



FORMATIONS *proximité*

2019

Utile **U** *express*



Proximité France
Coopérative



formation conseil
i4-formation.fr

SOMMAIRE

LE MOT

du Président

Jean Marc Maccario

Relation client

- 5 Relation Client
- 6 La bonne tenue des rayons
- 7 Bien vendre au rayon traditionnel
- 8 Piloter la gestion des rayons

Formations métiers

- 10 Mettre en valeur son rayon fruits et légumes
- 11 Perfectionnement fruits et légumes
- 12 Être promoteur du rayon vins
- 13 Valoriser le rayon BVP
- 14 Optimiser son rayon boucherie (personnel)
- 15 Comprendre le rayon boucherie (dirigeant)

Hygiène et sécurité

- 17 Bien appliquer le PMS LS
- 18 Bien appliquer le PMS Boucherie
- 19 Sauveteur Secouriste du Travail
- 20 PRAP
- 21 Plan d'évacuation et risque incendie
- 22 DUERP
- 23 Formation interne accessibilité

Performance et management

- 25 Les obligations réglementaires d'un magasin
- 26 Manager niveau I - Communication
- 27 Manager niveau II - Management
- 28 Manager niveau III - Cohésion d'équipe
- 29 Être tuteur d'équipe
- 30 Piloter la performance du magasin
- 31 Le droit du travail au quotidien
- 32 Formation performance associé

Les infos en +

- 33 Réforme de la formation
- 33 Formation ouverte à distance
- 34 Bulletin d'inscription

“Cher(e)s Associé(e)s,

Croire dans les Hommes est une des valeurs de votre Coopérative. Au quotidien, dans nos magasins, nous portons comme force la qualité de nos Equipes au service de nos Clients.

Un fort investissement dans la formation professionnelle est engagé pour notre amélioration continue par la Coopérative. La relation Client, les obligations attachées à notre statut de chef d'entreprise, les rayons métiers, etc., autant de sujets qui sont pris en charge par le GT Formation UPF mis en place en juin 2018 pour s'assurer que les formations soient celles que vous attendez.

On investit dans le matériel, les murs, les concepts. Cependant cela ne peut rien donner si cet investissement n'est pas tourné vers les Hommes et Femmes qui composent nos Equipes et qui portent nos possibilités de croissance par l'Excellence du quotidien.

Ce catalogue est donc dans la continuité du plan d'action annoncé pour 2019 : faire de la formation une force au service de la croissance des magasins.

Bien à vous”



« Ne demandez pas ce que votre client peut faire pour vous mais ce que **vous pouvez faire pour vos clients** »

Faith Popcorn

Relation client

« **Commerçant**
Autrement,
c'est prendre conscience que nous sommes **le lien direct avec nos clients !** »

Renaud Bancourt, Utile Toulon

Nouveau ! 100 % relation client

PUBLIC

Toutes personnes en charge d'accueillir du public, clients ou visiteurs, de manière occasionnelle ou régulière.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthodes essentiellement participatives, elles offrent l'intérêt d'échanges pour des participants ayant des profils professionnels similaires.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation. Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de l'accueil dans la relation client.
- Maîtriser les techniques d'accueil en face à face et au téléphone.
- Professionnaliser sa communication.
- Valoriser l'esprit et la qualité de service, valoriser l'image de l'entreprise.
- Assurer l'image de marque de votre entreprise.

Parcours de formation

La relation Client c'est mettre en place un « SERVICE » au TOP!

- Sourire + SBRAM.
- Établir le contact.
- Reconnaître la personne.
- Vocabulaire adapté et posture accueillante.
- Informer le client et s'intéresser à lui.
- Choyer le client car il est unique.
- Épater le client par son professionnalisme !!!

Parce que chaque client est précieux, il est important que tous les magasins de l'enseigne soient promoteurs du concept 100 % relation client !

Modalités d'intervention

Lors d'une réunion plénière organisée au printemps 2019, le film pédagogique sur la relation client sera présenté. Un lien permettant un accès digitalisé au contenu du film sera remis aux associés présents.

Deux modalités d'intervention complémentaires

1. En présentiel et en région auprès des dirigeants des magasins
2. A distance pour tous les collaborateurs des magasins

Chaque magasin formé reçoit un lien de la part de UPF, afin d'accéder au contenu digitalisé « 100 % relation client » pour garantir le bon transfert de compétences en interne.

L'associé formé est invité à faire visionner le film et à accompagner, sous forme d'un tutorat pédagogique, ses collaborateurs au concept du 100 % relation client.

Les associés formés ainsi que les collaborateurs tutorés signeront la charte 100 % relation client.

FORMATEUR

Cette formation auprès des associés d'une durée de 5 heures sera animée en région par la direction réseau.



5 heures



OFFERT



Dates en régions :
à demander

Contact UPF
Aurélié Tormos



La bonne tenue des rayons



PUBLIC

Cette formation s'adresse à toute personne (employé, responsable de rayon, responsable de magasin) qui souhaite optimiser ses savoir-faire et ses compétences dans le cadre d'un merchandising efficace.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Essentiellement participatives, elles offrent l'intérêt d'échanges entre participants ayant des profils professionnels similaires. Elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Adapter les outils de merchandising à l'enseigne pour développer le panier moyen par client.
- Valoriser la présentation des produits pour rendre l'offre plus attractive.

Relation client

Parcours de formation

Le merchandising, pour quoi faire ?

- Définition, enjeux et objectifs.
- Identifier le rôle des intervenants internes/externes et les outils à leur disposition.
- Connaître et adapter son merchandising aux différents types d'achats et de clients.
- Appliquer les règles d'or du merchandising.

Préparer sa démarche merchandising

- Collecter et exploiter les informations.
- Identifier les outils à notre disposition.
- Comprendre et traduire les données sur les marchés, les produits, les tendances consommateurs.
- Synthétiser l'analyse : optimiser la matrice EMOFF.

Construire et adapter sa démarche merchandising

Adapter la préconisation :

- Aux contraintes physiques en magasin (rappel des principes à intégrer dans l'implantation).
- En intégrant les nouveautés.
- Avec l'objectif no rupture !

Optimiser la démarche merchandising

- Organiser les attributions de chacun lors des réimplantations.
- Obtenir la contribution des fournisseurs.
- Théâtraliser l'offre : développer la créativité en matière d'implantation : photos de linéaires, affiches et mises en situation ...

Suivre et mesurer la démarche merchandising

- Utiliser les ratios clés du merchandising.
- Mesurer les performances avant et après une implantation = optimiser le rendement et/ou la rentabilité des surfaces allouées.
- Relayer le suivi du résultat auprès des équipes et en externe auprès des fournisseurs.

FORMATEUR

Formateur spécialisé commerce.

6



14 heures
soit 2 jours



320 € HT/jour
soit 640 € HT



Dates et lieux :
nous contacter



Bon à savoir

Délivrance d'une
attestation à l'issue de
la formation.

Bien vendre au rayon traditionnel

PUBLIC

Toutes personnes en charge d'accueillir du public, clients ou visiteurs, de manière occasionnelle ou régulière.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, auto diagnostic, jeux de rôles et mises en situation.

Méthodes essentiellement participatives, elles offrent l'intérêt d'échanges pour des participants ayant des profils professionnels similaires. Elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques.

Elles permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par l'apprenant.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation. Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.

FORMATEUR

Formateur spécialisé commerce.

OBJECTIFS

- Acquérir les bases d'une communication commerciale performante.
- Maîtriser les différentes étapes d'un entretien de vente.
- Savoir entretenir la relation commerciale, fidéliser sa clientèle.

Parcours de formation

Le client est devenu volatil, une insatisfaction suffit pour aller voir une enseigne concurrente !

La seule réponse possible est d'améliorer continuellement la qualité du service client.

Bien connaître notre offre

- Savoir parler positivement de notre entreprise.
- Bien connaître l'offre de notre magasin pour satisfaire le client.

Les 5 principes pour un magasin marchand

Plein, propre, produit, prix, promotion.

Le commerce : un métier de communication

- Les règles de base d'une communication efficace.
- Faire preuve d'empathie, savoir tenir ses positions et ses engagements.
- Maîtriser les techniques d'observation et de synchronisation.
- Développer une capacité d'écoute.
- Les comportements négatifs et positifs et leurs incidences sur le client.
- La même prévenance pour chaque client, petit ou grand.

Les 4 étapes de l'acte de vente

Les 4 C : Contact, Connaître, Conseiller, Conclure.

