les compétences et principales tâches à exécuter.

Section 18 : Mobilisation des forces vives pour engager le changement

- Les conditions de réussite de la démarche RSE.
- Accompagner le changement, lever les résistances, détecter et dépasser les freins.
- Rappel sur la gouvernance de la démarche et/ou de la structure.
- Gestion des ressources humaines au cœur du projet RSE.
- Information, sensibilisation et formation des équipes.
- Apporter une dimension ludique et/ou impliquante.
- **MISE EN SITUATION** : Préparer un plan de formation et une action de mobilisation.

>> JOUR 5 - APRÈS-MIDI <<

- Au démarrage de la nouvelle demi-journée, un tour de table sur les attentes des participants est organisé.

Section 19 : Communication sur sa démarche RSE

- Les enjeux de la communication interne et externe. Lutte contre le greenwashing.
- La communication institutionnelle, corporate.
- Les arguments RSE dans la communication commerciale.
- Impliquer ses clients sur la RSE dans le cadre d'un produit ou service responsable (dont l'usage du nudge marketing).
- L'événementiel responsable.
- La valorisation de la démarche RSE.
- **MISE EN SITUATION** : Analyser un rapport Développement Durable dans le tourisme.

Section 20 : Ressources et partenaires pour déployer sa démarche RSE

- Identification des acteurs œuvrant pour un tourisme plus durable.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Partage de ressources documentaires sur les thématiques RSE. ➤ Aides financières et opportunités ➤ FOCUS sur l'ADEME et sur le Fonds Tourisme Durable (si pertinent). <p><u>Section 21 : Fin de formation et évaluations</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Constitution et remise d'une boîte à outils. ➤ Évaluation des connaissances (QCM). ➤ Conclusion et échanges sur le rôle de chacun. ➤ Enquête de satisfaction sur l'atelier. ➤ Recueil de la satisfaction sur l'atelier.
<p>SYNTHÈSE DU PROGRAMME</p>	<p>>> JOURS 1 & 2 <<</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Section 0 : Présentation et connaissance ➤ Section 1 : A la découverte de la RSE ➤ Section 2 : Un cadre réglementaire et/ou normatif en évolution ➤ Section 3 : Les dispositifs liés à la RSE dans le secteur du tourisme ➤ Section 4 : Les thématiques de la RSE dans un contexte touristique ➤ Section 5 : Les étapes clés d'une démarche RSE ➤ Section 6 : Démarrer un diagnostic interne sur la RSE ➤ Section 7 : Les parties prenantes ➤ Section 8 : Evaluation externe et matrice de matérialité <p><i>Hors temps de formation : approfondissement individuel recommandé sur son état des lieux, et sa matrice de matérialité.</i></p> <p>>> JOURS 3 & 4 <<</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Section 9 : Prise en compte des limites et opportunités possibles ➤ Section 10 : Identification et mise en perspective des enjeux RSE ➤ Section 11 : Appropriation des enjeux RSE ➤ Section 12 : Construction d'une stratégie solide et de long terme ➤ Section 13 : Définition d'objectifs SMART ➤ Section 14 : Sélection et mise en œuvre d'indicateurs de suivi ➤ Section 15 : Elaboration collective d'un plan d'actions ➤ Section 16: Reporting RSE <p><i>Hors temps de formation : approfondissement individuel recommandé sur ses objectifs SMART, et son plan d'actions RSE.</i></p> <p>>> JOUR 5 <<</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Section 17 : La mission du responsable ou animateur RSE ➤ Section 18 : Mobilisation des forces vives pour engager le changement ➤ Section 19 : Communication sur sa démarche RSE ➤ Section 20 : Ressources et partenaires pour déployer sa démarche RSE ➤ Section 21 : Fin de formation et évaluations
<p>>>></p>	<p>Les durées de chaque module dans le programme détaillé ci-dessus ne sont données qu'à titre indicatif. Le déroulement s'adapte à chaque groupe et à chaque situation.</p>
<p>Points forts</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Formation adaptée et spécialisée pour le secteur du tourisme et des loisirs. ➤ Formation concrète et opérationnelle, avec de nombreuses mises en situations et des temps de travaux individuels. ➤ Le contenu théorique et sa mise en pratique visent à rendre autonome sur le sujet. ➤ Remise d'une boîte à outils et formateur disponible pendant 6 mois, par téléphone.

