

COM  
&OZ

CITÉS PLUME

# Formation à la communication

CATALOGUE

**Qualiopi**   
processus certifié

 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

*La certification qualité a été délivrée au titre de la ou  
des catégories d'actions suivantes : actions de formation*

**Cités Plume** est une agence de communication à 360° — conseil, événement, concertation, production — spécialisée sur les problématiques des transitions écologiques et solidaires. **La formation est une prestation proposée prioritairement** à nos clients, pour les accompagner dans leur progression et leur autonomie au quotidien.

Interviennent des professionnels de la communication, salariés de l'agence, aux capacités de vulgarisation. Ils transmettent des connaissances (pour comprendre) et des pratiques (pour savoir faire concrètement). Il existe deux grands thèmes de formations : les **basiques** pour les communicant·es ; et les **capitales** pour celles et ceux dont la communication n'est pas le métier mais s'avère essentielle dans leurs missions.

Certifiés Qualiopi, **nous inscrivons nos pratiques dans un cadre de référence**, garantissant la qualité de nos prestations.

Muriel Pernin,  
Directrice fondatrice de Cités Plume

# **Nos formations**

## **Pour qui, avec quels objectifs ?**

CITÉS PLUME

# Vous portez des enjeux de...

**communication**

**entrepreneuriat**

**représentation**

**politique**

**conviction**

**commerciale**

**conseil**

**& ingénierie**

**management**

# ... qui impliquent de maîtriser

## **Votre positionnement**

adapté à votre cible  
et à votre enjeu

**Vos outils  
de communication**  
accompagnant votre discours

## **Des méthodes communicantes**

valorisant votre démarche,  
votre métier et votre structure

## **Votre communication**

verbale et non verbale  
pour convaincre

# Concrètement, vous souhaitez...

**1**

**Optimiser  
vos compétences**  
en communication

**ET**

vous ne trouvez pas  
la formation adaptée  
à votre besoin

**2**

**Vous affirmer**  
dans votre rôle

**ET**

vous avez  
des problématiques  
professionnelles  
spécifiques

**3**

**Valoriser**  
vos arguments  
[vos offres  
commerciales]

**ET**

vous ne savez pas  
par où commencer

**4**

**Vous améliorer**  
en présentation  
orale

**ET**

il vous faut  
une méthode  
et des conseils  
pour y arriver

# Une formation Cités Plume, c'est pour vous l'assurance de...

- 1** Bénéficier d'un projet de formation **qui vous correspond**
- 2** **Découvrir, recevoir, réviser, confirmer**  
les contenus dont vous avez besoin pour progresser
- 3** **Repartir avec la conviction** d'avoir avancé  
dans votre vision, dans votre projet, dans vos méthodes
- 4** **Être capable de remobiliser** les apprentissages  
dans votre quotidien, en autonomie

**Nos ateliers  
pédagogiques  
Méthodes mobilisées  
Pendant les formations**

CITÉS PLUME



# Ateliers « stimuli »... pour comprendre

1

AVEC  
DES EXTRAITS  
DE FILM

2

AVEC  
DES PODCASTS  
COURTS

3

AVEC  
DES YOUTUBEUR·SES

# Ateliers « explo »... pour creuser

1

TOUR  
DE TABLE

2

QUESTION-  
RÉPONSE  
DU TAC AU TAC

3

APPROFONDIR  
EN 3 QUESTIONS

# Ateliers « cétoucom »... pour essayer

1

CAS CONCRET  
ÉTUDIÉ EN  
COLLECTIF

2

MISE EN  
SITUATION  
INDIVIDUELLE

3

JEU  
DE RÔLE

# **Nos formations basiques** **Pour les communicant·es**

CITÉS PLUME

# 3 niveaux adaptés à votre besoin

## découverte

Sensibilisez-vous  
aux bases d'un outil  
ou d'une pratique

**Pour débiter**

## renforcement

Augmentez  
vos connaissances  
par des exercices concrets

**Pour confirmer**

## consolidation

Développez  
vos compétences  
et votre expertise

**Pour approfondir**

# Chargé·e de communication

Explorer le métier de communicant·e  
dans toutes ses nuances

# Introduction au métier de communicant·e

## Découverte

8h en 2 fois ou 3 fois

Individuelle et/ou collective

À distance et/ou en présentiel

## Objectifs opérationnels

- S'intégrer dans l'environnement du métier
- Échanger avec les professionnel·les du métier

## Prérequis

- Avoir des missions et/ou occuper un poste en lien avec la communication

## Programme

### 1 Comprendre les différents métiers de la communication - 2h30

- Écrire les attendus du poste de communicant·e.
- Appréhender les différents métiers : chargé·e de relations publiques, rédacteur·rice, développeur·se, etc.