La découverte des besoins du client

- Savoir observer, savoir écouter.
- Maîtriser les techniques de questionnement et de reformulation.

L'argumentaire de vente : la technique AIDA

Construction de l'offre en décomposant l'offre en quatre phases : attention, intérêt, désir, action.

Les ventes complémentaires et additionnelles

Les objections et les réclamations

- Traiter les vraies objections et les objections prétextes, « les fausses barbes ».
- Les réponses aux objections.
- Traiter une réclamation avec tact et discernement.

Favoriser une prise de congé motivante

- Donner envie au client de revenir : « une expérience client motivante ! ».

Les enjeux de la fidélisation

- Prendre en charge le client.
- Respecter les engagements (prix, délais, services...).
- Garantir une image de sérieux, d'efficacité et de bonne relation client.



14 heures
soit 2 jours



320 € HT/jour
soit 640 € HT



Avignon :
05 et 06 fév 2019
21 et 22 mai 2019
10 et 11 oct 2019
26 et 27 nov 2019

Marseille :
02 et 03 avril 2019
22 et 23 oct 2019

Piloter la gestion des rayons

Gérer la démarque

Relation client

PUBLIC

Tout public.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthodes essentiellement participatives, elles offrent l'intérêt d'échanges entre des participants ayant des profils professionnels similaires. Elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques et permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par l'apprenant.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Identifier les causes des démarques du point de vente.
- Mettre en place des actions correctives pour agir efficacement sur celles-ci.

Parcours de formation

La démarque c'est l'ensemble des pertes liées au stock, subies par un magasin.

Comment rendre les équipes attentives à toutes les formes de pertes qui impactent les résultats du magasin ?

La démarque, un vrai challenge collectif !

Identifier les différentes formes de démarques sur le point de vente

- Déterminer les sources de perte de marge.
- Prendre conscience du rôle de chacun dans la gestion de la démarque.
- Distinguer les gestes positifs des gestes négatifs.
- Identifier les composantes du compte d'exploitation sur lesquelles joue la démarque.
- Mesurer le coût de la démarque.

Mettre les démarques au régime

- Élaborer des plans d'actions correctives pour lutter contre les démarques.
- Adopter les gestes positifs qui rapporteront à tous.
- Appliquer et faire appliquer les actions correctives à mener.
- Mettre en place des inventaires tournants et réguliers pour suivre la démarque.
- Organiser le suivi des résultats.
- Chaque collaborateur (caissières, employés libre-service, responsables de rayon...) doit comprendre l'importance de limiter la démarque pour booster les résultats du magasin.

FORMATEUR

Formateur spécialisé commerce.

8



7 heures
soit 1 jour



320 € HT



Avignon :
31 janv 2019
24 sept 2019
Marseille :
28 mars 2019
02 oct 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une
attestation à l'issue de
la formation.

« **Maitriser** les métiers pour **se différencier** et **mieux performer** »

*Frédéric Romain,
Directeur des Opérations
Cap Sud Exploitation*

Formations métiers

« Un beau rayon métier, c'est **offrir à nos clients** des tableaux de couleurs »

Cyril Debin, Utile Cereste



Mettre en valeur son rayon F&L

Fruits et légumes - Niveau I

PUBLIC

Toute personne (employé, responsable fruits et légumes, responsable de magasin) souhaitant optimiser son savoir-faire et ses compétences dans la gestion d'un rayon fruits et légumes.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Essentiellement participatives, elles permettent aux participants d'échanger sur leurs pratiques. Elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques.

Elles visent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Améliorer les achats (quantité, prix et services).
- Optimiser la rentabilité (achats, rotation des produits, casse, démarque).
- Valoriser l'implantation du rayon, rendre plus attractive l'offre en magasin pour développer le CA et les marges.
- Avoir une bonne maîtrise et expertise des produits fruits et légumes.

Parcours de formation

Connaître les produits fruits et légumes

Connaissance des basiques, des produits de saison et des incontournables, des bonnes et mauvaises associations de produits pour éviter les erreurs d'implantation.

Connaître les principes d'étiquetage et les obligations en matière d'hygiène et de fraude

- La traçabilité du produit et les obligations (normes HACCP, PMS U).
- Importance du contrôle à réception de la marchandise (BL, poids, prix, provenance, calibre...).
- La mise en « resserre » du produit.

Optimiser la rentabilité du rayon en fonction de la saisonnalité

Savoir établir un prix de vente en fonction du prix d'achat et des charges de structure, calculer une marge, établir un coefficient multiplicateur, chiffrer la casse et la démarque.

Savoir implanter un rayon en fonction de la saisonnalité

- Les « incontournables » à mettre en avant dans le rayon.
- Savoir implanter un rayon : promotion et animation (ILV, PLV, ...).
- Les différentes techniques d'implantation (merchandising).
- Mise en situation : visite de rayons fruits et légumes en vue d'apprendre à améliorer la rentabilité.

Application pratique sur le terrain

- Réimplantation d'une famille de produits en magasin.
- Analyse avant, pendant et après.
- Être force de proposition vis-à-vis du point de vente.

FORMATEUR

Formateur spécialiste en fruits et légumes.



14 heures
soit 2 jours



320 € HT /jour
soit 640 € HT



Avignon :
29 et 30 janv 2019
23 et 23 oct 2019

Marseille :
05 et 06 fév 2019
17 et 18 sept 2019

Corse :
12 et 13 mars 2019
19 et 20 nov 2019

Lyon :
18 et 19 juin 2019
08 et 09 oct 2019

Côte d'Azur :
23 et 24 avril 2019
24 et 25 sept 2019

Sud Ouest :
14 et 15 mai 2019
15 et 16 oct 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.



Perfectionnement rayon F&L

Fruits et légumes - Niveau II

PUBLIC

Toute personne (employé, responsable fruits et légumes, responsable de magasin) souhaitant optimiser son savoir-faire et ses compétences dans la gestion d'un rayon fruits et légumes.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Essentiellement participatives, elles permettent aux participants d'échanger sur leurs pratiques. Elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques. Elles visent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Améliorer les achats (quantité, prix et services).
- Optimiser la rentabilité (achats, rotation des produits, casse, démarque).
- Valoriser l'implantation du rayon, rendre plus attractive l'offre en magasin et développer le CA et les marges.
- Avoir une bonne maîtrise et expertise des produits fruits et légumes.

Parcours de formation

Approfondir ses connaissances produits

- Les différentes variétés de fruits et légumes.
- Les différences gustatives et d'utilisation selon les variétés.
- La commercialisation des produits en fonction des saisons.

Les fruits exotiques : achat, vente et spécificités des produits.

Les achats et la gestion de la "resserre"

Connaître le marché bio

- Chiffres clés du marché.
- Connaissance des basiques, des produits de saison et des incontournables.
- Labels, cahier des charges, pratiques culturelles.
- Apports nutritionnels.

FORMATEUR

Formateur spécialiste en fruits et légumes.



7 heures
soit 1 jour



320 € HT /jour



Avignon :
01 mars 2019
05 nov 2019

Marseille :
19 mars 2019
06 nov 2019

Lyon :
20 mars 2019
27 nov 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une
attestation à l'issue de
la formation.

Être promoteur du rayon vins

PUBLIC

Responsables de rayon ou toute personne amenée à conseiller les clients pour le choix d'un vin.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Essentiellement participatives, elles permettent aux participants d'échanger sur leurs pratiques. Elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Savoir implanter un rayon, en optimiser la rentabilité.
- Connaître la classification des vins et leurs principales caractéristiques.
- Identifier le profil de vins recherchés par un client et proposer un ou plusieurs vins correspondants.
- Donner des informations comparatives.

Parcours de formation

Les tendances du marché

- Les tendances consommateurs en proximité.
- Les implantations types.
- Construire sa gamme en magasin.
- Élaborer un argumentaire de vente.

Optimiser l'implantation du rayon

- Connaissances des bonnes associations (couleur, terroir, cépages...) dans le linéaire.
- Promotion, théâtralisation et animation du rayon.

3 grandes manifestations à valoriser

- Foire aux vins.
- Les rosés d'été.
- Les vins festifs.

Connaissance des vins produits

Présentation des différentes régions de production : couleurs, cépages, principales appellations... Alsace, Bordelais, Bourgogne, Champagne, Corse, Languedoc- Roussillon, Vins du Sud-Ouest, Vallée de la Loire, Vallée du Rhône...

