



Marketing et communication Marché Familles
Stratégie développement des Publics scolaires
Inventer des visites guidées vraiment attractives
Créer des visites décalées des patrimoines
Créer des visites avec des tout-petits < 6 ans
De la visite-jeu à l'escape-game, créer une aventure
Créer des souvenirs incroyables – tourisme immersif
Expérience découverte ou visite avec des tout-petits < 4 ans

Formations 2020



Culture – Loisirs – Tourisme

TAMS Consultants
Organisme de Formation déclaré 82.380269938

Depuis 1998



Photos Tams - visitwapi .be Coralie Cardon ©



TAMS Consultants
Les Michauds 73360 Saint Franc – 04 76 67 52 60 – info@tams.fr

www.tams.fr



8 Formations Inter-entreprises 2020

2 sessions par an



Devenir une destination, un musée ou un hôtel "Family friendly"

1. Devenir une destination, un musée, un hôtel "family friendly" ?
2. De la visite-exploration à l'escape-game, comment créer des visites et des aventures dans l'esprit des patrimoines ?

Développer et réussir avec les PUBLICS SCOLAIRES

3. Définir une stratégie réussie > développer les publics scolaires
4. Animer une séance scolaire avec des pédagogies interactives

Innover avec les visites sensorielles & Créations légendaires

5. Démarquez-vous avec des visites décalées et sensorielles - approche sensorielle de vos patrimoines.
6. Inventer des légendes ou un monde imaginaire pour de nouvelles visites pédagogiques, patrimoniales ou culturelles.
7. Créer des visites ou des ateliers pour les tout-petits < 6ans

MIEUX COMMUNIQUER LE SENS DE MON ACTIVITE

8. Créer une communication "ajustée", à l'identité de mon offre touristique ou culturelle.

Toutes nos formations sont programmables en intra, pour votre équipe.
Journées de sensibilisations pour vos professionnels du tourisme
Ateliers, conférences

Nouveau en 2020,

Conférence sur le "Tourisme esthétique", les destinations à la conquête de l'harmonie...



Thème de la formation FAM1

Devenir une destination, un musée, un hôtel "Family-friendly" ?

Pratiques et tendances sur les marchés européens.
Créer sa stratégie de positionnement Familles.

.....PUBLIC

Destinations et Professionnels du tourisme ou du patrimoine souhaitant développer les familles, par une stratégie personnalisée de positionnement et une communication non clivante.



Formation recommandée pour réussir votre démarche Famille Plus

..... OBJECTIFS

- ✦ Découvrir les attentes et pratiques des familles européennes
- ✦ Découvrir comment communiquent les tours-opérateurs sur ce marché, les grandes régions...
- ✦ Les points clés des nouvelles expériences Famille
- ✦ Acquérir les clés du marketing et de la communication vers les familles
- ✦ Repérer les moteurs des nouvelles expériences ludiques porteuses de sens
- ✦ Acquérir les piliers d'une offre réussie parents/enfants et créer du souvenir. Les adolescents...
- ✦ La Qualité famille chez les professionnels : offices de tourisme, en nature, musées, patrimoines, prestataires d'activités, sites touristiques, restaurateurs, hébergeurs
- ✦ Elaboration d'un plan d'actions Marketing Familles

..... **Formateur :** Bruno Tamaillon
Directeur de TAMS

..... **DUREE :** 2 jours

6 à 12 participants

Budget : 690 euros/participant pour les 2 journées, soit 14h de formation – Repas et logement non compris

..... **DATES & LIEUX**

PARIS – 26/27 Mars 2020 – **annulée COVID**
PARIS – 15/16 Octobre 2020

..... POINTS ABORDES

- ✦ Attentes des familles et contraintes, benchmark et bonnes pratiques des opérateurs en Europe
- ✦ Communication graphique, média, intermédiaires
- ✦ Marketing et nouveaux canaux de diffusion
- ✦ Les scénarios des offres, les moyens, les moteurs
- ✦ La scénarisation des expériences familles, images, vidéos, humour, ton rédactionnel
- ✦ Le Label Famille Plus
- ✦ Mobiliser ses professionnels sur la qualité famille





Thème de la formation FAM2

De la visite-exploration à l'escape-game, comment créer des visites et des aventures dans l'esprit des patrimoines ?

