



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

Liberté
Égalité
Fraternité

BOAMP.fr

Bulletin officiel des annonces des marchés publics

Avis de marché

Attention : les informations contenues dans l'extrait PDF peuvent dans certains cas ne pas présenter le texte intégral de l'annonce. Les extraits PDF des annonces du BOAMP ne constituent pas le format officiel, pour consulter le texte intégral au format officiel du présent avis, cliquez sur <https://www.boamp.fr/pages/avis/?q=idweb:26-102438>

Département(s) de publication : **45**

Annonce n° **26-102438**

Services

Section 1 - Identification de l'acheteur

Nom et adresse officiels de l'organisme acheteur : Comité Régional du Tourisme Centre-Val de Loire

Correspondant : ROIRON Pierre-Alain, Président

Adresse : 3/5 boulevard de Verdun, B.P. 45000 45000 ORLEANS

Coordonnées :

Téléphone : 0238799500

Courriel : b.egret@centre-valdeloire.org

Adresse internet : <http://www.tourisme-pro-centre.fr>

Adresse internet du profil d'acheteur : <http://www.marches-publics.info/>

Section 2 - Description du marché

Objet du marché : CONCEPTION ET ANIMATION DE FORMATIONS-ACTIONS DANS LE CADRE DU PLAN RÉGIONAL DE FORMATION 2027 A DESTINATION DES PROFESSIONNELS DU TOURISME DU CENTRE-VAL DE LOIRE

Lieu d'exécution et de livraison : FRB - CENTRE - VAL DE LOIRE

Section 3 - Caractéristiques du marché

Caractéristiques principales : La présente consultation a pour objet la conception et l'animation de formations-actions dans le cadre du plan régional de formation 2027 à destination des professionnels du tourisme du Centre-Val de Loire intitulé Formations Tourisme O'centre. Ce plan régional de formation vise à accompagner l'ensemble des acteurs régionaux du tourisme (hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires de sites, prestataires d'activités, organismes de tourisme (OT, ADT, CRT), personnels tourisme des collectivités, etc.) afin de leur donner les clés pour s'adapter et se renouveler dans un contexte économique difficile autour des thématiques suivantes : - Accueil, expérience client et accessibilité pour tous - Commercialisation en ligne - Management, gouvernance et modèle économique - Tourisme Responsable

Refus des variantes.

Section 4 - Durée du marché ou délai d'exécution

à compter du 04/01/2027 et jusqu'au 17/12/2027

Section 5 - Conditions relative au marché

Modalités essentielles de financement et de paiement et/ou références aux textes qui les réglementent : Se référer au CCTP

Unité monétaire utilisée, l'euro.

Langues pouvant être utilisées dans l'offre ou la candidature en complément de celles faites en français : français

Section 6 - Justifications à produire quant aux qualités et capacités du candidat

Documents à produire obligatoirement par le candidat, à l'appui de sa candidature :

Documents à produire à l'appui des candidatures par le candidat, au choix de l'acheteur public :

Documents à produire obligatoirement par l'attributaire, avant la signature et la notification du marché public ou de l'accord-cadre (formulaire NOT11) :

Autres renseignements demandés : Renvoi au règlement de la consultation

Section 7 - Critères d'attribution

Offre économiquement la plus avantageuse appréciée en fonction des critères énoncés dans le cahier des charges (règlement de la consultation, lettre d'invitation ou document descriptif)

Section 8 - Mode de passation du marché

Type de procédure : procédure adaptée

Section 10 - Conditions de délai

Date limite de réception des offres : 16/11/2026 à 12:00

Délai minimum de validité des offres : 90 jours à compter de la date limite de réception des offres.

