



# Formez-vous autrement Originis

La formation professionnelle est le processus d'apprentissage qui permet à un individu d'acquérir le savoir et les savoir-faire nécessaires à l'exercice d'un métier ou d'une activité professionnelle. Historiquement liée aux organisations du monde du travail, la formation professionnelle participe étroitement à la création des identités professionnelles. *(Wikipedia)*

**Cyril Toutain**

**ORIGINIS**

Le Quart des Près

03320 Lurcy-Lévis

Téléphone : 04 70 67 89 06

Mobile : 06 75 39 17 37



eMail : [cyril.toutain@originis.fr](mailto:cyril.toutain@originis.fr)

[www.originis.fr](http://www.originis.fr)

# | Chargé / Assistant de communication

## **Objectif pédagogique :**

Acquérir des méthodes pour participer à l'élaboration et suivre efficacement le plan de communication

## **Participer à l'optimisation de la politique de communication :**

1. Rôle, mission et compétences de l'assistant(e) de communication  
Définir la place de l'assistante de « Com »  
Comprendre les principales étapes de la politique de communication
2. Mieux comprendre son environnement pour mieux communiquer  
Identifier la culture de l'entreprise, ses produits, son public, ses cibles ainsi que son environnement concurrentiel  
Réaliser un état des lieux des actions et outils de communication réalisés ou en cours de réalisation
3. Appréhender les outils de la communication interne de l'entreprise  
Les objectifs de la communication interne  
Les outils de la communication interne : communication orale, écrite,
4. Participer concrètement à la définition de la stratégie  
Faire un diagnostic de la stratégie de communication de l'entreprise  
Définir des objectifs de communication et les cibles
5. Etude des médias et des hors médias : outils de communication Interne et externe  
Avantage et inconvénients des médias  
Avantage et inconvénients des hors médias  
Comment faire un bon mix média

## **Piloter le plan d'action et le faire vivre**

1. Piloter le plan de communication et gérer le budget communication  
Elaborer un plan de communication  
Hiérarchiser, coordonner et planifier les actions  
Assurer le suivi budgétaire et évaluer les retombées
2. Cas pratique : élaboration d'un plan de communication  
A partir d'un cas concret, analyse des données individuellement ou en groupe, élaboration de solutions

# Concevoir un plan de communication

## **Objectifs pédagogiques :**

Concevez vos plans de communication à court et à long terme

Justifiez vos choix stratégiques et votre budget

## **Préparer ses plans de communication : établir un diagnostic et la stratégie**

1. Introduction : les étapes de construction d'un plan de communication et les différents types de plans  
Identifier les différents types de plans  
Comprendre le rôle de la planification  
Les étapes successives de la construction d'un plan de communication
2. Etablir un diagnostic de communication : la méthode d'analyse croisée  
Image voulue : les composantes de l'image  
Image possible : forces et faiblesses de l'entreprise (SWOT)...  
Image projetée : audit des actions de communication  
Image perçue : analyse des sondages et études
3. Définir la stratégie de communication  
De la stratégie de l'entreprise aux objectifs de communication  
Formuler des objectifs mesurables  
Prendre en compte les objectifs des autres fonctions
4. Construire le plan de communication en fonction de vos cibles  
Déterminer, hiérarchiser et caractériser les cibles à viser  
Définir le positionnement de l'image voulue et les messages clés

## **Passer au mix-communication, présenter le plan, le faire adopter et le piloter**

1. Comment choisir et optimiser les moyens d'action possibles ?  
Selon quels critères retenir un outil de communication ?  
Organiser le mix-communication
2. Planifier et budgéter les actions de communication  
Etablir le calendrier des actions et définir les responsabilités  
Comment choisir ses prestataires extérieurs ?  
Etablir le budget
3. Faire accepter le plan et le budget par la direction générale  
Justifier les options présentées et les moyens nécessaires  
Maîtriser les techniques de communication pour faire du plan de communication un outil de progrès et de négociation  
  
Piloter le plan et l'adapter aux circonstances  
Utiliser le plan comme une feuille de route pour en assurer le suivi et la progression  
Adapter le plan aux aléas conjoncturels et aux situations de crise
4. Evaluer et mesurer les résultats  
Maîtriser les méthodes pour évaluer et mesurer les résultats : baromètres internes, études d'image...

