



certification cheteur

cdaf
formation

la référence en formation Achat depuis 1949





“ Vous devez former un nouvel arrivant aux achats ? Vous disposez d'un budget restreint et/ou de peu de temps à consacrer à la formation ?

Notre certification Acheteur pourrait être la solution à votre besoin. Elle a été créée spécifiquement pour acquérir en 19 jours les fondamentaux Achat et permet d'être rapidement opérationnel.

Particulièrement destiné aux personnes "nouvellement en poste", ce parcours est capitalisable avec le titre ESAP Acheteur Leader. Pour beaucoup de stagiaires, ce parcours a permis de mettre le pied à l'étrier en complétant leur certification par un titre diplômant et en valorisant à leur rythme, leurs compétences. ”

*Stéphanie Pasquier
Conseillère formation inter-entreprise et parcours métiers*

ATOUTS

- Programme complet développant les aspects processus, marchés, stratégies, négociation et contrat
- Formation animée par des professionnels des achats formés à la pédagogie

PROGRAMME

- Profession Acheteur
- Marketing Achat et sourcing
- Stratégie Achat
- Négociation Achat
- Contrats d'achat
- Gestion des risques Achat

PUBLIC

Acheteurs, avec ou sans expérience dans la fonction

TARIF

6 000 € HT

ALLEZ ENCORE + LOIN... EN E-LEARNING

Concevoir et mener un appel d'offres

Pour compléter votre certification Acheteur nous vous proposons un module en e-learning " Concevoir et mener un appel d'offres" : 6 phases pour mettre en place et suivre efficacement un appel d'offres (durée moyenne : 3h30)

Tarif : 500 € HT



SE FORMER AUTREMENT

CAP VERS LES "JEUX EXPERTS ACHAT" POUR UNE PÉDAGOGIE INNOVANTE !



“ Pourquoi la pédagogie par le jeu ?

Depuis l'antiquité, les hommes jouent. De la Chine à l'Égypte ancienne, les jeux de hasard et de stratégie se sont répandus auprès de toutes les classes sociales et de toutes les générations.

En plus d'être une activité sociale favorisant les échanges entre les participants, les jeux amènent une expérience impactante.

Quels sont les bénéfices observables des jeux experts Achat en formation ?

Dans la lettre des achats de juillet 2019, Olivier Monin, Directeur de l'offre intra-entreprise, précise que "l'implication et la motivation sont les deux éléments qui permettent à la formation professionnelle de prendre un nouveau départ".

Le jeu est générateur d'émotions positives, favorables à l'acte d'apprendre.

Il est un axe pédagogique majeur car il permet d'ancrer les acquis, de mettre en pratique, d'amener à la réflexion, d'apprendre à collaborer, dans un climat propice à l'apprentissage.

Notre parti pris "Mieux apprendre en jouant", accompagné d'objectifs structurés, permet à l'apprenant de développer des compétences opérationnelles.

Le jeu est vecteur d'une expérience transférable en milieu professionnel. Il va créer un lien fort et évident avec le monde réel, car il s'appuie sur des situations et des problématiques concrètes.

Si votre dernière partie de Monopoly date de plus de dix ans, vous n'aurez pas besoin qu'on vous en réexplique les règles et vos stratégies gagnantes développées dans le passé ressurgiront subitement, car elles sont bien ancrées dans votre mémoire.



3 BÉNÉFICES POUR UNE EXPÉRIENCE UNIQUE EN FORMATION PRÉSENTIELLE

01 Motivation

L'envie de venir en formation et la faculté de rester attentif

02 Implication

Tout le monde a un rôle et participe activement

03 Ancrage

Le souvenir du jeu marque les esprits et amplifie le taux de mémorisation

Pourquoi sommes-nous crédibles ?

Après les avoir testés, améliorés et déployés, nos clients répondent désormais mieux que nous à cette question.

"C'est instructif, intéressant, et je pense que même ceux qui ne sont pas forcément joueurs dans l'âme apprennent quelque chose sans s'en rendre compte."