.....PUBLIC

Professionnels du tourisme ou du patrimoine souhaitant développer des concepts de visites ludiques, dans l'esprit des jeux d'aventures ou des escape-game.

Avoir conscience que la création d'un produit-jeu nécessitera après la formation, du temps, de la créativité, un budget minimum

..... OBJECTIFS

- Se former à la création de concepts, jeu de pistes, chasse aux trésors, les mécanismes à mettre en œuvre. Se "déprogrammer" du Quizz
- Comprendre les ressorts et le sens du jeu.
- Connaître les concepts ludiques adaptés au temps du tourisme en extérieur ou dans un musée.
- Créer un espace de jeu, une aventure.
- Jeux pour adultes, jeux pour enfants, jeux pour familles... les scénarii vont être différents, mais lesquels ?
- Comprendre les ressorts d'une expérience réussie parents/enfants/ados.
- Savoir exploiter les ressources de l'imaginaire naturel dégagé par votre patrimoine et savoir en faire une histoire.

..... POINTS ABORDES

- ✦ Apprentissage, jeu, partage, quelle différence ?
- ✦ Le jeu et ses capacités en tourisme
- ✦ L'enfant, sa croissance et le jeu
- ✦ La structure des différents types de jeux
- ✦ Les jeux numériques, réussites et limites
- ✦ Créer un imaginaire, méthode et écriture

Formation recommandée



Formation accueillie



..... **Formateur :** Bruno Tamaillon
Directeur de TAMS

..... **DUREE :** 2 jours

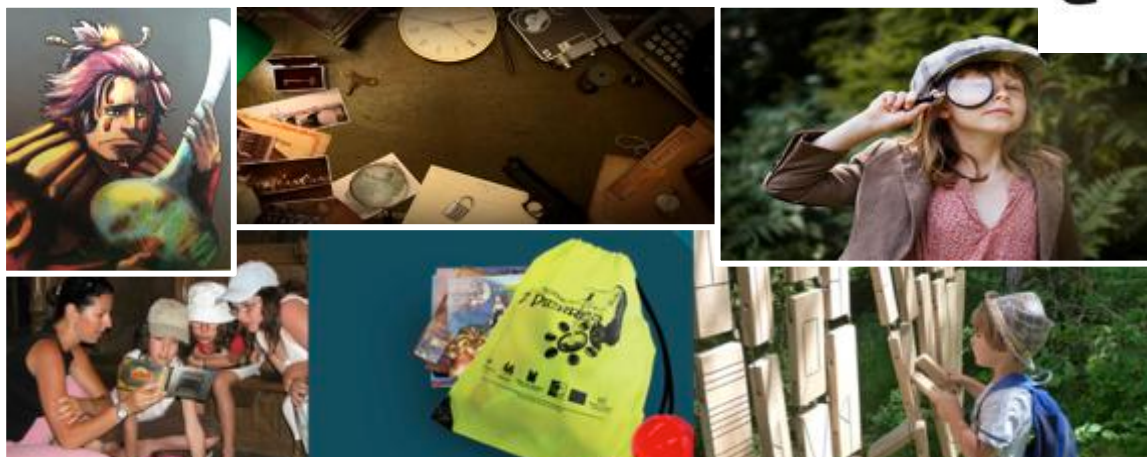
6 à 12 participants

Budget : 690 euros/participant pour les 2 journées, soit 14h de formation – Repas et logement non compris

..... **DATES & LIEUX**

PARIS – 6/7 Février 2020

PARIS – 22/23 Octobre 2020





Thème de la formation SCOL1

Définir une stratégie réussie > Développer les publics scolaires

..... PUBLIC

Acteurs et territoires de tourisme, culture, patrimoine souhaitant être reconnus par l'Education Nationale et développer ainsi les publics scolaires.

Musées, châteaux, offices de tourisme, hébergeurs, prestataires d'activités...

