

PromPerú forme les agences de voyages à Marseille

Une session organisée avec ProDesti pour approfondir les connaissances au-delà du Machu Picchu

PromPerú a organisé, le 16 juin dernier à Marseille, une formation « Connaisseur du Pérou » destinée aux agents de voyages. Animée par ProDesti, cette demi-journée visait à renforcer leur maîtrise de la destination et à leur donner de nouveaux arguments de vente.



Après avoir obtenu la certification **Qualiopi** et renforcé son offre de formations spécialisées, ProDesti poursuit son développement sur le segment des destinations touristiques.

Cette fois, c'est **PromPerú** qui a fait appel à l'organisme pour former les agences de voyages de la région marseillaise, avec un objectif clair : **améliorer leur expertise de la destination**.

Une formation gratuite pour les agences de voyages présente sur place.

Pendant près de quatre heures, les participants ont alterné présentation de la destination, échanges d'expérience et

questions techniques.

Une approche fidèle à la philosophie de ProDesti, qui privilégie des formations assurées par des professionnels du tourisme en activité et centrées sur les réalités commerciales des agences.

« L'objectif de PromPerú, c'est vraiment de mettre en avant le Pérou dans la région de Marseille, d'aider les agents de voyages à mieux maîtriser la destination et donc à mieux la vendre », explique Luis Roche, PDG de ProDesti et formateur sur le Pérou et le Chili.

Une destination qui ne se résume pas au Machu Picchu

AUTRES ARTICLES

- PROMPERÚ lance un cycle de formation mensuel
- IFTM : le Pérou à la reconquête des marchés
- Webinaire : le Pérou vous donne rendez-vous mardi 16 mai
- PERU NOW, nouvelle campagne sur les marchés internationaux
- Pérou : l'état d'urgence, une mauvaise nouvelle pour le tourisme

Au programme figuraient notamment les **différentes régions du pays**, les circuits, les modalités de visite du Machu Picchu, les liaisons ferroviaires, les vols domestiques ainsi que les extensions possibles.

Au fil de la formation, Luis Roche a cherché à casser l'image d'un Pérou limité au Machu Picchu. « *Beaucoup de choses existent au-delà du Machu Picchu. Il faut savoir que les deux tiers du pays, c'est de la jungle* », rappelle-t-il, en présentant notamment les régions d'**Iquitos, de Madre de Dios, Chachapoyas** ou encore **les sites des civilisations Moche et Lambayeque**.

L'objectif est aussi de donner aux conseillers en voyages **des arguments concrets pour**

personnaliser leurs recommandations selon les profils de leurs clients.

Les questions ont d'ailleurs porté sur des sujets très opérationnels : les différents circuits vers le Machu Picchu, les catégories de trains ou encore les dessertes aériennes intérieures.

Une formation très poussée

Présente lors de cette session, **Barbara Roussel**, directrice de **Voyages Couture**, estime que ce type de formation apporte une véritable valeur ajoutée. « *On connaît déjà la destination, mais cela nous permet d'avoir toutes les informations*.

Même lorsqu'on est expérimenté, cela reste intéressant. Ça nous rend beaucoup plus à l'aise et apporte davantage d'expertise », explique-t-elle.

La professionnelle souligne également la qualité de l'intervention de Luis Roche : « *C'est une formation extrêmement poussée. Ce n'est pas générique, on entre dans le détail des circuits. Le formateur est passionné et passionnant, et ça donne envie de découvrir la destination.* »

Selon Luis Roche, le Pérou dispose aussi de **solides arguments commerciaux**. « *C'est une destination qui est vendue pratiquement toute l'année, entre mars et novembre. Elle a le meilleur rapport qualité-prix en Amérique du Sud* », souligne-t-il, avant d'ajouter : « *La gastronomie péruvienne est clairement un argument de vente énorme pour les voyageurs français.* »

A lire aussi : [Prodesti dévoile son calendrier de formations jusqu'en février 2027](#)