Alexandre Wautelet-Burot
ESAP 68^e promotion

“ On peut en savoir plus sur quelqu'un
en une heure de jeu qu'en une année de conversation ”

Platon

"Les participants ont fait preuve d'une grande motivation durant toute la formation. C'est concret, pragmatique et beaucoup mieux qu'une formation avec un simple schéma.

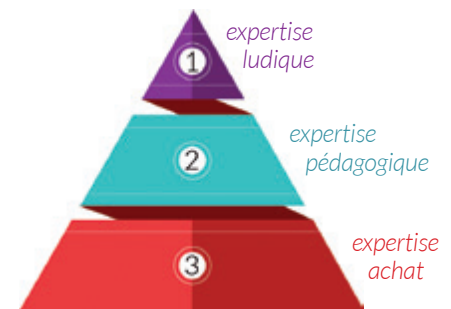
L'ambiance était à la fois compétitive et fédératrice ! Les participants se sont tous prêtés au jeu de manière très intense. La participation et les débats étaient importants, il y a eu beaucoup de stimulation et d'échanges.

Nous étions 2 équipes : Rouge et Bleu. La constitution des équipes a permis que personne ne soit en retrait. Le jeu était parfait ! Nous étions tellement absorbés que nous avons même presque oublié la pause café !

Il apporte une transposition rapide et efficace. Les cartes aléatoires permettent de refléter les problèmes de la vraie vie d'une organisation.

Nous n'oublierons pas cette formation ! "

Thierry Bacquet,
Responsable Logistique Aéroport de Paris



De quoi est faite notre légitimité pour concevoir des jeux experts Achat ?

Trois expertises combinées nous ont permis de créer une gamme de jeux exclusifs pour former les acheteurs, du débutant au plus aguerri.

Chaque jeu se décline autour d'une thématique Achat et cible les compétences à acquérir pour performer en situation professionnelle. Ils intègrent des fiches outils directement réutilisables en entreprise. ”

Maria Andreatchio - Ingénieur pédagogique
Ronan Hascoët - Directeur pédagogique

Profession Acheteur



OBJECTIFS

- Définir les enjeux de l'acte d'achat
- Structurer un acte d'Achat en processus Achat
- Définir le rôle et les enjeux de la fonction Achat dans l'organisation
- Établir un processus Achat adapté à son organisation



PUBLIC

- Acheteurs débutants
- Tous collaborateurs réalisant des achats



MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Jeu pédagogique : création d'un service Achat dans la société Adventure



PRÉREQUIS

- Aucun



CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

PROGRAMME

Formation réalisée autour d'un jeu fil rouge profession Acheteur
Durant ce jeu, les stagiaires vont participer à la création d'un service Achat chez Adventure

Lancement du jeu : quelle place occupe la fonction Achat dans les organisations ?

- L'entreprise Adventure à besoin de vous !
Aidez-la à organiser ses achats
- Vous devrez expliquer pourquoi les achats sont devenus une fonction incontournable

Un bon achat est un achat structuré

- Contribuez à la création d'un processus Achat chez Adventure !
Quelles activités mener aux étapes du processus ?
- Vous découvrirez le processus Achat et les activités associées à chacune de ses étapes et vous comprendrez quelles sont les missions des acheteurs

Prenez un bon départ

- Définissez les priorités Achat et les contributeurs à l'acte d'Achat chez Adventure
- Vous utiliserez les outils de priorisation et vous penserez l'acte d'Achat comme un projet à part entière

Visez le juste nécessaire

- Vous devez challenger le besoin d'un collaborateur d'Adventure, pour son bien et celui de votre organisation
- Vous aurez besoin d'explorer les 5 dimensions du besoin et surtout faire la différence capitale entre les spécifications techniques et les spécifications fonctionnelles

Les fournisseurs dont vous avez besoin existent-ils ?