Section 11 - Autres renseignements

Numéro de référence attribué au marché par le pouvoir adjudicateur / l'entité adjudicatrice : S-PA-1892776 102026

Renseignements complémentaires : Les dépôts de plis doivent être impérativement remis par voie dématérialisée. Pour retrouver cet avis intégral, accéder au DCE, poser des questions à l'acheteur, déposer un pli, allez sur <http://www.marches-publics.info/> Code NUTS : FRB Lot 1 - Donner envie de revenir à vos clients : boostez votre accueil ! Lot 2 - Performer dans ses techniques narratives pour des visites guidées réinventées Lot 3 - Ecrire en Facile à Lire et à Comprendre (FALC) Lot 4 - Faire de l'accessibilité un réflexe pour accueillir sans exception Lot 5 - Label Tourisme & Handicap : les clés pour adapter son accueil Lot 6 - Utiliser de manière pertinente les outils de l'Intelligence Artificielle de traduction Lot 7 - Accompagner ses prestataires dans leur stratégie tarifaire Lot 8 - Vendre au juste prix pour maximiser ses revenus Lot 9 - Valoriser son activité touristique avec la photo numérique Lot 10 - Améliorer la performance de son site web pour dynamiser ses ventes Lot 11 - Rédiger de manière persuasive pour déclencher l'acte d'achat Lot 12 - Mettre son offre touristique en scène : photographier, raconter et donner envie Lot 13 - Raconter son offre touristique en vidéo : du tournage au partage Lot 14 - Développer un site web efficace pour dynamiser ses ventes Lot 15 - Développer sa commercialisation via les réseaux sociaux Lot 16 - E-tourisme : comprendre pour mieux accompagner ses prestataires Lot 17 - Maîtriser les aspects juridiques de la commercialisation en ligne Lot 18 - Conseiller ses prestataires dans les outils de réservation en ligne Lot 19 - Diversifier ses canaux de distribution sans perdre le contrôle Lot 20 - Accompagner ses prestataires sur les OTA : du diagnostic aux recommandations Lot 21 - Se lancer sur les OTA sans faux pas Lot 22 - Optimiser la visibilité de mon offre grâce aux outils régionaux Lot 23 - Décrypter et évaluer le descriptif d'une offre touristique

Lot 24 - Construire une offre en ligne pour mieux séduire ses clients Lot 25 - Vendre son offre en ligne : les bons choix pour son activité Lot 26 - Booster son activité en gérant sa réputation en ligne Lot 27 - Accompagner ses prestataires dans la gestion de leur e-réputation Lot 28 - Tarifier son offre d'hébergement avec l'Intelligence Artificielle Lot 29 - Rédiger pour le web à l'aide de l'Intelligence Artificielle Lot 30 - Faire des avis clients un atout commercial avec l'aide de l'Intelligence Artificielle Lot 31 - Optimiser son référencement sur les outils génératifs de l'Intelligence Artificielle A (GEO) Lot 32 - Calculer la contribution économique de ses actions : identifier les coûts cachés et piloter la performance Lot 33 - Mesurer et valoriser la contribution de l'office de tourisme au développement de son territoire Lot 34 - Ensemble, plus visibles : les Offices de Tourisme à l'heure des micro-destinations Lot 35 - Maîtriser et accompagner la mise en oeuvre de la Loi Lemeur Lot 36 - Maîtriser les aspects juridiques de la commercialisation en ligne pour mieux accompagner ses prestataires Lot 37 - Connaître et appliquer les aspects juridiques et éthiques de l'Intelligence Artificielle dans le tourisme Lot 38 - Cap assuré, même à budget serré : anticiper, s'adapter, se réinventer Lot 39 - Communiquer en temps de crise : se préparer et faire face Lot 40 - Manager des comportements difficiles Lot 41 - Maîtriser la délégation pour gagner en efficacité Lot 42 - Recruter, encadrer et former les saisonniers Lot 43 - Conduire un événement éco-responsable Lot 44 - Sensibiliser et inciter les visiteurs à adopter des écogestes Lot 45 - Optimiser les coûts d'exploitation de son hébergement touristique grâce aux écogestes Lot 46 - Optimiser les coûts d'exploitation pour son restaurant grâce aux écogestes Lot 47 - Privilégier les circuits courts et le Zéro déchet en restauration Lot 48 - Intégrer la cuisine végétale à sa carte Lot 49 - Devenir un établissement labelisé "Accueil vélo" Lot 50 - Ecolabels et certifications : comment choisir et passer à l'action ?