### 2 Comprendre les enjeux de l'entreprise - 2h30

- Analyser l'organisation générale de l'entreprise et sa communication.
- Identifier les besoins en communication immédiat et de long terme.
- Identifier les ressources nécessaires, disponibles ou indisponibles.

### 3 Définir le poste de communicant·e en conséquence - 3h



- Formaliser les objectifs de communication au regard du développement de l'entreprise.
- Écrire la feuille de route.
- Construire le calendrier de déploiement.
- Définir les indicateurs de réussite

# Les bons outils, les bons professionnels, la bonne communication

## Objectifs opérationnels

- Mobiliser les bons outils
- Définir des situations et modalités d'externalisation
- Fédérer avec un bon process

## Prérequis

- Disposer d'une fiche de poste définissant les missions et les enjeux de communication


## Renforcement

8h en 2 fois ou 3 fois

Individuelle et/ou collective

À distance et/ou en présentiel

## Programme

- 1 Utiliser les bons outils - 2h30**
  - Savoir avec quels outils travailler en fonction des missions, des besoins et de la culture de l'entreprise.
- 2 Optimiser les modalités d'externalisation - 2h30**
  - Choisir le bon prestataire.
  - Formaliser les conditions de la prestation.
  - Analyser la performance dans un rapport coût-bénéfices.
- 3 Manager habilement - 3h** 
  - Apprendre à adapter la position, le discours, en fonction des différents interlocuteur·rices : supérieur·es (qui ont des objectifs), différents services internes (qui ont une attente ou qui sont une ressource), client·es, prestataires, presse, etc.



# Stratégie et plan de communication

## Objectifs opérationnels

- Poser les bases d'une stratégie de communication
- Définir une méthode pour déployer et suivre un plan de communication

## Prérequis

- Être familier avec les différentes ressources à disposition d'un·e communicant·e

## Consolidation

8h en 2 fois ou 3 fois  
Individuelle et/ou collective  
À distance et/ou en présentiel

## Programme

- 1 Maîtriser les objectifs d'une stratégie et d'un plan de communication - 2h30**
  - Comprendre les modalités d'élaboration.
  - Utiliser la bonne méthode permettant une bonne acceptation.
  - Justifier les choix opérés.
- 2 Suivre la réalisation des actions - 2h30** 
  - Définir un calendrier réaliste des actions.
  - Penser les priorités et l'organisation qui en découle.
  - Mettre en place des outils méthodologiques de suivi simples et efficaces.
  - Évaluer les actions et leur réalisation.
- 3 Élaborer le budget, le suivre et le tenir - 3h** 
  - Définir un budget ambitieux et réaliste.
  - Optimiser l'organisation pour être économe.
  - Gérer rigoureusement les dépenses et ne pas dépasser les prévisions.

# Création graphique

Appréhender et travailler  
les outils de base

# Introduction au graphisme

## Objectifs opérationnels

- Anticiper et définir les besoins d'une commande graphique
- Sécuriser l'environnement de travail

## Prérequis

- Disposer d'une licence de la suite ADOBE CC

## Découverte

6h en 2 fois

Individuelle et/ou collective

À distance et/ou en présentiel

## Programme

- 1 Comprendre la commande graphique et rédiger un brief graphique - 3h**
  - Établir une méthode de travail pour se préparer à recevoir la commande.
  - Définir et formaliser les attendus d'une création graphique : produire un résumé clair, avec le vocabulaire approprié.
- 2 S'inscrire dans une logique de production graphique - 3h**
  - Fixer un univers graphique, appréhender les codes de la communication visuelle.
  - Être en veille sur l'existant et les tendances.
  - Savoir quel logiciel utiliser pour quel usage.
  - Sécuriser l'environnement de travail et la conception du support.