- Il faut désormais étudier les marchés amont d'Adventure afin d'assurer que le marché est en mesure de répondre au besoin. Pour cela, rien de mieux que de transposer aux achats le puissant modèle des 5 forces de Porter

Élaborez vos stratégies d'achat

- Construisez la matrice de segmentation Achat d'Adventure grâce à la célèbre et indémodable matrice de Kraljic
- Quelle sera la meilleure stratégie pour chacun de vos segments d'achat ?

Choisissez les meilleurs

- Sélectionner les meilleurs fournisseurs grâce à une grille multicritères pour un besoin d'Achat d'Adventure
- Préparer et mener une négociation pour Adventure en respectant les règles fondamentales du négociateur Achat

N'oubliez pas le plus important

- C'est maintenant le moment de faire en sorte que toutes les étapes précédentes prennent corps dans la réalité, par le déploiement concret des accords contractuels, et le suivi de la performance attendue
- Construisez un tableau de bord Achat pour Adventure
- Vous pourrez également vous appuyer sur le triangle de la performance

Retour à la vraie vie

- Transposez les acquis de la formation dans votre environnement professionnel
- Mettez-les à profit immédiatement en rédigeant un plan d'action
 - 1 - Réflexion sur les acquis de la formation : méthodes, démarches, outils, bonnes pratiques
 - 2 - Identification des éléments transposables à son environnement professionnel
 - 3 - Déploiement avec la rédaction d'un plan d'action individuel



*Profession Acheteur :
un jeu pédagogique CDAF Formation*



OBJECTIFS

- Savoir réaliser une étude de marché à l'achat en détaillant les opportunités et menaces pour l'acheteur
- Pouvoir mener une action de sourcing en ayant répondu au besoin



PUBLIC

- Responsables Achat
- Acheteurs familles
- Acheteurs



MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Exercices d'applications
- Échanges d'expériences
- Mise en application sur la problématique de l'apprenant



PRÉREQUIS

- Aucun



CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

PROGRAMME

L'Étude de marché à l'Achat

- Pourquoi étudier les marchés fournisseurs ?
- Première étape : la segmentation
- Segmenter en 3 niveaux
- Deuxième étape : L'étude de marché à l'achat
- Présentation de l'outil : PESTEL
- Présentation de l'outil : les 5 forces de Porter adaptées aux marchés Achat
- Mise en application
Cas fil rouge sur un segment d'achat : Étude d'un marché à l'achat

Processus de sourcing

- Pourquoi sourcer ?
- Nécessité de fonctionner en mode processus
- Découverte et application des outils de sourcing RF'X : RFI, RFQ, RFP
- Mise en application
Reprise du cas fil rouge : à partir des fournisseurs identifiés précédemment, proposer un processus de sourcing avec les outils adaptés
- Réflexion collective sur un segment d'achat à étudier à la suite de la formation (travail individuel post formation)

OBJECTIFS

- Identifier les éléments de contexte pour établir un diagnostic stratégique
- Lier la stratégie Achat à la stratégie d'Entreprise
- Déterminer les critères de choix d'une stratégie
- Proposer et promouvoir ses stratégies

PUBLIC

- Responsables Achat
- Collaborateurs de services
- Acheteurs familles

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Exercices d'applications
- Étude de cas pratiques
- Jeu pédagogique

PRÉREQUIS

- Marketing Achat et Sourcing

CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

PROGRAMME

Méthodologie d'une matrice SWOT

Outil de diagnostic stratégique indispensable !

- Comment le construire ?
- Comment l'exploiter pour réaliser un plan d'action performant ?

Les stratégies de l'organisation

Parce que la stratégie Achat découle de la stratégie d'entreprise, il est indispensable de s'y intéresser

- Découvrez les stratégies génériques et leur impact pour la fonction Achat
- Démystifions la stratégie et son côté abstrait pour la rendre très concrète à travers l'atelier du Bar de Ohanes : prenez la responsabilité des achats d'un bar !