Comprendre une étiquette

Les accords mets / vin

- La saisonnalité des vins / des plats et accords insolites.
- Les accords mets et vins : selon les saveurs et les textures d'un plat, proposer des accords « vins » adaptés en fonction des festivités, des budgets, des régions préférentielles du client, etc.

FORMATEUR

Formateurs spécialisés en œnologie.



14 heures
soit 2 jours



320 € HT /jour
soit 640 € HT



Avignon :
23 et 24 avril 2019
17 et 18 sept 2019

Corse :
03 et 04 avril 2019
19 et 20 sept 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.



Valoriser la BVP

Boulangerie – Viennoiserie - Pâtisserie

Formations métiers

PUBLIC

Employés commerciaux, vendeurs, managers de rayon, adjoints de rayon.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Essentiellement participatives, elles offrent l'intérêt d'échanges entre participants ayant des profils professionnels similaires. Elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques. Elles permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par l'apprenant.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Optimiser la rentabilité (achats, casse, démarque).
- Augmenter l'attractivité du rayon boulangerie-pâtisserie.
- Appliquer la législation.

Parcours de formation

Connaître le marché de la BVP

- Les tendances consommateurs.
- Connaître les différents produits et l'assortiment à proposer.

Gérer son rayon BVP

- Optimiser son implantation en tenant compte de la logique client, de la saisonnalité et des volumes de ventes par famille.
- Utiliser les règles d'implantation préconisées par l'enseigne.
- Comment valoriser les promotions ?
- Chiffrer la casse et la démarque.

Présenter et mettre en valeur ses produits

- Mettre en place des animations commerciales / théâtraliser l'offre pour rendre le rayon attractif.
- Savoir utiliser des mobiliers de vente.
- Animer son rayon en accompagnant ou complétant le plan de vente de l'enseigne.

Connaître la législation et les bonnes pratiques

- Appliquer la législation concernant la signalisation, le balisage et l'information selon les différents supports (étiquetage).
- Mettre en oeuvre les règles de contrôle des produits.
- Appliquer les bonnes règles de conditionnement des produits.

Application pratique sur le terrain

- Réimplantation d'une famille de produit en magasin.
- Analyse avant, pendant et après.
- Être force de proposition vis-à-vis du point de vente.

FORMATEUR

Formateur spécialisé en BVP.



14 heures
soit 2 jours



320 € HT /jour
soit 640 € HT



Dates et lieux :
nous contacter



Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.



Optimiser son rayon boucherie

Personnel boucherie

PUBLIC

La formation, dispensée sur le lieu de travail (salle si possible et rayon), s'adresse au personnel de boucherie du magasin pour permettre de travailler la qualité de mise en avant des produits en rayon, optimiser les différentes opérations commerciales et sécuriser le PMS boucherie.

PRÉREQUIS

Travailler en rayon boucherie.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Essentiellement participatives, elles permettent aux participants d'échanger sur leurs pratiques. Elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques. Elles permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise. Visites de fournisseurs et de magasin U (rayon boucherie).

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Optimiser la rentabilité par une meilleure présentation des produits.
- Augmenter le panier moyen du rayon boucherie.
- Mettre en valeur le rayon notamment en périodes festives, savoir interpeller le client par une présentation innovante du rayon.

Parcours de formation

Prendre connaissance de la stratégie de l'enseigne

- Promouvoir le rayon traditionnel boucherie.
- Valoriser la place du rayon boucherie dans l'exploitation du magasin (entre 10 et 30 % du CA global).
- Les 4 P : produit, place, promotion et prix.
- La qualité de l'affichage sur le rayon - savoir élaborer des supports de communication visuels.
- Savoir implanter son rayon.
- Conditionner les produits dans le respect des règles du PMS.

Valoriser les opérations commerciales pour augmenter le panier moyen

- Suivre les opérations commerciales de la centrale d'achat.
- Répondre aux exigences des opérations commerciales (respect des prospectus en quantité et qualité).
- Organiser une animation et théâtraliser l'offre .

Optimiser la rentabilité du rayon

Savoir établir un prix de vente en fonction du prix d'achat et autres frais, calculer une marge, etc.

Qualité et présentation des rayons

Établir un diagnostic (implantation, qualité, mise en avant du produit...).

Le plus de cette formation

Savoir théâtraliser l'offre pour surprendre positivement le client et augmenter le CA et les marges du rayon boucherie.

FORMATEUR

Formateur spécialisé en boucherie.



14 heures
soit 2 jours



320 € HT /jour
soit 640 € HT



Avignon :
19 et 20 mars 2019
16 et 17 oct 2019

Marseille :
06 et 07 juin 2019

Corse :
14 et 15 mai 2019
11 et 12 déc 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.

Comprendre son rayon boucherie

Dirigeants

PUBLIC

Cette formation s'adresse :

- Aux gérants de magasin qui souhaitent superviser efficacement le rayon boucherie de leur magasin.
- Aux associés qui souhaitent développer un rayon « boucherie traditionnelle » dans leur magasin.
- A tout participant qui souhaite se familiariser à la gestion du rayon boucherie traditionnelle.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Elles permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par l'apprenant. Visites prévues en élevages, abattoirs, magasins, démonstration et travail de petite découpe.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

FORMATEUR

Formateur spécialisé en boucherie.

OBJECTIFS

- Déterminer (en concertation avec le chef boucher) le choix d'approvisionnement en fonction du rendement attendu et en lien avec la politique du magasin (marketing mix).
- Avoir une meilleure connaissance des produits pour échanger auprès du chef boucher et de l'équipe avec facilité (avoir un lexique commun).
- Analyser la rentabilité du rayon et réfléchir, en concertation avec le chef boucher, aux moyens de gagner des points de marge (réduire la casse, valoriser l'ensemble des morceaux, réfléchir aux opérations commerciales, notamment la vente en lots ...)

Parcours de formation

Optimiser la stratégie commerciale et merchandising du rayon boucherie

- Analyser son environnement/zone de chalandise (SWOT analyse).
- Identifier les Facteurs Clés de Succès (FCS) à déployer sur sa zone de chalandise.
- Choisir un positionnement cohérent en fonction des FCS, de la zone de chalandise et de la zone d'influence recherchée.
- Déployer une stratégie de vente adaptée (Marketing Mix).

Superviser le rayon boucherie

- Mettre en place un management participatif et déléguatif par objectifs auprès du chef boucher.
- Développer un état d'esprit collaboratif afin d'intégrer pleinement le rayon boucherie à l'activité du magasin.
- Réfléchir aux moyens de motiver le chef boucher et son équipe (avantages, incentives, intéressement ...).

Connaitre le produit (de la fourche à la fourchette)

- Bœuf, vache, bovin, veau, agneau, porc...
- Qualité des viandes en fonction de l'âge, de l'engraissement, des cheptels...
- Les origines, les labels et les certificats.

Valoriser la matière première

- Le choix de l'approvisionnement (ex : bête entière, ½ ART8...) en fonction de la politique de produit/prix définie et du positionnement du magasin (vente en lots, moyenne gamme, orientation haut de gamme, choix spécifiques de produits proposés/race à viande, cheptels ...).
- Trouver de nouvelles sources d'approvisionnement.

Optimiser la rentabilité du rayon

- Calculer la rentabilité du rayon.
- Organiser des opérations commerciales et promotionnelles afin de développer le panier moyen du rayon.
- S'appuyer sur les différentes opérations commerciales menées par l'enseigne U proximité.
- Avoir la culture du produit, être curieux des tendances de marché et de la concurrence (benchmarking).

Maitriser la législation

- Les bonnes pratiques d'étiquetage.
- Les principes de la sécurité au travail pour prévenir les risques d'accidents.
- L'application du PMS à tous les niveaux de process (réception marchandise, préparation de produits carnés, conservation et respect de la chaîne du froid).
- Vérifier la traçabilité du produit.

Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.



28 heures
soit 4 jours



320 € HT /jour
soit 1280 € HT



Avignon :
26 et 27 fév 2019
+ 05 et 06 mars 2019

13 et 14 nov 2019
+ 04 et 05 déc 2019



« Participer à la formation “Hygiène et sécurité”, **c’est assurer votre tranquillité** »

*Frédéric Romain,
Directeur des Opérations
Cap Sud Exploitation*

Hygiène et sécurité

« Facteur de fidélisation de la clientèle, **l’hygiène alimentaire** constitue d’abord une question essentielle de **santé publique** et de **sécurité des consommateurs** »

*Aurélie Tormos,
Coordinatrice Qualité
Formation Réseau UPF*

Appliquer et faire vivre le PMS LS

Plan de Maîtrise Sanitaire LS

PUBLIC

Personnels impliqués dans le processus de mise en vente (dont la préparation) de produits alimentaires dans les Magasins U de proximité.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Essentiellement participatives, elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques et permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par l'apprenant. La formation s'appuie sur le PMS remis à chaque magasin par l'enseigne.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Sous forme de quizz interactif.