Modalités d'ouverture des offres : Date: 16 nov. 2026 Lieu : Marché périodique : NON Calendrier prévisionnel de publication des prochains avis : Instance chargée des procédures de recours : Tribunal administratif d'Orléans, 28, rue de la Bretonnerie 45057 Orléans Cedex 1 Tél : 0238775900 Fax : 0238538516 Mel : greffe.ta-orleans@juradm.fr

Précisions concernant le(s) délai(s) d'introduction des recours : Cf. le greffe du Tribunal Administratif à l'adresse ci-dessus. Pour être recevable, l'offre devra présenter impérativement et uniquement les 4 annexes modèles fournies : 1. La fiche d'identité de l'organisme de formation (annexe 1) 2. Par lot : la fiche pédagogique (annexe 2), le devis (annexe 3) et le curriculum vitae et référence de l'intervenant (annexe 4)

Section 13 - Renseignements relatifs aux lots

Possibilité de présenter une offre pour l'ensemble des lots

- **Lot(s) 1** - Donner envie de revenir à vos clients : boostez votre accueil ! - Identifier l'importance de sa mission « accueil » - Savoir s'adapter aux exigences des différents types de clientèle (face à face, téléphonique, mail, réseaux) - Savoir donner une valeur ajoutée à son accueil en face à face, au téléphone et par e-mail - Acquérir les outils pour gérer les situations conflictuelles et répondre aux comportements déstabilisants
- **Lot(s) 2** - Performer dans ses techniques narratives pour des visites guidées réinventées - Identifier les attentes des visiteurs en matière de visites guidées - Concevoir et raconter une histoire à l'écrit et à l'oral, au service de ses visites guidées - Connaître les clés d'un storytelling efficace - Savoir faire appel aux émotions pour captiver ses publics - Intégrer l'IA générative dans l'élaboration de son storytelling
- **Lot(s) 3** - Ecrire en FACile à Lire et à Comprendre (FALC) - Cerner les difficultés des personnes handicapées intellectuelles en matière d'accès à l'information écrite - Créer et transcrire des documents écrits en appliquant les règles du « FACile à Lire et à Comprendre » - Impliquer les personnes handicapées intellectuelles dans l'élaboration des documents écrits faciles à lire et à comprendre - Appliquer la méthodologie d'évaluation d'une production en FALC
- **Lot(s) 4** - Faire de l'accessibilité un réflexe pour accueillir sans exception - Comprendre les principes et enjeux de l'accessibilité universelle dans le tourisme - Identifier les obligations réglementaires et les besoins des différents publics - Évaluer le niveau d'accessibilité de son activité (accueil, circulation, signalétique, information et outils numériques) - Mettre en place

des actions concrètes pour améliorer l'accueil et le parcours client en repérant les points de friction - Valoriser son engagement en faveur d'un tourisme accessible à toutes et à tous (communication, labels)