La politique Achat

Déclinez la stratégie de votre entreprise aux achats avec la politique achat

- Pourquoi réaliser une politique Achat ?
- Analyse de différentes politiques Achat
- Règles et bonnes pratiques : qui la rédige, que doit-elle contenir, qui la valide...

Les stratégies segment

Parce que l'on ne gère pas tous nos achats de la même façon !

- Lien entre politique Achat et stratégie segment
- La matrice de Kraljic au service de votre stratégie segment
- Découverte des 6 stratégies génériques ainsi que des plans d'action associés

- Vendre sa stratégie aux business partner
- Assurer le déploiement

Le grand jeu (1 journée) - Les stratégies

Application Ludo pédagogique pour consolider les acquis de la formation !

- Expérimentez l'ensemble des étapes vues en formation assurant le succès de l'élaboration, de la promotion et du déploiement de stratégies Achat.
- Déployer un outil transposable à votre environnement professionnel



Les Stratèges :
un jeu pédagogique CDAF Formation

Audace, anticipation et ligne de conduite



OBJECTIFS

- Distinguer les éléments de méthodes et les éléments intuitifs dans l'expérience individuelle et collective
- Confronter les habitudes, les croyances et les idées reçues à une approche structurée
- Acquérir les fondamentaux de la négociation dans les éléments de langages utilisés et la posture à adopter
- Bâtir une méthode personnalisée dans la préparation et la conduite de négociation



PUBLIC

- Toute personne chargée de conduire ou participer à une négociation



MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Cas pratiques et ateliers
- Mises en situation et échanges d'expérience
- Jeux pédagogiques



PRÉREQUIS

- Aucun



CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

PROGRAMME

Prologue

- Aimez-vous négocier ?
- Exercice "L'art de la guerre"
- Activité : Les tables de la loi du négociateur

Réflexes conditionnés

- Test de négociation
- Pourquoi dites-vous ça ?
Ces mots qui vous desservent
- Pourquoi faites-vous ça ?
Cette attitude qui trahit vos intentions

Préceptes de l'audace

- Conseils pour une posture audacieuse
- Les 3 dilemmes du négociateur
- Exercice "le marchand de vin"
- Le principe d'indétermination

Idées reçues

- Chantage ou jeu de dupe
- La limite du raisonnable
- La relativité WinWin

Anticipation

- Escape game : les 7 clés de l'anticipation
- NegoKit®

L'enjeu

- Objectif SMART
- Estimation de la blind
- SWOT game 1 : opportunités et menaces

Rapport de pouvoir

- Les 3 dimensions du pouvoir
- Détermination du pouvoir réel
- SWOT game 2 : Forces et faiblesses
- Influence du pouvoir exprimé

Valeurs échangeables

- Plage idéale
- Valeur de saturation
- Valeur de déconnexion
- Table de mixage

Première annonce

- Valeur d'ancrage
- 8 conseils pour que le premier coup fasse la moitié du combat
- Prise de position

La tactique

- Composantes
- Négocier en équipes

Dernier recours

- L'as de pique
- 3 critères pour le créer
- 3 conditions pour le jouer
- Mise à jour du NégoKit®

Conduite de négociation

- Négo ciné 1 : "Intolérable cruauté"
- Négo ciné 2 : "True Grit"
- Les 4 phases d'une négociation réussie

Scénario de négociation

- Focus sur l'ancrage
- Focus sur l'exploration
- Focus sur l'échange
- Focus sur la décision
- NégoKit® : Le scénario de négociation

Le suivi de la négociation

- Formalisation et applicabilité de l'accord
- La post-négociation en interne
- Plan d'action de mise en place des éléments négociés

Conclusion

- Trouvez votre voie
- NégoKit® version complète

Techniques d'influence et tactiques



OBJECTIFS

- Établir un regard critique sur les techniques les plus utilisées
- Utiliser les techniques appropriées au contexte et au service de l'objectif fixé
- Analyser les données de la négociation pour choisir la tactique la plus efficace
- Adopter la posture correspondante à la tactique établie
- Exprimer son pouvoir dans les proportions requises par le niveau d'ambition et la considération de la relation commerciale