OBJECTIFS

- Identifier les dangers pouvant menacer la sécurité sanitaire des produits mis en vente.
- Mettre en place des procédures et des actions préventives permettant de maîtriser les risques et de respecter la loi.
- S'approprier les dispositions spécifiques du système de sécurité des aliments mis en place par l'enseigne U (PMS).

Parcours de formation

Le contexte et les enjeux

- Les obligations réglementaires d'hygiène : généralités, conséquences (atteinte à la santé publique, crise sanitaire, médiatisation, image de l'établissement, de l'enseigne...).
- Importance d'appliquer le PMS au sein des magasins.

Les risques alimentaires

- Les causes, les circonstances.
- Les types de dangers : physiques, chimiques, biologiques, allergiques.
- Les moyens de maîtrise des dangers.

Le plan de maîtrise sanitaire U

- Les documents obligatoires : affichage et autocontrôles.
- Les outils disponibles pour les différents rayons.
- L'application des bonnes pratiques d'hygiène et des procédures U spécifiques au processus de vente, depuis la réception jusqu'à la mise en rayon.
- Le nettoyage, les températures de conservation, les données de traçabilité, les bonnes pratiques de vente des dates courtes, la gestion de l'épicerie en vrac (dont produits Bio), la gestion des alertes.

Mise en application terrain

- Présentation des non-conformités retenues lors des audits, causes et conséquences.
- Discussion sur les moyens à mobiliser pour satisfaire ces exigences.
- Études de cas concrets à partir de situations réelles (en utilisant des photos ou directement en rayon).

POINTS SPÉCIFIQUES PAR RAYON

Marée

- Traçabilité/Etiquetage : lieu et mode de pêche, sulfites, produits décongelés...
- Température réglementaire des poissons, crustacés et coquillages.
- Durées de vie des UVCI/UVCM.
- Bonnes pratiques du rayon traditionnel : présentation, plateau de coquillage...

BVP

- Traçabilité/Etiquetage : allergènes, produits décongelés, % des ingrédients.
- Bonnes pratiques sur la cuisson, l'emballage, la gestion des allergènes.
- Gestion des produits biologiques.
- Hygiène du personnel lors de la manipulation de produits nus.

Fruits et légumes

- Traçabilité/Etiquetage : origine, calibre, traitement, dénominations légales.
- Bonnes pratiques de la fraîche découpe.

FORMATEUR

Ingénieur agroalimentaire.



7 heures
soit 1 jour



320 € HT



Avignon :
23 mai ou 03 déc 2019
Marseille :
23 avril ou 19 sept 2019
Lyon :
05 mars ou 15 oct 2019
Corse :
06 fév ou 08 oct 2019
Côte d'Azur :
21 mai ou 22 oct 2019
Sud Ouest :
26 fév ou 25 sept 2019

Appliquer et faire vivre le PMS

Plan de Maîtrise Sanitaire - Boucherie

PUBLIC

Personnels du rayon boucherie impliqués dans le processus de mise en vente (dont la préparation) de produits alimentaires dans les Magasins U de proximité.

PRÉREQUIS

Travailler en rayon boucherie.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Essentiellement participatives, elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques et permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par l'apprenant. La formation s'appuie sur le PMS remis à chaque magasin par l'enseigne.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Sous forme de quizz interactif.

OBJECTIFS

- Identifier les dangers pouvant menacer la sécurité sanitaire des produits mis en vente.
- Mettre en place des procédures et des actions préventives permettant de maîtriser les risques et de respecter la loi.
- S'approprier les dispositions spécifiques du système de sécurité des aliments mis en place par l'enseigne U (PMS).

Parcours de formation

Le contexte et les enjeux

- Les obligations réglementaires d'hygiène : généralités, conséquences (atteinte à la santé publique, crise sanitaire, médiatisation, image de l'établissement, de l'enseigne...).
- Importance d'appliquer le PMS au sein des magasins.

Les risques alimentaires

- Les causes, les circonstances.
- Les types de dangers : physiques, chimiques, biologiques, allergiques.
- Les moyens de maîtrise des dangers.

Le plan de maîtrise sanitaire U

- Les documents obligatoires : affichage et autocontrôles.
- Les outils disponibles pour les différents rayons.
- L'application des bonnes pratiques d'hygiène et des procédures U spécifiques au processus de vente, depuis la réception jusqu'à la mise en rayon.
- Le nettoyage, les températures de conservation, les données de traçabilité, les bonnes pratiques de vente des dates courtes, la gestion de l'épicerie en vrac (dont produits bio), la gestion des alertes.

Mise en application terrain

- Présentation des non-conformités retenues lors des audits, causes et conséquences.
- Discussion sur les moyens à mobiliser pour satisfaire ces exigences.
- Études de cas concrets à partir de situations réelles (en utilisant des photos ou directement en rayon).

Boucherie/traiteur

- Traçabilité/étiquetage : origine, allergènes, spécificité viande bovine, cuisson à cœur.
- Durée de vie des plats faits sur place, études de vieillissement.
- Durée de vie secondaire de la viande et de la charcuterie à trancher.
- Hygiène du matériel à risque : trancheuse, hachoir, planches à découper...
- Hygiène du personnel lors des manipulations des produits nus.
- Utilisation des fiches recettes.

FORMATEUR

Ingénieur agroalimentaire.



7 heures
soit 1 jour



320 € HT



Avignon :
27 fév - 06 déc 2019
Marseille :
24 avril - 20 sept 2019
Lyon :
06 mars - 16 oct 2019
Corse :
07 févr - 09 oct 2019
Côte d'Azur :
22 mai - 23 oct 2019
Sud Ouest :
24 mai - 26 sept 2009



Protéger, alerter, secourir

Sauveteur Secouriste au Travail (SST) – formation initiale

PUBLIC

Tout public.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cours du formateur avec démonstration des techniques. Exercices pratiques et correction des gestes techniques.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Évaluation des compétences à l'issue de la formation pour la délivrance d'un certificat « sauveteur secouriste au travail ».

OBJECTIFS

- Connaître les gestes de premiers secours (mettre en sécurité la personne accidentée, réagir face à un étouffement, utiliser un défibrillateur...).
- Savoir qui et comment alerter dans ou à l'extérieur de l'entreprise.
- Utiliser de manière réflexe le concept : protéger, alerter, secourir.

Parcours de formation

Le sauvetage secourisme du travail

- Les accidents du travail dans la profession.
- Les intérêts de la prévention des risques professionnels.
- Qui est le secouriste du travail ?

Protéger

- Questions à se poser avant d'intervenir : persiste-t-il un risque d'écrasement, électrisation, incendie, explosion, asphyxie ?

Alerter

- Organisation des secours dans l'entreprise.
- Procédure d'alerte.

Secourir - Conduite à tenir si la victime :

- Saigne abondamment.
- Ne parle pas, ne respire pas (techniques de réanimations respiratoire et cardio-vasculaire).
- Ne parle pas mais respire.
- Présente des brûlures thermiques ou chimiques.
- Ne peut effectuer de mouvements (entorse, luxation, fracture).
- Présente des plaies : graves, simples, particulières (abdomen, thorax, crâne, œil).
- Utilisation du défibrillateur automatisé externe.

Risques particuliers de l'entreprise

- Contrôle des connaissances.
- Épreuve pratique et mise en situation dans un cas concret d'accident du travail.

FORMATEUR

Formateur spécialisé en sécurité du travail.



14 heures
soit 2 jours



290 € HT / jour
soit 580 € HT



Avignon :
14 et 15 mars 2019
21 et 22 nov 2019

Marseille :
20 et 21 juin 2019
24 et 25 oct 2019



PRAP

Prévention des Risques liés à l'Activité Physique

PUBLIC

Tout public.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Essentiellement participatives, elles permettent aux participants d'échanger sur leurs pratiques. Elles proposent une alternance d'exercices et d'apports théoriques.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

Permettre au salarié d'agir sur ses conditions de travail par une bonne prévention liée à l'activité physique.

Parcours de formation

Se situer en tant qu'acteur de prévention des risques liés à l'activité physique dans son entreprise

- Comprendre l'intérêt de la prévention.
- Connaître les risques de son métier.