- **Lot(s) 5** - Label Tourisme & Handicap : les clés pour adapter son accueil - Identifier les différentes personnes en situation de handicap et leurs besoins - Connaître le contexte réglementaire et comprendre les enjeux de l'accessibilité et du label Tourisme & Handicap - Appréhender les difficultés et obstacles liés à l'accessibilité d'un lieu selon les types de handicap - Savoir accueillir et informer les personnes en situation de handicap
- **Lot(s) 6** - Utiliser de manière pertinente les outils de l'Intelligence Artificielle de traduction - Identifier les principaux outils de traduction de l'IA et comprendre leurs spécificités (automatique, assistée, générative) - Choisir l'outil de traduction le plus pertinent pour son activité professionnelle à l'oral et à l'écrit
- **Lot(s) 7** - Accompagner ses prestataires dans leur stratégie tarifaire - Comprendre les enjeux d'un événement éco-responsable et identifier ses principales sources d'impact - Intégrer l'éco-conception à chaque étape de l'organisation en impliquant l'ensemble des parties prenantes - Mettre en place des actions concrètes de réduction des impacts et les évaluer à l'aide d'indicateurs simples - Valoriser son engagement de façon crédible grâce aux labels et référentiels existants
- **Lot(s) 8** - Vendre au juste prix pour maximiser ses revenus - Comprendre les bases de la tarification dynamique (Yield management) - Adapter ses prix selon la saisonnalité et la demande - Construire une grille tarifaire cohérente - Identifier les périodes à fort et faible potentiel
- **Lot(s) 9** - Valoriser son activité touristique avec la photo numérique - Comprendre et cerner les enjeux de la photo dans le choix du client - Comprendre les bases de la mise en valeur visuelle d'un lieu, d'un plat, d'un hébergement ou d'une activité - Maîtriser les règles de bases et les bonnes pratiques de la photo numérique - Utiliser les outils gratuits de création et de retouche d'image, dont l'Intelligence Artificielle - Connaître la législation en matière de droit à l'image et de propriété intellectuelle
- **Lot(s) 10** - Améliorer la performance de son site web pour dynamiser ses ventes - Définir une stratégie web alignée avec les objectifs de vente de son activité touristique - Avoir un site internet structuré, attractif et orienté conversion - Optimiser les contenus et le référencement naturel - Intégrer et paramétrer des outils de réservation ou de paiement en ligne - Analyser les performances du site et ajuster les actions pour augmenter les ventes
- **Lot(s) 11** - Rédiger de manière persuasive pour déclencher l'acte d'achat - Connaître les bases du copywriting touristique pour les appliquer - Rédiger des titres et descriptions attractifs - Mettre en avant les atouts différenciants - Utiliser l'IA comme aide à la rédaction web
- **Lot(s) 12** - Mettre son offre touristique en scène : photographier, raconter et donner envie - Réussir ses photos de produits et lieux touristiques - Construire un storytelling visuel cohérent - Optimiser ses visuels pour chaque plateforme
- **Lot(s) 13** - Raconter son offre touristique en vidéo : du tournage au partage - Réussir ses vidéos de produits et lieux touristiques - Produire des vidéos courtes engageantes - Construire un storytelling visuel cohérent - Optimiser ses contenus pour chaque plateforme
- **Lot(s) 14** - Développer un site web efficace pour dynamiser ses ventes - Identifier les éléments indispensables d'un site touristique efficace - Intégrer et paramétrer un moteur de réservation - Optimiser l'expérience utilisateur (UX) et le parcours d'achat - Mesurer les performances de son site
- **Lot(s) 15** - Développer sa commercialisation via les réseaux sociaux - Sélectionner les réseaux sociaux adaptés à son activité et ses cibles - Construire une ligne éditoriale cohérente - Créer du contenu attractif (photos, vidéos, stories) - Comprendre les algorithmes et maximiser la portée organique - Analyser ses performances sur les réseaux