PUBLIC

- Toute personne chargée de conduire ou participer à une négociation



MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Cas pratiques et ateliers
- Mises en situation et échanges d'expérience
- Jeux pédagogiques



PRÉREQUIS

- Aucun



CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

PROGRAMME

Analyse critique et pertinence contextuelle des techniques courantes

- Les légos
- Le partenariat
- Le désintérêt
- La misdirection
- Le miroir aux alouettes
- Le duel
- L'urgence
- La dévalorisation
- L'usure
- Le bluff
- Le tweet
- La promesse
- Le stagiaire
- L'avocat et le procureur
- La menace
- La saturation
- Le dossier du concurrent
- L'effet Colombo
- L'impact player
- L'ajournement
- Techniques personnelles
- Activité : négo ciné 4
- Activité : négo ciné 5

Les leviers stratégiques

- Bien préparer pour gagner
- Ambition et créativité
- Lexique des valeurs échangeables selon Kraljic

Expression du pouvoir

- Les 3 dimensions du pouvoir
- Arguments et leviers
- Le pouvoir potentiel par Kraljic

Échiquier tactique

- Échiquier tactique
- Tactique de la reine : la conquête
- Tactique de la tour : le barrage
- Tactique du cavalier : l'influence
- Tactique du roi : la diplomatie
- Tactique du pion : le leurre
- Tactique du fou : l'ambivalence

Contrats d'Achat



OBJECTIFS

- Savoir préparer la mise en place d'un contrat
- Connaître les obligations des parties au contrat
- Connaître les règles de la responsabilité contractuelle
- Comprendre les principes juridiques nationaux et internationaux
- Comprendre les clauses d'un contrat d'Achat
- S'assurer de la bonne exécution du contrat
- Prévenir et gérer un contentieux éventuel



PUBLIC

- Responsables Achat, Acheteurs
- Gestionnaires de contrat



MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Exercices d'applications
- Échanges d'expériences
- Jeu pédagogique



PRÉREQUIS

- Aucun



CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

PROGRAMME

Introduction

- Nul n'est censé ignorer la loi
- Présentation des différentes juridictions

PARTIE 1 : PRÉSENTATION DU CONTRAT D'ACHAT ET PHASE PRÉCONTRACTUELLE

Notion du contrat

- Définition
 - le contrat est un acte juridique et une convention
 - les différentes obligations nées du contrat : obligation de faire, de ne pas faire et de donner
 - définition du contrat d'achat : un contrat commercial
 - particularité des contrats commerciaux
- Principes fondamentaux du droit des contrats
 - l'autonomie de la volonté
 - l'effet relatif des contrats
 - la force obligatoire des contrats
- Typologie des contrats
- Principaux montages juridiques
- Contrat-cadre
- Contrat particulier

La phase précontractuelle

- Le contrat dans le processus achat
- Le but de la phase précontractuelle
- Le déroulement de la phase précontractuelle

PARTIE 2 : FORMATION ET CONTENU DU CONTRAT D'ACHAT

Les conditions de validité du contrat d'achat

- Les conditions de forme
 - le principe du consensualisme
 - l'exception des contrats solennels
 - le contrat entre absents
- Les conditions de fond
 - un consentement intègre
 - l'objet du contrat
 - la cause / la capacité
- Sanction
 - la nullité
 - les D&I

Le contenu du contrat d'achat

- Les CGV /CGA
 - présentation / contenu
 - les règles de prévalence
 - la loi Dutreil 2006
 - la loi de modernisation de l'économie
- Les clauses du contrat d'achat
 - la clause objet / la clause prix / la clause durée
 - la clause de réserve de propriété
 - les clauses de propriété intellectuelle
 - clause limitative de responsabilité

- clause relative aux assurances
- clause compromissoire et d'attribution de compétence
- clause pénale / clause résolutoire