Formation accueillie

ESTIM école de la médiation

..... **Formateur** : Marie Tamaillon

..... OBJECTIFS

- ✦ Revisiter toute sa stratégie d'offres et de relations avec les publics scolaires
- ✦ Créer un lien durable avec l'Education Nationale et les enseignants
- ✦ Adapter mon site et mon offre aux attentes des écoles
- ✦ Communiquer vers les enseignants
- ✦ Définir un plan d'actions à 3 ans

..... **DUREE** : **2 jours**

6 à 12 participants

Budget : 690 euros/participant pour les 2 journées, soit 14h de formation – Repas et logement non compris

..... POINTS ABORDES

- ✦ Les attentes de l'Education Nationale en matière d'activités hors de l'école : liens aux programmes scolaires, contacts utiles personnalisés pour votre site ou territoire, priorités pour être reconnu par les enseignants
- ✦ Les bonnes pratiques en matière d'accueil des scolaires : services, outils, médiation, modalités de communication
- ✦ Promotion et communication vers les enseignants
- ✦ Plan d'actions personnalisé

..... **DATES & LIEUX**

PARIS – 19/20 Mars 2020 – **Annulée COVID**

PARIS – 1^{er} et 2 Octobre 2020

CONSULTANTS
tams!





Thème de la formation SCOL2

Animer une séance scolaire avec des pédagogies interactives

.....PUBLIC

Médiateurs, guides, animateurs de sites culturels et touristiques souhaitant créer des séquences innovantes et adaptées aux attentes de l'Education nationale.

Formation accueillie

ESTIM école de la médiation

..... **Formateur** : Marie Tamaillon

..... OBJECTIFS

- ✦ Comprendre les différentes phases de construction d'une visite, d'un atelier pédagogique
- ✦ Expérimenter en groupe la création d'une animation scolaire selon les âges sur un site patrimonial ou touristique : les outils, les attitudes qui permettent de vivre une visite captivante dans laquelle l'élève est acteur de ses apprentissages.

..... **DUREE** : 2 jours

6 à 12 participants

Budget : 690 euros/participant pour les 2 journées, soit 14h de formation – Repas et logement non compris

..... POINTS ABORDES

- ✦ Les aptitudes d'un élève, selon son âge, dans le cadre d'une sortie scolaire, les connaissances à acquérir
- ✦ Les attitudes du médiateur face à un groupe d'élèves, les moyens à mettre en œuvre pour capter l'attention et rendre l'enfant acteur.
- ✦ Atelier créatif sur site, d'une visite et d'un atelier en séance pédagogique.
- ✦ Les outils, les moyens à mettre en œuvre pour faciliter le travail d'animation et de guidage.

.....DATES & LIEUX

PARIS - 26/27 Mars 2020 – **annulée COVID**

PARIS – 22/23 Octobre 2020

CONSULTANTS
tam.s





Thème de la formation VISIT1

Démarquez-vous avec des visites décalées > approche sensorielle de vos patrimoines

.....PUBLIC

Professionnels du tourisme ou du patrimoine souhaitant développer des visites passionnantes par l'approche sensorielle.

Formation accueillie

ESTIM école de la médiation

..... OBJECTIFS

- ✦ Créer une visite animée, c'est utiliser tous les ressorts de la découverte sensorielle, artistique, joueuse, surprenante, pour offrir aux publics une approche décoiffante de la nature, de la culture locale ou du patrimoine.
- ✦ Une formation à deux voix, Yves Hanosset, agitateur de patrimoine depuis 25 ans, et ses outils incroyablement faciles à utiliser, Bruno Tamaillon, pour structurer l'offre et l'adapter au temps du tourisme, fixer les objectifs, inventer des scénarii.
- ✦ Donner toutes les clés d'une visite décalée, découvrir les outils et méthodes créatives de la visite animée, grâce à des outils simplissimes et peu couteux.
- ✦ Un jour pour tester la pédagogie, un jour pour comprendre la méthode, les outils et structurer une visite à votre mesure.