# 1<sup>e</sup> prise en main des logiciels de création avec Adobe CC

## Renforcement

7h30 en 3 fois

Individuelle et/ou collective

À distance et/ou en présentiel

## Objectifs opérationnels

- Utiliser des outils simples sur Photoshop, Illustrator et InDesign
- Réaliser des retouches photo, des pictogrammes et une maquette basique

## Prérequis

- Disposer d'une licence de la suite ADOBE CC

## Programme

1

### Photoshop - 2h30



- Découvrir les possibilités de création du logiciel.
- Réaliser des retouches photo simples.

2

### Illustrator - 2h30



- Appréhender l'interface.
- Créer des pictogrammes accessibles et des visualisations de données (graphiques, etc.).

3

### InDesign - 2h30



- Acquérir les bases de fonctionnement de l'outil.
- Produire une maquette simple.

# Logiciels de création pour aller plus loin

## Objectifs opérationnels

- Utiliser des outils et méthodes professionnels sur Illustrator et Indesign
- Garantir la cohérence du support

## Prérequis

- Disposer d'une licence de la suite ADOBE CC

## Consolidation

5h en 1 fois ou 2 fois

Individuelle et/ou collective

À distance et/ou en présentiel

## Programme

### 1 Illustrator : passer du pictogramme à l'illustration - 2h30



- Incorporer des motifs et des dégradés.
- Créer une ou des illustration(s).

### 2 InDesign : passer d'une maquette basique à une maquette de professionnel - 2h30



- Optimiser la maîtrise du logiciel et de ses fonctionnalités.
- Réaliser une maquette structurée et cohérente.

**Nos formations capitales**  
**Pour celles et ceux dont**  
**la com' n'est pas le métier**

CITÉS PLUME

# Expression, oral, confiance

S'affirmer & préparer  
une bonne prise de parole

# Communiquer avec un diaporama

## Je passe en mode oral

3h en 1 fois  
Collective  
À distance

Avis  
client  
8,6/10




### Objectifs opérationnels

- Analyser le rapport orateur·rice - auditoire
- Construire un support qui frappe les esprits
- Concevoir la diapo idéale

### Prérequis

- Avoir déjà réalisé un support de présentation

### Programme

- 1 Comment réaliser un bon support de présentation ?** 
  - Introduction en vidéo et échange.
- 2 Comment faire ? Les bons tuyaux ! Les coups de bâton !** 
  - En pratique : ce qui se fait et ce qui ne se fait surtout pas.
- 3 Avant-après : faire évoluer les productions en direct**
  - Des pistes d'évolution à partir des réalisations des participant·es.
- 4 Retour à la réalité**
  - Un test en vrai.
- 5 Échange** 
  - Quelques conseils en plus.



# Se sentir bien à l'oral

## Avoir confiance

### Objectifs opérationnels

- S'approprier les codes de l'expression orale
- Se préparer : analyser en amont pour réagir au bon moment

### Prérequis

- Avoir déjà été au moins une fois en situation de s'exprimer à l'oral

4h en 1 ou 2 fois  
Individuelle  
et collective  
À distance

Avis  
client  
8,5/10

## Programme

EN COLLECTIF - 2h45

### 1 Que faut-il savoir avant de s'exprimer à l'oral ?

- Acquisition des connaissances élémentaires.

### 2 Mon client et moi ?

- Trouver le bon terrain d'entente.

### 3 Analyser pour progresser

- Les premiers pas pour convaincre.

### 4 Échange à plusieurs

- Quelques conseils en plus.

EN INDIVIDUEL - 1h15

### 5 Cas concret pour aller plus loin

- À partir d'une situation ordinaire de la vie professionnelle : présenter une étude, convaincre à une audition, etc.
- Analyse et points de progrès.