Être capable d'observer et d'analyser sa situation de travail en s'appuyant sur le fonctionnement du corps humain, afin d'identifier les potentielles atteintes à la santé encourues

- Caractériser les dommages potentiels liés à l'activité physique en utilisant les connaissances relatives au fonctionnement du corps humain.
- Observer son travail pour identifier ce qui peut nuire à la santé.

Être capable de participer à la maîtrise du risque dans son entreprise

- Proposer des améliorations de sa situation de travail.
- Faire remonter les informations aux personnes concernées.
- Se protéger en respectant les principes de sécurité et d'économie d'effort.

Exercices pratiques

- Ils se font en situation réelle afin de bien appréhender les moyens de prévenir les risques liés à l'activité physique.

FORMATEUR

Formateur spécialisé dans les formations sécurité.



14 heures
soit 2 jours



290 € HT / jour
soit 580 € HT



Avignon :
18 et 19 juin 2019
03 et 04 oct 2019
Marseille :
14 et 15 mai 2019
05 et 06 nov 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une
attestation à l'issue de
la formation.

Plan d'évacuation et risque incendie

PUBLIC

Tout public.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Alternance de théorie et de pratique.

Manipulation des différents extincteurs sur un feu réel pour faciliter l'utilisation du matériel.

Mise en œuvre et utilisation d'un RIA (Robinet d'un Incendie Armé).

Exercice d'évacuation (simulé ou réel).

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- En cas d'incendie et dans l'attente de l'arrivée des secours organisés, permettre aux participants d'être aptes à intervenir en toute sécurité sur les lieux de travail.
- Pouvoir maîtriser les moyens de prévention et de protection contre les incendies.

Parcours de formation

La prévention et la protection

- Le feu, l'incendie : les produits de combustion et leurs risques, la propagation, les différentes phases.
- La prévention.
- La protection : exemple de moyen de protection (le désenfumage).

L'intervention

- **L'extinction du feu** : les classes de feu et les agents extincteurs.
- **Les moyens de lutte contre le feu** :
 - Les différents types d'extincteurs.
 - Les robinets d'incendie armés (RIA).
 - L'intervention immédiate.
 - L'intervention en équipe sur un feu de classe A ou B.

La réglementation incendie

- **La réglementation sécurité**
 - Les taxes réglementaires de référence.
 - Les règles APSAD ou règles techniques des sociétés d'assurance.
 - Le Code du Travail (obligations en matière de sécurité de l'employeur vis-à-vis des employés).
 - La commission de sécurité.
- **Les accès vers l'extérieur**
 - Les vérifications réglementaires.
 - Les dégagements (issues de secours).
 - Les portes coupe-feu.
 - L'éclairage de sécurité.
 - Les moyens de secours.
- **L'affichage obligatoire**
 - Les avis d'ouverture.
 - La consigne générale de sécurité.
 - Matériel de lutte contre l'incendie.
 - Plan d'évacuation.
 - Interdiction de fumer.
 - Les numéros d'appel de secours (18, 15, 17...).
 - Fléchage de sortie.

L'organisation des secours

- Procédure type d'évacuation.
- Système de sécurité incendie.
- Les éléments importants d'une évacuation.

FORMATEUR

Formateur spécialisé dans les formations sécurité.



2 heures



Tarif :
Nous contacter

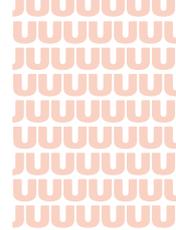


Dates :
Nous contacter



Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.



Le DUERP

Le Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels

PUBLIC

Toute personne amenée à rédiger ce document (direction ou Ressources Humaines, ...).

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par les participants. Alternance de théorie et d'étude de cas concrets.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

Assurer la prévention des risques professionnels et répertorier les risques dans le DUERP (document unique d'évaluation des risques professionnels).

Parcours de formation

Les obligations de l'entreprise en matière de santé et sécurité au travail

- Les enjeux de l'évaluation des risques professionnels : le cadre juridique et réglementaire.
- Différences entre les notions de danger, risque, évènement dangereux, dommage.
- Quid de la pénibilité ?

Mettre en œuvre l'évaluation des risques

- Choisir le périmètre de l'étude.
- Préparer l'analyse.
- Estimer et hiérarchiser les risques bruts : évaluation de la gravité et de la fréquence et/ou probabilité d'apparition du danger.
- Prendre en compte les moyens de maîtrise des risques existants.
- Réaliser une cartographie : classement des risques et cas particuliers (RPS, pénibilité...).

Rédiger et formaliser le DUERP

- Fixer des objectifs mesurables.
- Réduire la probabilité d'apparition en agissant sur les causes racines.
- Réduire la gravité en prévoyant des actions de protection.

FORMATEUR

Formatrice spécialisée en RH et droit social.

22



14 heures
soit 2 jours



Tarif :
Nous contacter



Dates :
Nous contacter



Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.





ACCESSIBILITÉ

Permettre l'accès des bâtiments aux personnes handicapées

PUBLIC

Personnel d'établissement recevant du public.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Alternance de théorie et de pratique. Formation dispensée à distance avec cas pratique.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Définir une situation de handicap.
- Délimiter le contexte réglementaire et les principales exigences pour les ERP.
- Mener un diagnostic de l'accessibilité d'un ERP et de proposer des solutions.

Parcours de formation

Définir la situation de handicap

- Les différents types de handicaps.
- Les différentes situations de handicaps.
- Les contraintes liées à chaque situation de handicap.

Analyser les enjeux de l'accessibilité

- Les enjeux du handicap et de l'accessibilité.
- L'accessibilité et les usagers.
- Les différentes formes de l'accessibilité: le déplacement, les équipements...
- Les caractéristiques générales, techniques et les caractéristiques relatives au repérage et à la sécurité (stationnement, accès entrée/sortie, équipement...).

Intégrer le contexte et le cadre réglementaire

- L'évolution de la réglementation.
- Prendre en compte l'accessibilité numérique.
- Appliquer la loi : mettre en place des Agendas d'Accessibilité Programmés (Ad'AP).

Méthodologie pour établir un diagnostic accessibilité

- La méthodologie d'évaluation de l'accessibilité.
- Le relevé de terrain.
- Cas pratique : élaboration d'une démarche de mise en accessibilité de son établissement et mesures correctives.

FORMATEUR

Formateur spécialisé dans les formations sécurité.

Hygiène et sécurité



5 heures



Tarif :
Nous contacter



Dates :
Nous contacter



Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.





« Donner l'exemple n'est pas le principal moyen d'influencer les autres, **c'est le seul moyen** »

Albert Einstein

Performance et management

« On ne peut progresser seul ; le management est **l'outil indispensable** pour **faire évoluer ses équipes**, donc son entreprise »

Renaud Bancourt, Utile Toulon

Les obligations réglementaires

d'un magasin

PUBLIC

Dirigeant, responsable de magasin, chef de rayon ou toute personne en charge de la gestion des ressources humaines.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par les participants. Alternance de théorie et d'étude de cas concrets.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- S'approprier la méthodologie de rédaction du règlement intérieur.
- Savoir rédiger une charte informatique.
- Connaître les obligations liées à l'embauche, aux sanctions et au départ du salarié.
- Disposer des différents documents obligatoires.
- Connaître les différentes obligations en matière de santé et sécurité au travail.
- Maîtriser les différentes obligations en matière de représentants du personnel.

Parcours de formation

Le contrat de travail

- L'embauche : formalités obligatoires et conseillées.
- Modification du contrat de travail.
- Absences et suspensions du contrat de travail.

Les sanctions disciplinaires

- L'échelle des sanctions.
- La procédure disciplinaire : exemples.

L'administration du personnel

- Les registres et documents obligatoires.
- Les dossiers du personnel.
- L'affichage obligatoire, les tableaux de bord.

Les obligations de l'entreprise en matière de santé et sécurité au travail

- Les enjeux de l'évaluation des risques professionnels.
- Le cadre juridique et réglementaire.
- Le vocabulaire : danger, risque, événement dangereux, dommage.
- La notion de pénibilité.

Les représentants du personnel : le Comité Social Économique (CSE)

- Les règles de mise en place et le fonctionnement du CSE.
- Les attributions du CSE.
- L'information et la consultation des membres du CSE.

FORMATEUR

Formatrice spécialisée en RH et droit social.