..... POINTS CLES

- ✦ Outiller les stagiaires à la création d'une visite, d'une animation-découverte pour le public familial
- ✦ Visite animée, racontée, contée, théâtralisée, quelles différences ? Quels bénéfices pour chacune ?
- ✦ Découvrir et vivre d'autres pratiques de médiation aux patrimoines par l'expérimentation et la présentation de projets existants en Belgique, France ou ailleurs.
Approches décalées
- ✦ Vivre la création d'une visite et la structurer
- ✦ Acquérir une méthode pour créer, tester et pérenniser une visite animée

Formation recommandée



..... Formateurs :

Yves Hanosset & Bruno Tamaillon

Une formation à deux voix, pour associer expérience de l'approche sensorielle des patrimoines et concrétisation pratique des ces outils dans vos offre de visites animées ou en autonomie

..... DUREE : 2 jours

6 à 12 participants

Budget : 690 euros/participant pour les 2 journées, soit 14h de formation – Repas et logement non compris

..... DATES & LIEUX

PARIS – 19/20 Mars 2020 – **annulée COVID**

PARIS – 12/13 Novembre 2020





Thème de la formation VISIT2

Inventer un imaginaire ou romancer la vraie histoire pour enrichir vos visites pédagogiques, patrimoniales ou culturelles

.....PUBLIC

Professionnels de la Culture, du Patrimoine ou du tourisme, souhaitant enrichir leurs visites ou créer de nouvelles séquences grâce à la dimension imaginaire fortement mobilisante pour les publics.

NOUVEAUTE 2018

Formation accueillie

ESTIM école de la médiation

..... OBJECTIFS

- Acquérir le savoir faire de création d'un univers imaginaire, d'un univers légendaire, en phase avec le décor d'un espace à découvrir.
- Comprendre la puissance et l'efficacité de l'imaginaire dans le plaisir d'une visite, pour tous les publics et en particulier les enfants
- Créer la légende d'un lieu, en recueillant les émotions émanant du décor réel (naturel, historique, urbain) ou reconstruit (scénographie...)
- Apprendre les ressorts de la rédaction de l'histoire support de l'univers légendaire.
- Découvrir les utilisations concrètes pour de nouvelles visites

..... POINTS CLES

- Savoir créer une histoire légendaire dans un lieu, en se servant des émotions permanentes en ce lieu.
- Utiliser l'imaginaire comme support de plaisir de découverte.
- Ouvrir son patrimoine à de nouvelles créations.
- La clé d'une aventure imaginaire pour les enfants.

..... Formateur :

Bruno Tamaillon

Auteur de contes et de nouvelles, expert en création d'expériences de visites, inventeur de concepts de visites associant l'imaginaire et le jeu, Bruno Tamaillon a mis en place en Europe de nombreux concepts de visites en utilisant la méthodologie inverse des parcs à Thèmes qui créent un décor à partir d'une histoire.

L'esprit et les émotions d'un lieu deviennent une histoire, une légende nouvelle qui va faciliter le plaisir de la visite.

..... DUREE : 2 jours

6 à 12 participants

Budget : 690 euros/participant pour les 2 journées, soit 14h de formation – Repas et logement non compris

..... DATES & LIEUX

Paris – 12/13 Mars 2020 – **annulée Covid**

Paris – 9 et 10 Novembre 2020



Découvrir les différentes phases de construction d'une visite interactive et expérimenter en groupe, la création d'une visite adaptée aux scolaires selon les âges et au très jeune public (- de 3 ans). Les outils, les attitudes qui permettent de vivre

Créer une visite animée pour les tout-petits de 1 à 6 ans



PUBLIC : Professionnels du tourisme ou du patrimoine souhaitant créer des visites animées avec des jeunes publics de moins de 6 ans.

OBJECTIFS

- Solidifier ses acquis sur les aptitudes, les capacités d'un enfant selon son âge et en particulier les tous petits.
- Se rappeler les besoins, les attentes des enseignants dans le cadre d'une sortie scolaire.
- Différencier les besoins du très jeune public par rapport au public scolaire dans le cadre d'une visite dans un site culturel ou touristique.
- Apprendre les différentes phases de construction d'une visite pour ces publics
- Découvrir l'expérience de sites culturels ou touristiques ayant mis en place des outils ou techniques d'animation adaptées aux scolaires et au très jeune public.
- Se doter des outils de la visite sensorielle et leur utilisation pour faciliter le travail d'animation pour ces jeunes publics.
- Travailler, en atelier-groupe, la création d'une visite comme une séance pédagogique, selon les âges : les outils qui permettent de vivre une visite captivante dans laquelle l'enfant est acteur de ses apprentissages.