# La bonne posture, les bons arguments d'un·e chef·fe de projet

5h en 2 ou 3 fois

Individuelle  
ou collective

À distance

et/ou en présentiel

**Avis  
client**  
**8,5/10**

## Objectifs opérationnels

- Identifier les enjeux pour bien y répondre
- Décrypter les situations et les anticiper
- Connaître ses forces et les faire valoir
- Connaître ses faiblesses et les compenser

## Prérequis

- Occuper un poste de chef·fe de projet

## Programme

- 1 Entretien individuel de construction - 30 minutes**
  - Chaque participant·e reçoit un questionnaire.
  - Les besoins exprimés en réponse aident à construire la formation.
- 2 Formation collective, principaux sujets - 3h30**
  - Préparer son intervention.
  - Risques, opportunités, cadre, etc.
  - Attitude, comportement habillage, âge, crédibilité, etc.
  - Vocabulaire, se faire comprendre, s'adapter aux cibles.
  - Porter le discours : renouvelable, éolien, etc.
  - Faire avec les élu·es, les autorités, les groupes de pression, etc.
- 3 Entretien individuel de consolidation - 1h**
  - Analyse de ce qui s'est passé.
  - Examen des forces et des faiblesses.
  - Conseils personnalisés.



# Offres commerciales

Se démarquer  
par une communication à fort impact

# Offre différenciante

## Réfléchir, construire, gagner !

Entre 8h et 16h en 2 à 4 fois  
Individuelle et/ou collective  
À distance et/ou en présentiel


### Objectifs opérationnels

- Adopter les bons réflexes : enquêter, lire entre les lignes
- Remettre des offres bien construites répondant aux stricts enjeux du client
- Gagner en efficacité (temps, stress, coût) pour une meilleure force de frappe (synthétique, efficace, percutante...)

### Prérequis

- Avoir déjà été au moins une fois en situation de construire une offre commerciale

### Programme

- 1 Comment s'y prendre ?**
  - Lire la consultation.
- 2 Comment analyser le contexte ?**
  - Le client, son enjeu, ses ambitions, ses faiblesses, ses partenaires.
- 3 Comment répondre ?**
  - Les forces, les faiblesses, les passages obligés, le scénario.
- 4 Comment valoriser le contenu ?**
  - Principales clés, les concurrents. Avant, après, à partir d'offres.
- 5 Tour de table final** 
  - Quelques conseils en plus.

# Innovation sociale

Communiquer efficacement  
pour développer et faire vivre un projet

# Marketing et innovation sociale pour les entrepreneur·es de l'ESS

6h en 1 fois  
Collective  
À distance ou en présentiel

## Objectifs opérationnels

- Intégrer les ressorts du marketing
- Appréhender l'image et l'identité d'une marque naissante
- Définir des arguments « différenciants »

## Prérequis

- Avoir amorcé la réflexion sur la stratégie marketing d'un projet d'innovation sociale

## Programme

### 1 Formation collective : les fondamentaux du marketing - 5h



- Le marketing, c'est quoi ?
- Marketing et innovation sociale : quelles valeurs ?
- Un nom, une base line : comment les créer ?
- Une identité cohérente : qu'est-ce qu'une identité de marque, quelle harmonie avec les valeurs ?

### 2 Tour de table final - 45 minutes

- Quelques conseils en plus.



# Communication et innovation sociale pour les entrepreneur·es de l'ESS

6h en 1 fois  
Collective  
À distance ou en présentiel

## Objectifs opérationnels

- Définir les contours de la communication
- Construire les axes stratégiques
- Bien appréhender les cibles
- Imaginer un plan de communication, les outils indispensables, les moyens adaptés

## Prérequis

- Avoir amorcé la réflexion sur la stratégie communicationnelle d'un projet d'innovation sociale

## Programme

### 1 Formation collective : les fondamentaux de la communication - 5h

- La communication, c'est quoi ?
- Au cœur du message : valoriser l'innovation sociale dans le pitch.
- Les cibles.
- Les axes stratégiques.
- Plan de communication, les bons outils et les bonnes actions.
- Les moyens et les ressources.

### 2 Tout de table final - 45 minutes

- Quelques conseils en plus.