7 heures
soit 1 jour



380 € HT

Avignon :

16 oct 2019

Marseille :

25 juin 2019

Corse :

20 mars 2019

Sud-Ouest :

18 sept 2019

Lyon :

14 mars 2019

Côte d'Azur :

06 fév 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.

Manager / Niveau I

Les outils de la communication

PUBLIC

Direction, managers ou toute personne qui souhaite optimiser ses qualités relationnelles et managériales.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Elles permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par le participant.

Mises en situation, apports théoriques et pratiques. Méthodes participatives.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

L'évaluation des connaissances se fait tout au long de la formation par des questions /réponses, par des échanges entre les participants et le formateur. Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Apprendre à mieux se connaître et optimiser son charisme.
- Savoir écouter et prendre du recul dans la posture managériale.

Parcours de formation

Positionner le responsable dans sa mission d'encadrement

- Optimiser son leadership auprès des collaborateurs afin d'être apprécié et particulièrement vis-à-vis d'anciens collègues de travail.
- Passer du principe « donner des ordres » à la logique « donner du sens et de la cohérence ».

Les principes de la communication interpersonnelle et de groupe

- Analyser sa capacité à communiquer vis-à-vis des salariés, de la hiérarchie et des autres services afin d'améliorer ses échanges interpersonnels.
- Partager le même sens des mots, développer une qualité d'écoute.
- Questionner pour comprendre et formuler les bonnes questions, reformuler pour clarifier l'échange, s'assurer d'être écouté, savoir trouver les mots justes.
- Modifier certaines convictions/valeurs.
- Transmettre des consignes de travail et vérifier leur application.

Prendre du recul dans sa pratique managériale

Comment modifier certaines convictions qui pénalisent sa relation à l'autre ?

FORMATEUR

Formateur spécialiste du management.

26



14 heures
soit 2 jours



380 € HT / jour
soit 760 € HT



Avignon :
07 et 08 fév 2019
16 et 17 mai 2019
01 et 02 oct 2019
07 et 08 nov 2019

Marseille :
05 et 06 mars 2019
24 et 25 sept 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.

Manager / Niveau II

Les outils du management

PUBLIC

Direction, managers ou toute personne qui souhaite optimiser ses qualités relationnelles et managériales.

PRÉREQUIS

Avoir suivi le niveau I.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Elles permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par le participant.

Mises en situation, apports théoriques et pratiques. Méthodes participatives.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

L'évaluation des connaissances se fait tout au long de la formation par des questions /réponses, par des échanges entre les participants et le formateur. Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Gérer les situations tendues ou conflictuelles avec tact et professionnalisme.
- Utiliser les outils du management pour créer des motifs d'engagement et de satisfaction au sein de son équipe.
- Conduire des entretiens individuels (recadrage, motivation, etc.).
- Développer la collaboration pour optimiser le travail d'équipe.

Parcours de formation

Être assertif dans des situations tendues

- Rester maître de soi et se distancier de ses émotions.
- Savoir gérer les conflits avec assertivité.

Développer son charisme, être force de proposition au sein de l'équipe en toute légitimité, développer un management adaptatif

- Comment créer au sein de son équipe des motifs d'engagement, de satisfaction et développer des facteurs de motivation au travail ?
- Savoir déléguer et mettre en place la méthode VARIF.
- Conduire un entretien en face-à-face (évaluation des compétences, entretien d'explicitation, de recadrage...).
- Comment dire non, trouver des compromis.
- Savoir gérer les personnalités difficiles.

Mettre en œuvre des outils d'anticipation et de résolution de problèmes

Identifier les causes des dysfonctionnements et élaborer des solutions pour améliorer la performance.

FORMATEUR

Formateur spécialiste du management.



14 heures
soit 2 jours



380 € HT /jour
soit 760 € HT



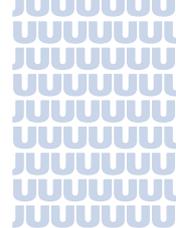
Avignon :
26 et 27 fév 2019
04 et 05 juin 2019
24 et 25 oct 2019
21 et 22 nov 2019

Marseille :
21 et 22 mars 2019
15 et 16 oct 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une
attestation à l'issue de
la formation.



Manager / Niveau III

Créer une cohésion d'équipe

PUBLIC

Direction ou manager qui souhaite dynamiser et motiver son équipe par un management efficace et adapté.

PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation management d'équipe niveaux I et II ou avoir un niveau équivalent.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Elles permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par l'apprenant.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation. Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Optimiser l'image de soi (leadership, confiance en soi, estime de soi).
- Valoriser la cohésion d'équipe et développer le travail en mode projet au sein de son équipe.
- Conduire efficacement les réunions auprès de son équipe.

Parcours de formation

Mieux se comprendre pour mieux comprendre l'autre

- Savoir être acteur de son évolution personnelle pour améliorer ses échanges interpersonnels.
- Comment optimiser ses qualités humaines et ses compétences managériales pour booster l'esprit d'équipe au sein de l'entreprise ?
- Comprendre et accepter des angles de vue différents pour construire ensemble.

Comment se construit une équipe ?

- Les principes de la cohésion d'équipe.
- La notion de pouvoir : comment agir pour que la rétention d'information ne soit pas un enjeu de pouvoir ?

Conduire et superviser les projets

- Identifier les dysfonctionnements rencontrés par la prise de recul et l'analyse objective des causes.
- Construire un projet d'équipe autour des objectifs à atteindre (donner du sens).

Travailler en mode projet

Le travail en mode coopératif permet :

- Des changements positifs pour développer les compétences collectives, pour une organisation efficace et des objectifs atteints...
- Le plaisir de construire ensemble et de partager des pratiques professionnelles.
- La valeur de coopération pour « le faire ensemble ».
- Un esprit collaboratif (membership) à tous les étages.

Animer et conduire des réunions efficaces

- Méthodologie de conduite de réunions.
- Préparer et animer des réunions (mises en situation).

FORMATEUR

Expert en management.



14 heures
soit 2 jours



380 € HT /jour
soit 760 € HT



Avignon :
20 et 21 juin 2019
Marseille :
26 et 27 nov 2019



Être un tuteur d'équipe

PUBLIC

Tuteurs et/ou formateurs internes ou toute personne qui, dans l'exercice de sa fonction, assure le transfert des compétences internes auprès d'un ou plusieurs collaborateurs de l'entreprise.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Elles permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par le participant. Mises en situation, apports théoriques et pratiques. Méthodes participatives.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Maîtriser les règles de base de la communication et du transfert de savoir-faire.
- Animer une séquence de tutorat dans le respect du rythme d'apprentissage du tuteur.
- Optimiser les supports de formation (lexique, guide de bonnes pratiques...) et d'intégration (livret d'accueil).
- Évaluer les résultats du tutorat.

Parcours de formation

Se positionner en tant que tuteur référent

- L'intégration, la professionnalisation.
- Lister ses tâches, faire découvrir son poste.
- Définir et adopter les attitudes du tuteur référent.
- Connaître les règles de la communication.

Accueil des nouveaux entrants

- Préparer le tutorat.
- Présenter les différentes étapes de l'intégration des nouveaux entrants.

Faire découvrir le poste

- L'environnement de travail, le matériel, les outils utilisés, les spécificités du métier.
- Les règles à respecter (Règlement Intérieur, sécurité au travail, EPI...).

Montrer son activité et transmettre son savoir

- Former à un geste, une procédure, une tâche.
- Valoriser les trois P (Protection, Permission et Puissance) qui appuient l'accompagnement du collaborateur.

Suivre les progrès et rendre compte au responsable hiérarchique

- Déterminer les indicateurs à suivre.
- Élaborer les outils nécessaires.
- Faire un compte rendu à son supérieur hiérarchique.

Suivre les acquis par une évaluation régulière

- Guide du tuteur.
- Évaluations / QCM.

Les principes de la communication interpersonnelle et de groupe

- Analyser sa capacité à communiquer vis-à-vis des salariés, de la hiérarchie et des autres services afin d'améliorer ses échanges interpersonnels.
- Partager le même sens des mots, développer une qualité d'écoute.
- Questionner pour comprendre et formuler les bonnes questions, reformuler pour clarifier l'échange, s'assurer d'être écouté, savoir trouver les mots justes.
- Modifier certaines convictions/valeurs.
- Développer des attitudes à la pédagogie.

FORMATEUR

Formateur spécialiste du management.



14 heures
soit 2 jours



380 € HT /jour
soit 760 € HT



Avignon :
21 et 22 mai 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.