PARTIE 3 : L'EXÉCUTION DU CONTRAT D'ACHAT

Les obligations des parties au contrat d'achat

- L'étendue des obligations :
 - l'obligation de moyen
 - l'obligation de résultat
- Les obligations du vendeur:
 - l'obligations légales
 - l'obligations jurisprudentielles
- Les obligations de l'acheteur :
 - l'obligation de collaboration
 - l'obligation de paiement du prix
 - l'obligation de réception

Le contentieux relatif à l'exécution du contrat

- La phase précontentieuse
 - la mise en demeure
 - l'exception d'inexécution
- La phase contentieuse
 - la responsabilité contractuelle
 - la réparation

- Les moyens d'exonération de responsabilité
 - les moyens contractuels
 - les moyens factuels : la cause étrangère

Le contrat et les pouvoirs du juge

- L'interprétation des contrats
 - principe
 - modalités d'interprétation
- La révision du contrat
 - l'imprévision contractuelle
 - la prévision contractuelle

Gestion des risques Achat



OBJECTIFS

- Identifier et caractériser les risques Achat
- Mettre en œuvre une méthodologie d'analyse applicable aux risques Achat
- Savoir se prémunir et manager ses risques en tant qu'acheteur



PUBLIC

- Acheteurs
- Responsables Achat



MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Travaux de groupes, études de cas (articles, photos, vidéos)
- Jeu pédagogique : Le goût du risque
- Bibliographie et liens utiles



PRÉREQUIS

- Aucun



CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

PROGRAMME

Introduction

- Notion de risque
- Genèse du management de risque en entreprise
- Actualité (environnements V.U.C.A) et enjeux du management du risque par les entreprises
- Importance du risque Achat dans le management du risque de l'entreprise

Gestion du risque en entreprise

- Notion et définition de risque et de gestion de risque
- Identification des différents types de risques
- Organisation, management et gouvernance de la gestion de risque en entreprise
- Démarche, méthodologies et principaux outils de gestion de risque



Le goût du risque :
un jeu pédagogique CDAF Formation

Gestion des risques Achat : identification et classification des risques achat

- Classification par origine : risques internes et risques externes
- Classification par nature : risques économiques, opérationnels, financiers, juridiques et conformité
- Focus sur les risques :
 - produit, fournisseur et marché
 - juridiques
 - spécifiques liés au "Make or Buy"

Identification et diagnostic des risques aux différentes étapes du processus Achat

- Identification et diagnostic des risques relatifs à l'activité "analyse du besoin"
- Identification et diagnostic des risques relatifs à l'activité "connaissance des marchés fournisseurs"

- Identification et diagnostic des risques relatifs à l'activité "stratégie segment"
- Identification et diagnostic des risques relatifs à l'activité "sélection des fournisseurs et contractualisation"
- Identification et diagnostic des risques relatifs à l'activité "mise en œuvre et pilotage"

Analyse et évaluation des risques Achat

- Évaluation : méthode, critères et mise en application
- Cartographie et priorisation
- Études de cas (1^{ère} partie)

Maîtrise et traitement des risques Achat

- Stratégies de gestion de risques appliquées aux risques Achat
- Plans d'action / pilotage des plans d'action
- Les meilleures pratiques
- Études de cas (2^{ème} partie - suite et fin)

Management et gouvernance de la gestion des risques Achat

- Organisation, gouvernance et animation du processus de gestion des risques Achat
- Communication interne et externe
- Management des risques et amélioration continue
- Management de crise

Concevoir et mener un appel d'offres



OBJECTIFS

- Définir le processus d'appel d'offres, les parties prenantes et leur rôle
- Rédiger un cahier des charges
- Mener un appel d'offres
- Analyser, comparer et sélectionner les offres fournisseurs



PUBLIC

- Responsable Achat
- Acheteur famille



MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Vidéos immersives
- Activités interactives