# Mix : marketing + communication pour les entrepreneur·es de l'ESS

6h en 1 fois  
Collective  
À distance  
ou en présentiel

Avis  
client  
8,4/10

## Objectifs opérationnels

- Énoncer la différence entre marketing et communication et en mesurer les enjeux
- Consolider l'image et l'identité de la marque
- Mobiliser des clés pour bâtir la stratégie de communication

## Prérequis

- Avoir amorcé la réflexion sur la stratégie marketing et sur la stratégie communication d'un projet d'innovation sociale

## Programme

### 1 Introduction : Qui ? Quel projet ? - 15 minutes

- Chaque participant·e se présente...
- ...et fait apparaître ses questionnements.

### 2 Formation collective : les fondamentaux - 5h



- Compréhension de l'environnement marketing et communication aujourd'hui : comportements, habitudes, canaux, réseaux.
- Marketing et innovation sociale : pourquoi est-ce nécessaire ?
- Consolidation des éléments d'image et d'identité : nom, slogan, charte graphique, visuels...
- Communication et innovation sociale : avec quelle stratégie ?
- Les cibles et les messages : comment s'y prendre ?
- Avec quels outils, quelles actions, quels moyens ?

### 3 Tour de table final - 15 minutes

- Quelques conseils en plus.





# Réseaux sociaux

Manier son image numérique avec agilité  
et optimiser les opportunités

# LinkedIn : apprivoiser les codes pour optimiser son impact

2h en 1 fois  
Individuelle  
ou collective  
À distance  
ou en présentiel

Avis  
client  
8/10

## Objectifs opérationnels

- Énoncer une stratégie
- Booster l'impact des posts

## Prérequis

- Disposer d'un compte LinkedIn

## Programme

### 1 Un outil professionnel incontournable : infos clés pour l'apprivoiser

#### Comprendre

- LinkedIn, c'est quoi ?

#### Se positionner

- Compte entreprise : pour quoi faire ?
- Compte personnel : pour quoi faire ?
- Quelles interactions gagnantes ?

### 2 LinkedIn, mon réseau et moi : action !

#### Agir

- Comment définir sa ligne éditoriale perso/pro : style, calendrier, thèmes... ?
- Opter pour une communication engageante
- Quand publier ? Pour quel public ?

#### Interagir

- Comment construire et consolider son réseau ?
- Likes, partages, commentaires : quels engagements et interactions ?
- Hashtags, liens hypertextes... : quels outils de visibilité ?



**L'équipe**  
**De formation**  
**Des pros de la com**

CITÉS PLUME

# L'équipe de formation aujourd'hui



## Muriel Pernin

**Formatrice**

**Directrice fondatrice de l'agence**

Reconnue pour ses qualités pédagogiques, son empathie avec les publics formés, ses méthodes « challengeantes » de mise en situation.



## Yannick Sauve

**Formateur**

**Graphiste**

Sur les modules de construction du propos graphique.  
Reconnu pour son accompagnement pratique.



## Pauline Buosi

**Référente administrative,  
pédagogique & handicap,  
chargée de communication**

Elle organise, accompagne la mise en œuvre, s'assure de l'évaluation et du suivi.