Piloter la performance du magasin

PUBLIC

Gérant de magasin ou proche collaborateur souhaitant optimiser ses capacités de management dans la gestion d'un magasin. Gérer son magasin en patron d'entreprise afin de gagner en performance.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Permettent l'acquisition d'outils immédiatement applicables. Essentiellement participatives, elles permettent aux participants d'échanger sur leurs pratiques. Elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Construire un business model performant.
- Connaître les tendances des marchés et mettre en place des actions commerciales efficaces en lien avec le Plan d'Action Commercial de l'enseigne U et du magasin.
- Analyser les ratios commerciaux et de gestion pour être plus rentable et développer ses parts de marché sur sa zone de chalandise.

Parcours de formation

Mettre en œuvre le tableau de bord du magasin pour booster votre rentabilité

L'audit de son magasin

- Analyser pour comprendre et prendre les bonnes décisions.
- Avoir le « regard client », se mettre à sa place.
- Réfléchir et acter des décisions pour une image positive du magasin et pour augmenter le panier moyen.

Le marketing et l'action commerciale, pour quoi faire ?

- Se démarquer de son environnement concurrentiel et se rapprocher des clients.
- Mettre en valeur le magasin vis-à-vis des autres enseignes sur votre zone de chalandise.
- Mobiliser les équipes autour des basiques du commerce : produit, prix, plein, propre, promotion.
- Planifier les actions commerciales à conduire (Publi Promo U, prospectus, opérations commerciales spécifiques,...).
- Bâtir les outils de pilotage pour suivre les actions commerciales.

L'analyse de la performance de son magasin

- Détail et analyse du compte d'exploitation.
- Les impacts des décisions de gestion de l'entreprise.

FORMATEUR

Spécialiste en stratégie d'entreprise et stratégie commerciale.

30



14 heures
soit 2 jours



380 € HT /jour
soit 760 € HT



Avignon :
26 et 27 mars 2019
22 et 23 oct 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.

PUBLIC

Gérant de magasin ou proche collaborateur souhaitant optimiser ses capacités de management dans la gestion d'un magasin. Gérer son magasin en patron d'entreprise afin de gagner en performance.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Permettent l'acquisition d'outils directement applicables dans l'entreprise par les participants. Alternance de théorie et d'étude de cas concrets.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Connaître les obligations légales en matière de droit du travail.
- Piloter l'administration du personnel.
- Assurer la prévention des risques professionnels et répertorier les risques dans le DUERP (document unique d'évaluation des risques professionnels).

Parcours de formation

Superviser l'administration et la gestion du personnel

- La définition du contrat de travail et les principaux contrats de travail.
- La modification ou la suspension du contrat de travail.
- Les congés et les arrêts maladie.

Connaître la durée du travail

- Durée légale et HS/HC.
- La rupture du contrat de travail.
- Le pouvoir disciplinaire.

La santé et la sécurité des personnes

- Le cadre législatif.
- L'obligation de l'entreprise et de l'encadrement.
- La responsabilité en matière d'AT.
- Formation et information.
- Le port des équipements de protection individuelle.
- L'analyse des accidents.

L'évaluation des risques professionnels

- Méthodologie.
- Mise à disposition et mise à jour du document.

Les actualités sociales

- Réforme de la formation professionnelle continue.
- Loi Macron.
- Loi Rebsamen.
- Loi travail etc.

FORMATEUR

Spécialiste en droit du travail.



14 heures
soit 2 jours



380 € HT /jour
soit 760 € HT



Avignon :
02 et 03 avril 2019
05 et 06 nov 2019



Bon à savoir

Délivrance d'une
attestation à l'issue de
la formation.

PUBLIC

Gérant de magasin ou proche collaborateur souhaitant optimiser ses capacités de management dans la gestion d'un magasin. Gérer son magasin en patron d'entreprise afin de gagner en performance.

PRÉREQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Permettent l'acquisition d'outils immédiatement applicables. Essentiellement participatives, elles permettent aux participants d'échanger sur leurs pratiques. Elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Nous proposons un QCM en amont de la formation afin d'évaluer les connaissances et un QCM en aval afin de valider les acquis de connaissances à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Construire un business model performant.
- Connaître les tendances des marchés et mettre en place des actions commerciales efficaces en lien avec le Plan d'Action Commercial de l'enseigne U et du magasin.
- Analyser les ratios commerciaux et de gestion pour être plus rentable et développer ses parts de marché sur sa zone de chalandise.
- Connaître les obligations légales en matière de droit du travail.

FORMATEUR

Une équipe d'experts en stratégie d'entreprise, stratégie commerciale et droit du travail.



42 heures
soit 6 jours



380 € HT /jour
soit 2280 € HT



Avignon :
12 et 13 mars
+ 26 et 27 mars
+ 02 et 03 avril 2019
08 et 09 oct
+ 22 et 23 oct
+ 05 et 06 nov 2019

Parcours de formation

MODULE 1 (2 jours) - Construire un tableau de bord de pilotage, définir les objectifs

La mission du dirigeant et associé U

- Être un adhérent responsable, dynamique et attaché au développement de l'enseigne U.
- Le respect du commerce, du client, des normes de sécurité/ hygiène, du personnel et des obligations réglementaires.

Le cadre de référence de l'entreprise et de l'associé U

- Les valeurs de l'enseigne et du dirigeant, comment les faire fonctionner au mieux.
- Les domaines d'activités stratégiques du magasin afin de se saisir des opportunités commerciales.
- Les Facteurs Clés de Succès (FCS) sur la zone de chalandise afin de développer des parts de marché du magasin.

La SWOT Analyse au service de la performance du magasin

Commerce, management, inances, patrimoine, concurrence et opportunités du marché sur la zone de chalandise du magasin.

Construire le modèle économique du magasin

À partir d'un business model canvas® simple et facile à suivre.

MODULE 2 (2 jours) - Mettre en œuvre le tableau de bord du magasin pour booster votre rentabilité

L'audit de son magasin

- Analyser pour comprendre et prendre les bonnes décisions.
- Avoir le « regard client », se mettre à sa place.
- Réfléchir et acter des décisions pour une image positive du magasin et pour augmenter le panier moyen.

Le marketing et l'action commerciale, pour quoi faire ?

- Se démarquer de son environnement concurrentiel et se rapprocher des clients.
- Mettre en valeur le magasin vis-à-vis des autres enseignes sur votre zone de chalandise.
- Mobiliser les équipes autour des basiques du commerce : produit, prix, plein, propre, promotion.
- Planifier les actions commerciales à conduire (Publi Promo U, prospectus, opérations commerciales spécifiques,...).
- Bâtir les outils de pilotage pour suivre les actions commerciales.

L'analyse de la performance de son magasin

- Détail et analyse du compte d'exploitation.
- Les impacts des décisions de gestion de l'entreprise.

MODULE 3 (2 jours) - Bien gérer les ressources humaines du magasin pour répondre à ses obligations sociales et réglementaires

Superviser l'administration et la gestion du personnel

- La définition du contrat de travail et les principaux contrats de travail.
- La modification ou la suspension du contrat de travail.
- Les congés et les arrêts maladie.

La durée du travail

- Durée légale et HS/HC.
- La rupture du contrat de travail.
- Le pouvoir disciplinaire.

La santé et la sécurité des personnes

- Le cadre législatif.
- L'obligation de l'entreprise et de l'encadrement.
- La responsabilité en matière d'AT.
- Formation et information.
- Le port des équipements de protection individuelle.
- L'analyse des accidents.

L'évaluation des risques professionnels

- Méthodologie.
- Mise à disposition et mise à jour du document.

Actualités sociales

- Réforme de la formation professionnelle continue.
- Loi Macron.
- Loi Rebsamen.
- Loi travail etc.

Bon à savoir

Délivrance d'une attestation à l'issue de la formation.

Les nouveautés en 2019

La loi du 5 septembre 2018

réforme en profondeur le système de la formation professionnelle et de l'apprentissage

LES CHANGEMENTS AU 1^{ER} JANVIER !

- Un seul interlocuteur formation, le **FORCO**, pour les magasins de moins ou de plus de 11 salariés.
- Le plan de développement des compétences remplace le plan de formation.
- La création de la Pro-A marque la fin de la période de professionnalisation.
- L'âge limite d'entrée en contrat d'apprentissage passe à 29 ans ! La durée du contrat est de 6 mois minimum. Les conditions de rupture sont facilitées. Les règles relatives au temps de travail pour les jeunes de moins de 18 ans sont assouplies.