..... DATES & LIEUX

- Paris – 12/13 Mars 2020 – **Annulée COVID**
- Paris – 8 et 9 Octobre 2020

PROGRAMME

Jour 1 :

- Les capacités, les aptitudes d'un enfant selon son âge selon Piaget
- Dans le cadre d'une sortie récréative "loisirs", avec de très jeunes publics (- de 6 ans), quelles différences avec les scolaires : quels besoins, quelles attentes.
- Les besoins, les attentes des enseignants en matière d'activités hors de l'école pour les Cycles 1 - Les connaissances à acquérir.
- RDV Skype avec un intervenant expérimenté dans l'accueil des tout petits.
- Les ingrédients d'une visite réussie avec de très jeunes publics, et des scolaires
 - Présentation vidéo d'animations sur différents sites
 - Découverte des différentes phases de construction d'une visite : définition des compétences à atteindre, des objectifs, l'accueil, phase de sensibilisation, de découvertes sensorielles, de recherches, de manipulations, d'expérimentations....
- Découverte sur le terrain des outils de la visite sensorielle.

Jour 2 :

- création d'une visite animée pour des élèves à partir du cycle 1 et pour des très jeunes publics dans le cadre loisirs.
- Modalités à définir en fonction des projets des stagiaires
- Présentation des visites créées, in situ (cœur de ville, site culturel, à définir selon le lieu). A chaque proposition de visite, le groupe expose son objectif, sa démarche, les outils utilisés, le matériel nécessaire selon les propositions : mascottes, tissus, tapis d'éveil, cartes, plan, maquettes...
- Partage – échange sur la démarche pédagogique, les outils utilisés - la recherche de solutions adaptées se fait en dialogue avec l'ensemble des stagiaires ou en apport de la formatrice,
- la fin de journée est consacrée à un temps de définition du plan d'action suite aux suggestions et réflexions de la journée, plan hiérarchisé dans le temps.



Thème de la formation COM1

Créer une communication "ajustée", à l'identité de mon offre touristique ou culturelle.

MIEUX COMMUNIQUER LE SENS DE MON ACTIVITE

..... PUBLIC

Acteurs ou entreprises touristiques souhaitant ajuster sa communication à l'identité et au sens de son activité.

..... OBJECTIFS

MIEUX COMMUNIQUER LE SENS DE MON ACTIVITE

Découvrir l'identité de mon activité, mon positionnement

Créer une communication éthique, ajustée à mon activité

Connaître et appliquer le B-A-BA, les petits trucs simples qui permettent à un professionnel sans grands moyens de se créer une communication ajustée à son identité.

Formation-action permettant de créer une communication (mots, images, couleurs, sons, témoignages) adaptée à ce que je suis vraiment.

- ✦ Permettre à chacun de découvrir comment communiquer cette passion qui semble difficile à partager. Apprendre à communiquer en se respectant et sans agresser les publics.
- ✦ Découvrir un marketing éthique, vécu dans la simplicité.

..... POINTS ABORDES

- ✦ Mon identité de professionnel, son enracinement
- ✦ Le positionnement de mon activité
- ✦ Les modes de communication adaptés à ma structure
- ✦ Travail des textes, des images, des couleurs, des ambiances à utiliser dans leur communication
- ✦ Travail sous la forme d'ateliers créatifs
- ✦ Travail rédactionnel sur deux textes de présentation
- ✦ Travail sur un scénario de reportage photo et/ou vidéo

..... **Formateur :** Bruno Tamaillon
Directeur de TAMS

..... **DUREE :** 2 jours

12 participants maxi

Budget : 690 euros/participant pour les 2 journées, soit 14h de formation – Repas et logement non compris

..... **DATES & LIEUX**

PARIS – 14/15 janvier 2021

CONSULTANTS
tams!



Les Formateurs

Bruno Tamaillon



Acteur du Tourisme depuis 1986 en Centre de vacances, Offices de Tourisme, agence de développement de promotion, Direction marketing d'un réseau agences de voyages et création d'événements.

Depuis 1996, TAMS Consultants apporte son expertise sur le marché du tourisme et des patrimoines, associant exigence marketing et efficacité de concepts de découvertes ou de séjours.