- **Lot(s) 16** - E-tourisme : comprendre pour mieux accompagner ses prestataires - Cartographier les acteurs et canaux du e-tourisme - Comprendre les comportements d'achat en ligne du voyageur - Identifier les enjeux de la commercialisation en ligne pour les prestataires locaux - Situer le rôle de l'office et l'agence de Tourisme dans cet écosystème
- **Lot(s) 17** - Maîtriser les aspects juridiques de la commercialisation en ligne - Rédiger des CGV conformes pour la vente en ligne - Mettre en conformité son activité avec le RGPD - Comprendre la fiscalité applicable aux activités touristiques - Préparer le passage à la facturation électronique
- **Lot(s) 18** - Conseiller ses prestataires dans les outils de réservation en ligne - Distinguer les différents types d'outils de réservation (booking engine, channel manager, billetterie) - Évaluer l'adéquation entre un outil et le profil d'un prestataire - Connaître les fonctionnalités clés d'Open Pro, Addock et Open Billet - Orienter un prestataire vers la solution adaptée à ses besoins
- **Lot(s) 19** - Diversifier ses canaux de distribution sans perdre le contrôle - Arbitrer entre vente directe et OTA selon son profil - Comprendre channel manager - et outils du marché - Éviter les problèmes de surbooking - Présentation Tourinsoft (VIT régional)
- **Lot(s) 20** - Accompagner ses prestataires sur les OTA : du diagnostic aux recommandations - Naviguer et comparer les interfaces des principales OTA - Réaliser un audit de présence OTA d'un prestataire (fiche, tarifs, photos, avis) - Identifier les leviers d'optimisation prioritaires - Produire un rapport d'audit synthétique et actionnable
- **Lot(s) 21** - Se lancer sur les OTA sans faux pas - Comprendre les modèles économiques des OTA - Savoir paramétrer son compte sur les principales plateformes - Appliquer les bonnes pratiques de base - Éviter les erreurs courantes des débutants
- **Lot(s) 22** - Optimiser la visibilité de mon offre grâce aux outils régionaux - Créer et optimiser ses offres sur Tourinsoft (VIT) - Exploiter les données et recommandations de Fairguest - Maximiser sa visibilité dans l'écosystème touristique régional - Articuler son dispositif régional avec ses canaux privés
- **Lot(s) 23** - Décrypter et évaluer le descriptif d'une offre touristique - Identifier les critères d'une offre en ligne efficace - Réaliser un diagnostic simple de la fiche produit d'un prestataire - Formuler des recommandations concrètes d'amélioration - Utiliser une grille d'évaluation standardisée (à constituer en atelier)
- **Lot(s) 24** - Construire une offre en ligne pour mieux séduire ses clients - Structurer une offre claire et différenciante - Définir ses cibles et personas clients - Construire une proposition de valeur convaincante - Identifier les labels valorisants pour la région
- **Lot(s) 25** - Vendre son offre en ligne : les bons choix pour son activité - Identifier les tendances clés du e-tourisme - Distinguer les principaux canaux de distribution en fonction de la typologie de l'offre (hébergement ou activité) - Comprendre le parcours client digital - Positionner son activité dans l'écosystème en ligne
- **Lot(s) 26** - Booster son activité en gérant sa réputation en ligne - Comprendre l'impact des avis sur les réservations - Mettre en place une stratégie de collecte d'avis - Répondre efficacement aux avis positifs et négatifs - Configurer et optimiser Google Business Profile - Utiliser l'IA pour gagner du temps dans la gestion des avis
- **Lot(s) 27** - Accompagner ses prestataires dans la gestion de leur e-réputation - Comprendre le fonctionnement des principales plateformes d'avis - Identifier les bonnes pratiques de réponse aux avis - Guider un prestataire dans la configuration de Google Business Profile - Mettre en place une veille e-réputation simple
- **Lot(s) 28** - Tarifier son offre d'hébergement avec l'Intelligence Artificielle - Comprendre la tarification dynamique - Ajuster ses prix en fonction de la demande - Facteurs influençant le prix : saisonnalité, événements, concurrence
- **Lot(s) 29** - Rédiger pour le web à l'aide de l'Intelligence Artificielle - Comprendre les spécificités de la rédaction web - Comprendre les attentes des touristes et adapter le ton - Maîtriser les techniques de rédaction web pour le tourisme - Utiliser l'IA pour optimiser sa rédaction (ChatGPT) - Évaluer et optimiser les textes pour le web