Une contribution unique pour la formation et l'alternance est créée

- Pour les entreprises de moins de 11 salariés = 1.23 % MS brute.
- Pour les entreprises de \geq 11 salariés = 1.68% MS brute.

Le CFP est monétisé: 500 €

(800€ pour les salariés faiblement qualifiés) par an pour les salariés travaillant au moins à mi-temps (proratisé pour les personnes travaillant moins d'un mi-temps) dans la limite de 5000 € et 8000 €.

Le CFP de transition professionnelle

Destiné à financer les formations longues remplace le Congé Individuel de Formation. L'action de formation s'inscrit dans un parcours pédagogique qui permet de combiner une ou plusieurs modalités formatives (FEST, présentiel, FOAD, ...) pour atteindre un objectif professionnel.

DU NOUVEAU CONCERNANT LES INSCRIPTIONS

À COMPTER DU 1^{ER} JANVIER 2019 - ENTRÉ EN VIGUEUR DE LA « CHARTE INSCRIPTION ET SUIVI DE FORMATIONS »

- 3 semaines avant la date de début de formation, I4 FC envoie à UPF le nom des participants, le lieu de la formation ainsi que la convocation et le plan d'accès.
- UPF envoie les convocations aux magasins 15 jours avant la date de la formation.
- 4 jours avant la formation, UPF renvoie un rappel.
- Après la formation, I4 FC envoie les feuilles de présence à UPF.
- En cas d'absence, en dehors des règles établies en commun, I4 FC facturera à UPF la journée de formation, sans prise en charge de l'OPCA :
 - Le délai minimal pour assurer la prévenance d'absence est de deux semaines.
 - Les PDV qui préviendront dans un délai supérieur à deux semaines, n'auront pas de facturation. Ils auront la faculté de positionner la formation annulée sur une autre session sur proposition de I4.
 - Les PDV qui préviendront dans le délai inférieur aux deux semaines, seront :
 - Facturation intégrale si < 1 semaine
 - Facturation à 50% si < 2 semaine et > 1 semaine
 - Les absences « non prévisibles » telles que : accidents, mise à pied, maladie exonère de l'application de ces règles si et seulement si le PDV en informe préalablement l'organisme de formation avec justificatif (copie arrêt, constat...).
- UPF facturera la charge au PDV directement.
- Envoi d'un google forme pour l'évaluation par UPF.
- UPF et I4 s'engagent communément à l'amélioration continue des actions de formations déclenchées sur la base des demandes exprimées par UPF
- UPF s'engage à communiquer à I4 les retours des questionnaires réalisés à l'issue de chaque formation pour permettre la mise en œuvre du principe d'amélioration continue.

UNE NOUVEAUTÉ DE TAILLE EN 2019

LA FORMATION OUVERTE À DISTANCE !

La commission formation attentive à la demande des magasins, propose, par l'intermédiaire du cabinet I4 FC une offre de formation à distance.

Dès 2020, 100 % de l'offre du catalogue UPF sera proposée en FOAD.

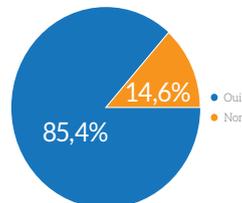
Le décret du 20 août 2014 précise que la FOAD doit inclure une assistance pédagogique et technique obligatoire, des travaux et productions, un suivi et une évaluation.

Résultat de l'enquête du mois d'octobre 2018 par UPF auprès des associés.

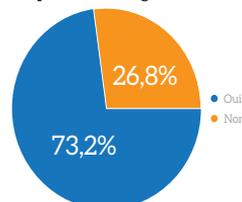
Qu'est ce qui, d'après vous, représente un obstacle à la formation ?



Pensez-vous former un ou plusieurs de vos collaborateurs sur l'année 2019 ?



Seriez-vous intéressé par certaines formations "à distance" depuis votre magasin ?



Les infos en +



Bulletin d'inscription

FORMULAIRE

Formation

Intitulé
Date(s)

Participant

Nom
Prénom
Fonction occupée

Entreprise

Raison sociale
Adresse
CP Ville
Tél
Fax
Mail

Modalité de règlement

Je soussigné(e)
Fonction dans l'entreprise

- M'engage à payer les frais de formation.
 Les frais de formation ne seront pas pris en charge par mon entreprise.
Une demande de prise en charge a été faite, veuillez adresser la facture à

Adresse
Nom du responsable signataire

Signature et cachet de l'entreprise

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Intervenant : i4 Formation Conseil

Inscriptions

Toute inscription est validée à réception du bulletin d'inscription dûment rempli et signé par le représentant de l'entreprise. A réception du bulletin d'inscription, le cabinet i4 FC fait parvenir à l'entreprise une convocation à remettre au participant ainsi qu'une convention de formation en double exemplaire. Un double de la convention doit nous être retourné, signé et tamponné, pour la bonne gestion du dossier de formation. A défaut du retour de la convention, conformément aux dispositions du Code du Travail, les factures tiennent lieu de convention de formation simplifiée de formation professionnelle.

Tarifs

Les coûts d'intervention présentés dans notre catalogue de formation interentreprises 2019 sont fermes et définitifs pour l'année 2019. Pour les interventions spécifiques (conseil, bilan de compétences, VAE...), le cabinet i4 FC fera parvenir à l'entreprise une proposition chiffrée.

Modalités de règlement

Si le client souhaite que la formation soit directement payée par son OPCA (organisme paritaire collecteur agréé), il adresse une demande de prise en charge à son OPCA et s'assure de la bonne fin de paiement par celui-ci. Il convient que cette information soit portée sur le bulletin d'inscription qui nous est renvoyé dans la rubrique : « Les frais de formation ne seront pas pris en charge par mon entreprise. Une demande de prise en charge a été faite, veuillez adresser la facture à »

Adresse

Il est recommandé à l'entreprise d'obtenir un accord préalable de son OPCA, avant de remplir le bulletin d'inscription i4 FC. Dans le cas où l'OPCA ne prend pas directement en charge le règlement de la facture (totalement ou partiellement), i4 FC facturera le montant de la formation directement à l'entreprise.

Règlement

Le montant de la formation doit être réglé au plus tard dans les 30 jours qui suivent la fin de l'action. En cas de retard dans le paiement des échéances fixées, toutes les sommes dues produiront un intérêt égal à 1.5 fois le taux d'intérêt légal par jour de retard.

Annulation du fait du client

Toute annulation par le client doit nous parvenir 15 jours ouvrables avant le début de l'action de formation. Pour toute annulation par le client, intervenant dans un délai inférieur à 10 jours ouvrables avant le début de l'action de formation, i4 FC se réserve le droit de facturer 50% du coût du stage pour les frais engagés (convocations, supports, location de matériel...). La facturation est adressée directement à l'entreprise. Le montant facturé devra être réglé au plus tard dans les 30 jours qui suivent l'établissement de la facture. En cas de retard dans le paiement des échéances fixées, toutes les sommes dues produiront un intérêt égal à 1.5 fois le taux d'intérêt légal par jour de retard.

Absence totale ou partielle à la formation

i4 Formation Conseil engageant la totalité des frais de formation dès le premier jour de l'action, l'absence totale ou partielle du stagiaire, que ce soit de son fait ou de celui de l'entreprise, ne pourra donner lieu à une révision du coût de l'action. Celle-ci sera facturée en intégralité. Rappel : cette dépense, du fait de la non-participation du stagiaire, n'est pas éligible au titre du budget de la formation professionnelle.

Annulation par le Cabinet i4 FC

Le Cabinet i4 FC se réserve le droit d'annuler ou de reporter une action de formation dans le cas où le nombre de participants serait insuffisant pour le bon déroulement du stage, dans un délai de 5 jours ouvrables avant le démarrage de la formation.

Différents éventuels

Si une contestation ou un différend ne peut être réglé à l'amiable, le tribunal de Commerce en Avignon sera seul compétent pour régler le litige.



Merci de nous envoyer le formulaire :

Par fax : 04 90 31 44 33
Par mail : contact@i4-formation.fr
Par courrier :
Centre d'affaires les Naiades
Bât. 2, 10 avenue de la Poulasse
84000 AVIGNON
www.i4-formation.fr



La compétence
au service de
votre performance



formation conseil
i4-formation.fr

Centre d'affaires Les Naïades - Bâtiment 2
10 avenue de la Poulasse
84000 Avignon

Tél. 04 90 31 51 90 - Fax 04 90 31 44 33

i4-formation.fr