PRÉREQUIS

- Aucun

PROGRAMME



ALLEZ ENCORE + LOIN... EN E-LEARNING

± 3h30

Recueillir le besoin

- Outils et démarche d'analyse du besoin : Hexamètre de Quintilien, 5 "pourquoi", matrice ACDE

Organiser l'appel d'offres

- Le centre Achat
- La rédaction du cahier des charges
- Les différentes étapes de l'appel d'offres Le R.A.C.I
- L'établissement d'un rétroplanning

Rédiger le cahier des charges

- Les 2 types de spécifications : techniques et fonctionnelles
- Les éléments indispensables à intégrer à l'appel d'offres

Mener l'appel d'offres

- Les conditions de fonctionnement de l'appel d'offres
- Le choix du mode de diffusion
- L'établissement d'une grille de sélection multicritères

Analyser et comparer les offres

- L'analyse des offres selon la grille multicritères
- La préparation d'une négociation
- La sécurisation juridique avec la contractualisation

Clôturer les offres

- Communiquer en interne et en externe

BULLETIN D'INSCRIPTION

Merci d'envoyer ce bulletin par email à : inter@cdaf-formation.fr
Si vous avez des questions, n'hésitez pas à contacter le 01 43 94 70 41.

STAGE

Titre

Lieu

Dates

Prix € HT + TVA (taux en vigueur) Prix € TTC

PARTICIPANT

M Mme Nom

Prénom

Fonction

E-mail

Téléphone

Avez-vous des besoins spécifiques (PSH) nécessitant une adaptation de la formation : Oui Non

ENTREPRISE

Raison sociale

Adresse

Ville Code Postal

Téléphone Fax E-mail

N° Siret Code NAF

Effectif établissement Effectif France

Nombre d'acheteurs sur le site

PERSONNE RESPONSABLE DE L'INSCRIPTION

M Mme Nom

Prénom

Fonction

E-mail

Téléphone

Nom du responsable signataire (si différent)

Fonction.....

Adresse de facturation (si différente ou OPCO)

..... Téléphone

Fait à

Le

Cachet de l'Entreprise

Signature

Vos données personnelles sont utilisées dans le cadre strict de l'exécution et du suivi de votre demande par CDAF Formation en charge du traitement. Elles sont nécessaires à l'exécution de ce service. En application de la réglementation sur la protection des données à caractère personnel, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification, de limitation du traitement ainsi que d'un droit d'opposition et de portabilité de vos données si cela est applicable que vous pouvez exercer en adressant un email à rgpd@cdaf-formation.fr

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE ET DE PARTICIPATION AUX STAGES INTER-ENTREPRISES

TARIFS

Les tarifs indiqués sur chaque page de notre catalogue sont des tarifs hors taxes par participant. Ils doivent être majorés du taux de TVA en vigueur à la date de l'inscription (taux actuel : 20%).

Les tarifs sont forfaitaires. Tout stage ou cycle commencé est dû dans son intégralité.

FACTURATION

La facture est émise à la fin du stage ou lorsqu'il s'agit d'un cycle, à l'issue de chaque module.

Cette facture sera accompagnée de tous les documents légaux nécessaires (attestation de présence, attestation de fin de stage).

RÈGLEMENT

Le règlement du prix de la formation est à effectuer à l'ordre de CDAF Formation, à réception de facture, sans escompte.

Tout retard de règlement par rapport aux conditions générales de vente et aux dates d'échéance figurant sur nos factures donnera lieu de plein droit à l'application d'une pénalité s'élevant à trois fois le taux d'intérêt légal et l'application d'une indemnité forfaitaire de quarante euros pour frais de recouvrement.

Ces pénalités s'appliquent de plein droit, sans mise en demeure préalable, par la seule échéance du terme.

En cas de paiement effectué par un OPCO, il appartient au client d'effectuer toutes les démarches auprès de son organisme collecteur avant le début de la formation et d'en informer CDAF Formation au moment de l'inscription. Si l'accord de prise en charge ne parvient pas à CDAF Formation avant le démarrage de la formation, celle-ci sera facturée intégralement au client.