<p style="text-align: center;">Méthodes et supports pédagogiques utilisés</p>	<p>En amont : Avant la formation et au moins une semaine avant, le formateur prendra contact avec l'ensemble des participants et leur organisme afin de leur demander leurs attentes, apprécier d'un point de vue global la situation de leur structure et de leurs projets, et leur demander - si utile - d'apporter quelques documents qui apparaîtront comme pertinents au regard de leur problématique.</p> <p>Le jour « J » : Afin d'assurer une réussite et une possibilité d'application immédiate des résultats de la formation, FTC T&A propose de mettre en application la méthode dite de « formation-action » consistant à travailler avec l'ensemble des participants en plusieurs temps :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques et pratiques, adaptés aux secteurs des services, du tourisme et des loisirs ➤ Rapprochement entre ces concepts et les activités des participants, leurs spécificités, leurs projets ➤ Présentation d'exemples, échanges, retours d'expériences, témoignages ➤ Participation active des stagiaires ➤ Démonstrations pratiques de méthodes, d'outils et de techniques ➤ Étude de cas et/ou mises en situation concrètes et travail en sous-groupe. <p>Supports pédagogiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diaporama (supports de présentation). ➤ Outils spécifiques développés pour les professionnels. ➤ Boîte à outils complète. ➤ Tableau de bord / feuille de route à personnaliser. <p>Le formateur est en charge de la mise à jour régulière des supports et des méthodes de formation, afin d'être le plus possible en adéquation avec l'actualité.</p> <p><i>NB : Les participants seront incités à venir avec un ordinateur portable afin de pouvoir réaliser plus facilement certains travaux et tirer immédiatement bénéfice de la session.</i></p>
<p style="text-align: center;">Règlement intérieur</p>	<p>L'ensemble des formations FTC T&A suit un règlement intérieur, qui est disponible pour tous, avant et pendant chaque session.</p>
<p style="text-align: center;">Moyens matériels <small>(sous réserve de confirmation du lieu de formation)</small></p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Écran. ➤ Vidéoprojecteur. ➤ Paper-Board (si possible). ➤ Connexion internet Haut-Débit.
<p style="text-align: center;">Évaluation des acquis</p>	<p>Dans le cadre de la "démarche qualité" interne à FTC T&A, avant la fin de la formation, il sera demandé à chaque participant de remplir :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ un questionnaire d'évaluation des acquis de la formation, qui permet d'apprécier le niveau d'acquisition de chaque objectif opérationnel. ➤ un questionnaire de satisfaction de la session. <p>En complément, à mi-parcours, un tour de table sera organisé pour vérifier que le contenu de la formation répond bien aux attentes des participants.</p> <p>En application de l'article L. 6313-7 du Code du travail, une attestation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation peut être remise au stagiaire à l'issue de la formation.</p>
<p style="text-align: center;">Indicateurs de résultats FTC T&A</p>	<p>Sur l'ensemble de nos prestations en tant qu'organisme de formations :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Taux de satisfaction stagiaire (période 2021/2024) : 94,15 % ➤ Taux de satisfaction entreprise (période 2021/2024) : 100 % ➤ Taux de montée en compétence (période 2021/2024) : 96,55% ➤ Taux de recommandation (période 2024/2024) : 100%

Modalités d'accès

Inscription	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute participation nécessite une inscription préalable. ➤ Un bulletin d'inscription vierge est remis ou téléchargeable sur https://apprendrepourdemain.fr ➤ Renvoyez le bulletin complété et signé, accompagné du règlement (chèque ou virement) si la formation n'est pas réglée directement par votre OPCO, par courrier postal à : <p style="text-align: center;">FTC T&A 160 cours du Médoc - 33300 BORDEAUX - FRANCE</p> ➤ Doublez votre envoi par un email à gestion@ftc-consulting.com ➤ Délais d'accès : prévoir entre 1 et 4 mois de délais entre le dépôt du bulletin et la confirmation de la session.
Contacts FTC T&A et relations stagiaires	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contact Administratif : Mme Fernanda LIMA - gestion@ftc-consulting.com ➤ Adresse postale : FTC T&A – 160 cours du Médoc - 33300 Bordeaux ➤ Contact Pédagogique : cf. coordonnées du formateur ci-dessus (p. 1).
Accessibilité pour tous	<p>Nous mettons tous nos efforts en œuvre pour que nos sessions de formations soient accessibles à tous. Pour plus de précisions, n'hésitez pas à solliciter notre référent handicaps en amont des formations : Mme Fernanda LIMA – tél. 05 57 77 59 67</p>
Horaires du stage	<ul style="list-style-type: none"> ➤ À valider : plage maximum entre 8h30 et 13h00 puis entre 14h00 et 18h00 ➤ Présentiel = accueil sur place, 5 minutes avant le début du stage. Fermeture 5 minutes après la fin de la session. ➤ Distanciel = connexion possible 5 minutes avant l'horaire confirmé.
Lieu du stage	<ul style="list-style-type: none"> ➤ À valider lors de la commande. ➤ Sera confirmé dans l'invitation remise aux inscrits. ➤ En visio, les liens d'accès seront transmis aux inscrits avant la première session.
Paieement	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Par chèque (à l'ordre de François Tourisme Consultants Training & Auditing, à envoyer à l'adresse du siège : 160 cours du Médoc – 33300 Bordeaux) ou par virement bancaire. ➤ Merci d'indiquer le titre et la date de la formation concernée. ➤ IBAN : FR76 3000 3015 9800 0270 0016 957 ➤ BIC : SOGEFRPP
Tarif	<ul style="list-style-type: none"> ➤ En individuel : à partir de 1 250,00 € HT / participant. ➤ En Intra-Entreprise : à partir de 1 250,00 € HT / jour.