- **Lot(s) 30** - Faire des avis clients un atout commercial avec l'aide de l'Intelligence Artificielle - Identifier les enjeux et les mécanismes de la e-réputation touristique - Analyser les avis clients et repérer les signaux d'alerte grâce à des outils d'IA - Mettre en place une veille efficace et automatisée sur leur e-réputation - Formuler des réponses adaptées aux avis clients en s'appuyant sur l'Intelligence Artificielle
- **Lot(s) 31** - Optimiser son référencement sur les outils génératifs de l'Intelligence Artificielle A (GEO) - Comprendre le fonctionnement du référencement sur les outils de l'IA - Maîtriser le référencement avec le GEO (Generative Engine Optimization) - Etablir sa stratégie de référencement GEO - Mettre en place les premières actions pour rendre ses informations visibles sur les outils de l'IA (GEO)
- **Lot(s) 32** - Calculer la contribution économique de ses actions : identifier les coûts cachés et piloter la performance - Connaître les différences entre chiffre d'affaires, marge, contribution et rentabilité - Identifier et valoriser les coûts directs, indirects et cachés - Calculer la contribution économique d'une boutique, d'un événement, d'un service ou d'une action commerciale - Utiliser les résultats pour éclairer les choix stratégiques et les arbitrages
- **Lot(s) 33** - Mesurer et valoriser la contribution de l'office de tourisme au développement de son territoire - Identifier les différentes formes de contribution territoriale - Mesurer les bénéfices apportés aux professionnels et à l'écosystème touristique - Construire des indicateurs simples et pertinents - Élaborer un tableau de bord de contribution territoriale - Valoriser des résultats dans le dialogue avec les élus et les financeurs
- **Lot(s) 34** - Ensemble, plus visibles : les Offices de Tourisme à l'heure des micro-destinations - Conforter le bien fondé de travailler à une échelle plus large que son territoire de compétence - Identifier l'échelle pertinente de mutualisation pour constituer une micro-destination - Les premières clés pour se lancer dans la démarche - S'inspirer de territoires qui l'ont fait
- **Lot(s) 35** - Maîtriser et accompagner la mise en oeuvre de la Loi Lemeur - Décrire et interpréter le cadre juridique applicable aux locations meublées touristiques - Identifier les apports clés de la loi Lemeur et leurs impacts opérationnels - Mettre en oeuvre les obligations administratives et fiscales des propriétaires/gestionnaires - Sécuriser et optimiser une activité de location courte durée
- **Lot(s) 36** - Maîtriser les aspects juridiques de la commercialisation en ligne pour mieux accompagner ses prestataires - Connaître les obligations légales minimales d'un prestataire qui vend en ligne - Identifier les situations de non-conformité fréquentes - Orienter vers les ressources et experts compétents - Sensibiliser les prestataires aux risques liés à la non-conformité
- **Lot(s) 37** - Connaître et appliquer les aspects juridiques et éthiques de l'Intelligence Artificielle dans le tourisme - Intégrer les enjeux juridiques dans la conduite d'un projet IA - Identifier les outils de protection de l'IA par la Propriété intellectuelle - Comprendre les enjeux et les principaux mécanismes de la protection de données personnelles - Prévoir les conséquences juridiques de l'utilisation de l'IA
- **Lot(s) 38** - Cap assuré, même à budget serré : anticiper, s'adapter, se réinventer - Rationaliser les coûts et les compétences - Compétences/connaissances à développer/renforcer - Analyse et optimisation des processus internes - Mutualisation des ressources et coopération interterritoriale - Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) - Conduite du changement et accompagnement des équipes - Utilisation d'outils numériques pour gagner en efficacité - Priorisation des missions et pilotage par la valeur ajoutée
- **Lot(s) 39** - Communiquer en temps de crise : se préparer et faire face - Identifier les types de crises rencontrées par les collectivités et les organismes de tourisme - Maîtriser les règles de communication de crise
- **Lot(s) 40** - Manager des comportements difficiles - Identifier les facteurs individuels et collectifs des comportements difficiles - Adapter sa communication pour réguler les comportements - Recadrer avec assertivité et restaurer un cadre de coopération - Gérer ses propres émotions pour mieux aborder la relation - Activer des relais externes à l'équipe en cas de blocage

