

Formation agences : Prodesti s'ouvre à de nouvelles destinations

Par David Savary — Le Oct 15, 2025

DISTRIBUTION

FORMATION

Share

Facebook

Twitter

LinkedIn

Lancé en 2021, l'organisme de formation propose aujourd'hui son expertise sur 33 destinations animée par une équipe de 27 formateurs. À ce jour, plus de 700 professionnels ont déjà été formés.

Sur l'ensemble de l'année 2025 en cours, nous enregistrons une hausse de 20% du nombre de participants par rapport à la même période en 2024. La demande est là », souligne Adrien Champagnat, associé et directeur commercial de Prodesti.

Après l'intégration de la Corée du Sud, la Namibie, le Sri Lanka et la Croatie/Monténégro au second semestre 2025, Prodesti prévoit de nouvelles destinations au premier semestre 2026. Au programme : la Scandinavie (Norvège, Danemark, Suède), le Laos/Cambodge, l'Arabie saoudite, et potentiellement la Polynésie française en fin d'année.

Des formations certifiées Qualiopi mais pas diplômantes

L'équipe pédagogique est composée de 27 professionnels en activité, qui possèdent au moins dix ans d'expérience et s'engagent à la neutralité commerciale.



Adrien Champagnat, associé et directeur commercial de Prodesti. © David Savary

90% des formations sont aujourd'hui dispensées en distanciel, en groupes de 12 personnes maximum. Chaque destination donne lieu à deux modules complémentaires de 3h30 : « Connaisseur » et « Spécialiste ». Le tarif global est fixé à 350 € HT, avec des forfaits pour les agences.

70% des participants suivent les deux modules, le plus souvent regroupés sur une même semaine. Les formations sont certifiées Qualiopi et finançables par les OPCO pour les entreprises de 50 salariés ou moins.

« J'ai déjà récupéré mon investissement »

« Sur 14 salariés, 6 ont suivi des formations Prodesti. Si derrière, ils vendent un voyage à 3 500 euros pour une seule personne commissionnée à 10%, j'ai déjà récupéré mon investissement. Sachant que je marche à plus de 10% et que je vends peu de dossiers single », relate Frédéric d'Hauthuille, PDG de Monde Authentique.

Certaines sessions affichent un succès durable. D'autres enregistrent un intérêt plus fluctuant. « Le Costa Rica avait bien démarré, puis plus rien. Les États-Unis, eux, peinent à trouver leur public, sans doute en raison de la forte concurrence des formations proposées gratuitement par Visit USA », analyse Adrien Champagnat.

Des clients agences et TO

Chaque module s'appuie sur un guide de 400 à 700 pages remis aux stagiaires, avec des cartes, des astuces de vente, des anecdotes. « Par exemple, la meilleure place dans l'avion pour voir les glaciers au Chili », illustre Adrien Champagnat.

Prodesti revendique plus de 40 clients en 2025, qui sont de petites agences, des TO (Climats du Monde, Monde Authentique, Couleurs du Monde...) et de grands groupes (Marietton, Worldia...). « Nous sommes aussi sous-traitants de la Selectour Academy avec les agences du réseau. Ce qui nous intéresse, c'est de travailler dans la durée avec eux », affirme le directeur commercial.



agences de voyages

distribution

Formation

Prodesti