# Former

# Le process qualité

CITÉS PLUME

# Les formations Cités Plume c'est...

**61**

sessions de formation  
depuis 2020

**320**

personnes formées

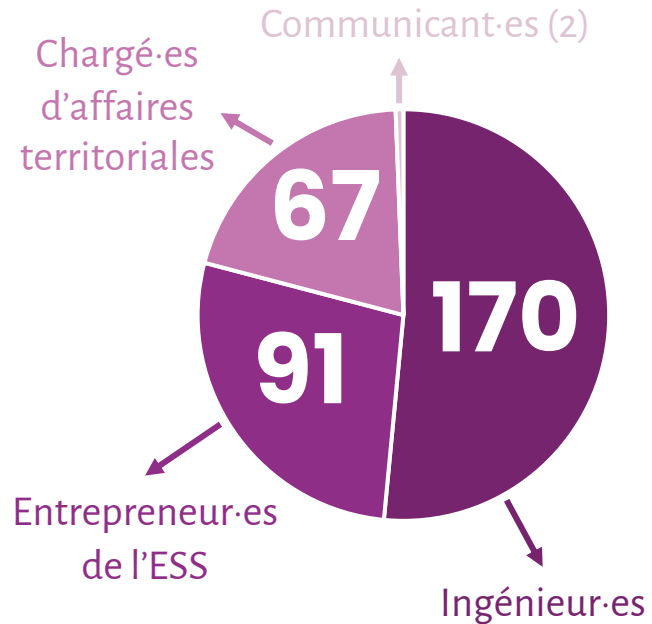
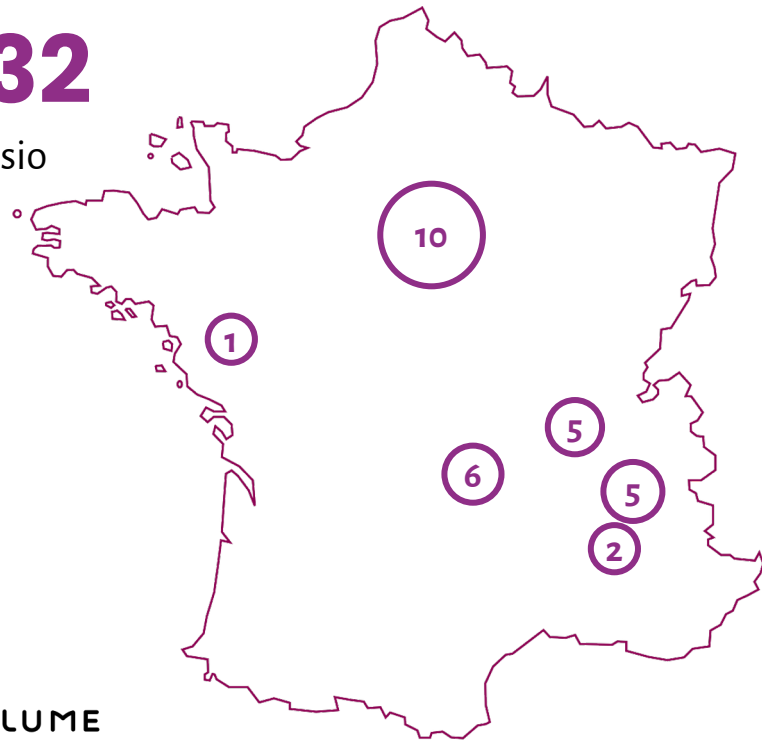
**8,4/10**

Note moyenne de satisfaction\*

\*d'après les retours émis à chaud par les participant·es

**+32**

en visio



# Une qualité de process certifiée

Depuis 2022, notre organisme de formation est certifié Qualiopi, au titre des actions de formation.

# 1

## L'échange client préparatoire

[définition des besoins et des modalités techniques, pratiques et pédagogiques]

# 2

## L'avant formation

[Organisation administrative, premiers contacts avec les participant-es, confirmation des besoins par un questionnaire d'entrée et communication des informations essentielles (convocation)]

# 3

## La formation

[en visio ou en présentiel selon les modalités définies, un mélange d'apports théoriques, d'ateliers pédagogiques, de conseil et de challenge. Elle se conclue par un tour de table/feedback]

# 4

## L'évaluation et le suivi

[questionnaires à chaud voire à froid pour les participant-es, transmission d'un compte-rendu sur-mesure et d'une enquête de satisfaction annuelle au client]

## Un engagement social et environnemental reconnu avec le label RSE Agences actives

Ce label attribué par l'AFNOR et l'association des agences de conseil en création (AACC) atteste de nos bonnes pratiques en matière de gouvernance, de limite d'impact environnemental et de notre responsabilité en termes d'achats et de prestations.



★☆☆  
Démarche évaluée  
par AFNOR Certification

**Toujours inclure !**

CITÉS PLUME



# Le handicap... jamais handicapant

1

## **L'égalité et la lutte contre les discriminations font partie des thématiques d'expertise de l'agence**

Nous faisons en sorte que nos formations soient accessibles à un maximum de personnes, quels que soient leur-s handicap-s. et spécificités individuelles.

2

## **Lors de notre échange préparatoire avec le ou la client-e**

Nous demandons systématiquement si un-e ou plusieurs participant-es a ou ont des besoins spécifiques à signaler. Nous anticipons les ajustements nécessaires.