Créateur des Aventures-jeux®, expériences ludiques en famille (32 réalisations en Europe), Bruno Tamaillon invente avec les acteurs des territoires, des expériences immersives étonnantes, "pièces" à chaque fois unique, impliquant l'imaginaire, le jeu, des histoires, des rôles, avec des enfants de 4 à 14 ans mais aussi des expériences ados. Ces concepts sont aujourd'hui appliqués dans les sites, les musées.

- Créateur du **référentiel qualité familles TAMS**
- Auditeur du label qualité des territoires **FAMILLE PLUS**
- Créateur des Formations "Jeu et Tourisme"
- Animateur de **veille Tourisme famille** sur les réseaux sociaux

Les formations que proposent TAMS sont le fruit d'une **veille européenne** sur les attentes et les pratiques des familles dans tous les secteurs du tourisme.

Investi dans le **développement de la personne**, Bruno Tamaillon crée des formations sur l'accueil et la communication éthique.

Créatif de nature, Bruno Tamaillon orchestre l'équipe de TAMS CONSULTANTS selon les projets, avec un réseau de prestataires complémentaires (économie de projet - organisation - marketing), mais aussi créateurs ou artistes, pour construire des projets touristiques, dans un tourisme de sens, positif, inventif, créateur de bien vivre.

Marie Tamaillon



Créatrice de l'**expertise** et des **formations pédagogiques et public scolaires** chez TAMS CONSULTANTS depuis 2010.

Marie Tamaillon accompagne les territoires ou espaces thématiques, musées, sites naturels et culturels, prestataires d'activités ou centres de vacances souhaitant développer une offre adaptée aux scolaires dans le cadre des compétences pédagogiques de l'Éducation Nationale.

Son conseil pédagogique est vécu comme un accompagnement de l'équipe en place, pour innover, créer de nouvelles propositions, former à la médiation.

Une écoute et une expérience de terrain, à travers **18 années d'enseignement** et de directions d'établissements, et ce à tous les niveaux de la Maternelle jusqu'au CM2.

Une véritable passion pour le développement personnel de l'enfant (recherches permanentes d'idées innovantes pour rendre l'enfant acteur de ses apprentissages).

Des **capacités d'animations** (écoute, organisation, synthèse) dans les classes mais aussi avec des équipes pédagogiques, des parents d'élèves.

Des références pédagogiques directement basées sur le B.O. Bulletin Officiel du Ministère de l'Éducation Nationale et les Directives associées, mais aussi sur des manuels scolaires variés, des sites de référence (Eduscol, la main à la pâte...)

Marie travaille également avec **un réseau de personnes ressources** (inspecteurs, conseillers pédagogiques, une équipe d'enseignants)

Outils et médias utiles à vos objectifs pédagogiques peuvent si besoin être conçus et produits par l'équipe communication de TAMS Consultants.

Les Formateurs

Yves Hanosset



Expert visites décalées chez TAMS, Yves Hanosset intervient lors de la création des concepts sensoriels de visites.

De formation Histoire de l'Art, Yves Hanosset laisse sa marque comme un formidable transmetteur du patrimoine, avec ses outils d'interaction avec le patrimoine :

- développer une approche sensorielle du patrimoine : éducation du regard, de l'ouïe, du toucher...,
- susciter le questionnement et éveiller la curiosité,
- développer la méthode comparative et l'esprit critique,
- favoriser l'expression et la transmission des émotions et des savoirs.

L'approche sensorielle.

La découverte du monde qui nous entoure se fait d'abord à travers nos cinq sens.

Saint-Thomas d'Aquin retient d'Aristote le fait que toute connaissance est d'abord sensible (c'est-à-dire qu'elle s'appréhende d'abord par les cinq sens) avant d'être dans l'intelligence. L'homme ne connaît, tout d'abord, que par les sens. Cette connaissance sensible permet à tout être humain de faire l'expérience du monde matériel de manière individuelle et singulière.

L'approche sensible des phénomènes est donc valable et sa réhabilitation est même souhaitée car elle fait le lien entre le corps et l'esprit. Pas d'idée, pas d'imagination, pas de créativité venant de la tête, de l'esprit seul. De même, s'arrêter à la seule expérience sensorielle ne permet pas de s'élever et de créer.

Il est donc possible de développer une approche sensorielle du patrimoine qui ouvre le monde des possibles à l'expression des enfants et des adultes.

Yves Hanosset