# Communication interne : plus d'efficacité

## **Objectifs pédagogiques :**

Concevoir une stratégie et un plan de communication interne optimal en fonction de son budget

Développer la performance de ses supports de communication interne

Piloter et évaluer son activité au quotidien

## **Concevoir une stratégie et un plan de communication efficaces, les étapes clés**

1. Quelle stratégie pour construire votre stratégie de communication interne
  - Définir ses objectifs
  - Définir une stratégie spécifique à chaque population de l'entreprise : du sceptique à l'enthousiaste
  - Impliquer les managers dans la communication interne
2. Elaborer un plan de communication interne efficace : les étapes-clés
  - Hiérarchiser les objectifs : faire connaître, faire comprendre, faire adhérer
  - Croiser ses objectifs avec les contraintes de l'entreprise
  - Elaborer un plan de communication interne et la stratégie média
  - Organiser et animer un réseau de correspondants

## **Evaluer ses actions de communication interne**

1. Mesurer l'efficacité de sa stratégie et de ses actions de communication interne
  - Mettre en œuvre une évaluation quantitative et qualitative : nombre d'opérations lancées, nombre de journaux réalisés par an...
  - Mesurer le retour sur investissement de vos actions

## **Etudes de cas**

1. La refonte d'un journal interne
  - Comment redéfinir les objectifs et analyser l'existant
  - Comment accompagner la naissance d'une nouvelle création
2. Mener et exploiter une enquête d'opinion interne
  - Quelle est la démarche à adopter : les étapes clés
  - Quels enseignements tirer des résultats de l'enquête et mettre en place un plan d'actions
  - Comment « vendre » votre enquête d'opinion interne à la direction, au personnel et aux syndicats

## **Crise sociale et communication interne : les enjeux**

1. La crise
  - L'opinion publique et les médias face à la crise
  - Les principes de communication internes et externes en situation de crise sociale
  - Le respect des règles de l'information / consultation des partenaires sociaux
  - Gérer les rumeurs et les tensions internes
  - Coordonner la communication interne et la communication externe
2. Gestion et résolution des conflits
  - Le baromètre Climat Interne, outil de pilotage de communication interne
  - La communication : levier de résolution du conflit ?
  - Reconstruire après la crise par des actions de communication interne et externe

# Gérez efficacement vos relations presse

## **Objectifs pédagogiques :**

Maîtriser les différents vecteurs de communication auprès des journalistes

Evaluer ses retombées presse et ajuster sa stratégie

## **Maîtriser les fondamentaux des relations presse**

1. Comprendre le rôle des relations presse dans la chaîne de communication  
Analyse comparative de la communication publicitaire et institutionnelle  
En quoi les relations presse apportent-elles une forte valeur ajoutée ?
2. Maîtriser les particularités des différents supports et types de presse  
Panorama des différentes catégories de presse écrite  
Les différents modes de fonctionnement de la presse et des journalistes
3. Gérer efficacement les relations presse en situation de crise  
Identifier les erreurs à éviter dans vos communiqués  
Quelles sont les actions préventives à adopter et les règles à observer

## **Définir une stratégie de relations presse : méthode et objectifs**

1. Intégrer les relations presse dans la stratégie globale de communication  
Les critères à prendre en compte  
Organiser les relations presse en fonction d'un ciblage rigoureux et précis  
Construire un plan d'action adapté

## **Réaliser un communiqué de presse et un dossier de presse attractif**

1. La structure du communiqué
2. Constituer un dossier de presse

## **Constituer et gérer un fichier presse efficace**

1. Construire un fichier complet et fiable

## **Les relations presse en interne : comment les valoriser et les exploiter utilement**

1. Exploiter la revue de presse
2. Sensibiliser ses collaborateurs

# Réussissez vos publications d'entreprise

## **Objectifs pédagogiques :**

Décider de créer une revue d'entreprise

Cerner les fonctions d'une publication d'entreprise : journal interne, journal client, consumer magazine, newsletters...

## **Les grandes rubriques d'un journal**

1. Concevoir ou améliorer une formule éditoriale.
2. Connaître la structure juridique et administrative, les responsabilités et précautions à prendre.

## **Constituer une équipe de rédaction**

1. Le comité de rédaction, son rôle, sa constitution.
2. Les correspondants et les journalistes.
3. Position et fonctions du rédacteur en chef.
4. Les questions que doit se poser le comité de rédaction.

## **Utiliser les différentes formes de rédaction et rédiger**

1. L'éditorial, l'interview, l'enquête, les échos, les brèves, le reportage, le dossier, le billet...
2. Les bases de l'écriture journalistique.
3. Relecture de la copie et, éventuellement, rewriting.

## **Habiller et mettre en scène le papier**

1. Têtière, sous-titre, le streamer, la manchette, les intertitres, le sommaire, le chapeau, les encadrés, les notes, le choix des illustrations, photos, dessins, graphiques et leurs légendes.