# Le handicap... jamais handicapant

3

## En cas de handicap moteur

Toutes nos formations sont disponibles en visioconférence. Sur place, comme nous délivrons les formations le plus souvent chez notre client·e, les espaces sont adaptés aux salarié·es, mais nous sommes toujours renseignés et préparés en amont sur la disposition et les équipements de la salle de formation.

4

## En cas de trouble de l'attention ou de trouble « dys »

Nous adaptons notre rythme et nos supports. Toute l'équipe est sensibilisée et formée au dispositif Facile à lire et à comprendre (FALC).

# Accueillants et vigilants

L'égalité va plus loin que la seule prise en compte des situations de handicap.

Chaque personne a son parcours, mais aussi son origine, son genre, sa CSP qui imprègnent son approche.

Nous prêtons une grande attention à ces situations particulières afin que chacun·e **se sente en confiance dans la formation et légitime dans ses questions.**

**Nous nous adaptons ainsi au profil de chaque participant·e.**

## À noter

**Aucune situation personnelle ne devrait être un obstacle dans un parcours individuel et professionnel**

- Pourtant, encore trop souvent, nous observons que certains publics en sont affectés, notamment dans leur capacité à s'affirmer.
- Nous identifions ces biais et nous cherchons à les déconstruire en direct auprès de nos participant·es.

# Besoin de plus d'information

CITÉS PLUME

# Modalités d'accès : suivez le guide !

## Commander une formation

**Prenez contact** avec notre référente pédagogique et handicap à l'adresse suivante :

[pauline.buosi@citesplume.fr](mailto:pauline.buosi@citesplume.fr)

### **Fournissez à ce moment-là :**

- le lieu souhaité,
- les modalités souhaitées (visio, présentiel, mixte),
- des propositions de dates,
- le nombre de participant-es,
- l'organisation des groupes de niveaux des participant-es (ou un feu vert pour les réunir en un groupe unique),
- leurs noms, adresses email et fonctions

**Une convention de formation** vous est ensuite transmise et doit nous être retournée signée.

### **À noter**

- Prévoyez un **délai d'un mois** entre la date de votre première demande et la date de la formation.
- Nos prestations se déroulant en entreprise, le règlement intérieur de l'entreprise est applicable concernant les mesures de santé et de sécurité.

# Modalités d'accès : suivez le guide !

## Une fois la formation programmée

**Avant la formation**, chaque participant·e reçoit un email comprenant un lien vers un questionnaire d'entrée.

**La veille ou le jour-même de la formation, une convocation par mail** est transmise à chaque participant·e. Si la formation a lieu en visio, le lien de connexion est intégré.

**Suite à la formation, tous les supports sont mis à la disposition des apprenant·es** sur un accès dédié du site web Cités Plume.

### Les modalités d'évaluation en bref

- **Le questionnaire « d'entrée »** permet de valider les pré-requis et d'évaluer les attentes et besoins [cf. handicap].
- **Le questionnaire à chaud**, remis juste après la formation, permet d'analyser la progression et la satisfaction, tout en récoltant d'éventuelles remarques d'évolution.
- **Pour les formations de plus d'une journée :** un **questionnaire d'évaluation à froid** est transmis pour étudier la progression à moyen terme.

# En cas de besoin

## Tarifs

entre 350 et 650 €  
par demi-journée  
par participant·e

## Clientes/financeurs/participant·es

- Question
- Réclamation
- Déclaration de besoin spécifique

## Futurs clients

- Infos complémentaires
- Tarifs
- Commande de formation

## Contactez-nous !



[formation@citesplume.fr](mailto:formation@citesplume.fr)



04 78 85 00 15

# CITÉS PLUME

la com dans les idées



**Qualiopi**  
processus certifié

 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

*La certification qualité a été  
délivrée au titre de la ou des  
catégories d'actions suivantes :  
actions de formation*



Démarche évaluée  
par AFNOR Certification

25 D, rue Chevreul, 69100 Villeurbanne  
04 78 85 00 15 • [agence@citesplume.fr](mailto:agence@citesplume.fr)  
[www.citesplume.fr](http://www.citesplume.fr)