En cas de prise en charge partielle du montant de la formation par l'OPCO, quelle qu'en soit la raison, la différence de coût sera facturée au client.

ANNULATION OU REPORT

CDAF Formation veille avec le plus grand soin à la composition des groupes afin d'assurer la meilleure qualité pédagogique. Toute annulation ou report a des répercussions sur le déroulement de la session et peut être préjudiciable aux autres participants.

Toute annulation doit être communiquée par écrit au plus tard dans les 10 jours ouvrés précédant la date du début de stage.

En cas d'annulation ou de report intervenant moins de 10 jours ouvrés avant le début du stage, le coût de la formation ou du stage reste dû à CDAF Formation. Dans le cas où le nombre de participants serait insuffisant pour garantir le bon déroulement pédagogique du stage, CDAF Formation se réserve le droit de reporter une session en avisant, au plus tard 1 semaine avant la date prévue, les participants déjà inscrits. Toutefois, afin d'éviter au maximum de devoir ajourner un stage, nous pourrions être amenés à vous proposer le maintien de la formation à effectif réduit, si les conditions pédagogiques le permettent, avec une durée et/ou un tarif différent.

DOCUMENTS LÉGAUX

Une convention de formation professionnelle, établie selon les textes en vigueur, vous sera adressée par mail, elle devra nous être retournée signée et revêtue du cachet de votre entreprise.

2 semaines environ avant le début du stage, nous envoyons au signataire du bulletin d'inscription la convocation à transmettre au participant.

L'attestation de présence vous est adressée à l'issue de la formation en accompagnement de la facture.

ATTRIBUTION DE COMPÉTENCES

Tout litige qui ne pourrait être réglé à l'amiable sera de la compétence des Tribunaux du ressort du siège social de CDAF Formation, quel que soit le siège ou la résidence du client, nonobstant pluralité des défendeurs.

Vos données personnelles sont utilisées dans le cadre strict de l'exécution et du suivi de votre demande par CDAF Formation en charge du traitement. Elles sont nécessaires à l'exécution de ce service. En application de la réglementation sur la protection des données à caractère personnel, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification, de limitation du traitement ainsi que d'un droit d'opposition et de portabilité de vos données si cela est applicable que vous pouvez exercer en adressant un email à rgpd@cdaformation.fr

LES CENTRES CDaf FORMATION

PARIS (SIÈGE SOCIAL)

Sonia Tharcisius

01 43 94 70 44

Stéphanie Pasquier

01 43 94 70 41

Patricia Sandanassamy

01 43 94 70 42

Diplômant

stharcisius@cdaf-formation.fr

Inter-entreprise et parcours métiers

spasquier@cdaf-formation.fr

Intra-entreprise et sur-mesure

psandanassamy@cdaf-formation.fr

LILLE

Pui Kwan Simon

psimon@cdaf-formation.fr

Olivine Pillot

06 12 10 98 63

olivine.pillot@cdaf-formation.fr

NANTES

Jean-Michel Callens

01 43 94 70 40

cdaff-info@cdaf-formation.fr

BORDEAUX

Eric Lépine

06 34 42 52 93

elepine@cdaf-formation.fr



LYON

Nicolas Bedos

nbedos@cdaf-formation.fr

Cindy Legrand

06 15 10 80 69

clegrand@cdaf-formation.fr

TOULOUSE

Eric Lépine

06 34 42 52 93

elepine@cdaf-formation.fr

Plus d'information, vous inscrire :

Tél. 01 43 94 70 40

www.cdaf-formation.fr

Pour télécharger le catalogue :



CDaf Formation - Société par Actions Simplifiée au capital de 110.000 euros - Code NAF : 8559A - N° Siret : 445 369 978 00041
RCS CRETEIL 445 369 978 - n° TVA intracommunautaire : FR 33 44 536 99 78