## **Maquette et charte graphique**

- 1 Préparer et présenter les textes.
- 2 Cotation, calibrage. L'utilisation rationnelle de la typographie.
- 3 Le colonnage, la grille de mise en pages.

## **Réaliser le journal d'entreprise**

1. La chaîne graphique : L'offset, la photogravure, la photocomposition, la PAO, le flashage.

## **Analyse des journaux d'entreprise des participants**

- 1 Ligne éditoriale.
- 2 Aspects rédactionnels.
- 3 Maquette.

# Les Techniques rédactionnelles

## **Objectifs pédagogiques :**

Maîtriser les différents vecteurs de communication auprès des journalistes  
Evaluer ses retombées presse et ajuster sa stratégie

## **Ecrire pour être lu**

1. Passer de la logique consulaire à la logique informative (écrire utile)
2. Faire œuvre pédagogique: donner les clés pour comprendre
3. Penser pratique (quels services rendus aux lecteurs)

## **Ecrire pour son lecteur**

Il est demandé au participant quel type de document il produit (ou fait produire), quelles sont ses difficultés, quels sont ses attentes et besoins par rapport à ces trois jours de formation.

## **Typologie des écrits**

Les différents supports du participant (lettre et compte-rendu, note de synthèse et note administrative, rapport et note d'informations, journal interne et/ou externe).

Autodiagnostic : vocabulaire utilisé, rythme des phrases, plan et mise en page.

## **Dans la peau du lecteur**

1. Temps de lecture, niveaux de lecture, loi de proximité.
2. Distinguer l'essentiel du superflu
3. Comment hiérarchiser l'info et la mettre en forme.
4. Lier l'info
5. Les bons plans et les mauvais plans.

## **Stratégies pour gagner du temps**

1. La prise de notes efficace

## **Savoir donner une consigne**

1. Comment formuler clairement ce que l'on attend
2. Mettre en valeur un article
3. Un titre et un chapô s'il vous plaît
4. Une procédure de vérification pour celui qui écrit, un critère de choix pour le lecteur.
5. Le rôle de l'image
6. Légender et créditer une photo ou une infographie

## **A vous de jouer**

1. Cachez-moi ce jargon
2. Vocabulaire, structure de phrase, les chiffres, les sigles.
3. Ecrire dense
4. Redondances et barbarismes.
5. Exercices de réécriture sur des formats différents
6. Travaux pratiques à partir des productions déjà parues et/ou à paraître.

# Titres et accroches : capter l'attention de votre lecteur !

## **Objectifs pédagogiques :**

Trouver le mot juste pour attirer l'attention du lecteur

Diversifier ses accroches pour captiver son lectorat

Stimuler sa créativité pour trouver rapidement des titres originaux

## **Les règles de lecture : quelques bases scientifiques**

1. Où se posent les yeux de votre lecteur en premier ?
2. Comment parcourt-il l'article ou la page ?
3. Comment le cerveau analyse-t-il ce que les yeux perçoivent ?

## **Comprendre les règles qui régissent les choix de lecture**

1. Les « lois de proximité », la notion de « centre d'intérêt » et la notion d'angle
2. Le message essentiel : est-il complet ? est-il correctement mis en valeur ?
3. L'importance de la mise en page et des choix typographiques

## **Choisir le mot juste pour attirer, retenir et informer**

1. Déterminer les fonctions essentielles de l'accroche
2. Définir les différents types d'accroche : informatives, incitatives...
3. Travailler son vocabulaire pour s'adapter à son lecteur
4. Faire la chasse aux pléonasmes, aux contresens, aux clichés et au jargon !

## **Quel habillage pour séduire votre lecteur ?**

1. La titraille : attirez et conservez votre lecteur !
2. Le titre : incitatif ou informatif ? humoristique ou elliptique ?
3. Le sous titre : quelle fonction pour l'auxiliaire du titre ?
4. La « baseline » : une deuxième chance pour votre écrit
5. Le chapô : la « bande-annonce » de votre article
6. L'intertitre : nouvelle porte d'entrée dans l'article...

## **L'attaque de l'article : tenez vos promesses !**

1. Une entrée en matière capable de « ferrer » le lecteur et tenir les promesses de la tiraille
2. Présentation des différents types d'attaques

## **La chute : prenez congé de votre lecteur...en beauté !**

1. Qu'est-ce qu'une bonne chute ?
2. Ce qu'une chute n'est pas : une conclusion, un abandon du lecteur...
3. Présentation des différents types de chutes

## **Les images : accrochez par l'illustration !**

1. Choisir les photos ou infographies en évitant l'illustration redondante
2. Ajouter une légende pour préciser et mettre en perspective l'image
3. Le rapport texte-image : une alchimie délicate...