- **Lot(s) 41** - Maîtriser la délégation pour gagner en efficacité - Mettre en oeuvre des techniques de délégations rigoureuses et efficaces. - Créer les conditions favorables pour la responsabilisation des collaborateurs. - Déléguer pour développer les compétences des collaborateurs. - Faire de l'entretien de délégation un moment fort de management
- **Lot(s) 42** - Recruter, encadrer et former les saisonniers - Maîtriser les différentes étapes du management d'un personnel saisonnier - Intégrer le saisonnier à son nouvel environnement professionnel - Fidéliser un personnel saisonnier
- **Lot(s) 43** - Conduire un événement éco-responsable - Comprendre les enjeux d'un événement éco-responsable et identifier ses principales sources d'impact - Intégrer l'éco-conception à chaque étape de l'organisation en impliquant l'ensemble des parties prenantes - Mettre en place des actions concrètes de réduction des impacts et les évaluer à l'aide d'indicateurs simples - Valoriser son engagement de façon crédible grâce aux labels et référentiels existants
- **Lot(s) 44** - Sensibiliser et inciter les visiteurs à adopter des écogestes - Savoir communiquer sur son engagement responsable - Identifier les biais et leviers décisionnels - Mettre en place des actions pour changer les comportements - Valoriser sa démarche auprès de sa clientèle
- **Lot(s) 45** - Optimiser les coûts d'exploitation de son hébergement touristique grâce aux écogestes - Connaître les enjeux et les impacts sur son hébergement - Savoir calculer ses ratios clés - Construire un premier plan d'action personnalisé via un panorama de bonnes pratiques dans le secteur - Valoriser sa démarche auprès de sa clientèle
- **Lot(s) 46** - Optimiser les coûts d'exploitation pour son restaurant grâce aux écogestes - Connaître les enjeux et les impacts sur son établissement de restauration - Savoir calculer ses ratios clés - Construire un premier plan d'action personnalisé via un panorama de bonnes pratiques dans le secteur - Valoriser sa démarche auprès de sa clientèle
- **Lot(s) 47** - Privilégier les circuits courts et le Zéro déchet en restauration - Identifier, connaître les réseaux locaux - Créer des partenariats locaux - Mettre en oeuvre une pratique Zéro déchets et adapter son offre de restauration - Favoriser les Ecogestes dans son établissement - Valoriser sa démarche auprès de sa clientèle
- **Lot(s) 48** - Intégrer la cuisine végétale à sa carte - Identifier le potentiel de la cuisine végétale comme offre complémentaire à sa carte - Connaître les ingrédients phares de la cuisine végétale - Avoir des idées d'actions concrètes à mettre en place - Valoriser sa démarche auprès de sa clientèle
- **Lot(s) 49** - Devenir un établissement labellisé "Accueil vélo" - Connaître les profils et attentes des clientèles cyclotouristiques - Maîtriser les étapes d'un produit touristique à vélo de sa conception jusqu'à sa mise en marché - Connaître les critères d'éligibilité à la labellisation - Comprendre les enjeux du label pour son établissement
- **Lot(s) 50** - Ecolabels et certifications : comment choisir et passer à l'action ? - Savoir évaluer la performance environnementale de son établissement - Connaître les étapes de mise en oeuvre d'une démarche d'éco-labellisation et en maîtriser les outils de pilotage - Découvrir les bonnes pratiques et solutions de mise en oeuvre - S'engager dans la démarche d'éco-labellisation la plus appropriée à son établissement

Section 14 - Informations complémentaires

Date d'envoi du présent avis à la publication : 21/10/2026