## | Titres et accroches : capter l'attention de votre lecteur !

### **Comment accrocher selon les genres journalistiques ?**

1. Rappel : présentation de la palette des genres journalistiques
2. Comment titrer un reportage, une interview, un portrait...
3. Quelle différence entre l'édition d'un support papier et d'un support multimédia ? comparaison des mises en page, des types d'accroches et de l'utilisation de l'image

### **Séance de créativité d'écriture**

#### **Connaître les différentes méthodes d'accroche**

« Amuser » le lecteur (analogie, métaphore, comparaison...), l' « interpeller » (« et si c'était vous ? »), le « provoquer », ou le « déstabiliser » : que choisir ?

### **Recherche de titres**

Calembours et jeux de mots : les limites du genre

Détournements de titres de films, de romans ou de chansons : attention aux vieilles ficelles

### **Le rythme des accroches**

A partir de leurs propres écrits, les participants seront invités à (re)travailler leurs accroches, en prenant garde à choisir le bon mot, cadencer leurs phrases et bien organiser leurs idées.

# Les 5S

## **Objectifs pédagogiques :**

Etre un acteur actif du changement et de l'amélioration de son travail  
Etre efficace avec et dans son unité de travail  
Etre pilote de la mise en place des 5S dans l'entreprise  
Déployer le message 5S dans leur unité de travail

## **Le 5S, c'est quoi ?**

Le "5S" est une méthode d'amélioration des postes de travail qui est en général le premier chantier d'amélioration continue mis en œuvre dans un organisme. Il est constitué de 5 étapes dont le nom commence par S en japonais. QCD-Consulting a développé une version française de ces noms.

## **Objectif :**

Améliorer la sécurité, l'ergonomie et la productivité d'un poste de travail.  
Améliorer le travail en équipe.  
Le 5S a 2 versions: Bureaux et Atelier-magasin.  
Le 5S est un outil de progrès dans l'esprit ISO 9001

## **Méthode pédagogique**

La méthodologie 5S étant essentiellement basée sur la réflexion et sur l'application de règles de bon sens, le formateur s'attache à ce que chaque participant s'approprie la méthodologie d'analyse, de mise en application et d'amélioration des solutions retenues. A cet effet, la formation sera principalement axée sur l'application pratique.

La présentation générale de la méthodologie 5S est faite par le formateur à l'aide de vidéo projecteur. Chaque étape de la méthodologie est déroulée en détail ainsi que les outils à utiliser. Des exercices complètent cet apport.

La deuxième journée est consacrée à déterminer de quelle manière les 5S peuvent être mis en application dans l'organisme (travail en groupes). Un document de synthèse destiné à constituer le cahier des charges du projet 5S est établi à l'issue de cette journée, à partir des travaux de chaque groupe.

Un support de formation est remis à chaque participant, de manière à servir ultérieurement de référence.

## **Principes et outils fondamentaux de la Qualité totale**

Présentation de la méthodologie 5S

Méthodologie en deux étapes : Mise en place & Consolidation

1<sup>ère</sup> étape : mise en place des trois premiers S :

- Seiri : débarrasser
- Seiton : ranger
- Seiso : nettoyer et tenir propre

2<sup>e</sup> étape : mise en place des deux derniers S :

- Seiketsu : systématiser
- Shitsuke : standardiser

## | Les 5S

### **Le déploiement des 5S dans l'entreprise**

1. Mise en place pratique des 5S
2. Un outil de base : les 5 Pourquoi (explication et exercice)
3. Les tableaux d'avancement (l'avant et l'après)
4. Les audits 5S
5. Savoir expliquer la démarche 5S
6. Faire changer les comportements et améliorer les choses à la source

*Si possible :*

*Détermination d'une zone atelier test (dans le cadre d'une formation intra-entreprise)*

*Visite avec le groupe et prise de photos (constatation de l'avant...)*

### **4 thèmes à traiter :**

1. Thème 1 : Débarrasser et ranger  
Déterminer sous forme de plan d'actions la méthodologie à utiliser, principalement sur :  
Comment hiérarchiser les éléments à débarrasser  
Comment établir les règles de rangement  
Comment faire participer l'ensemble des équipes
2. Thème 2 : Nettoyer et tenir propre  
Déterminer sous forme de plan d'actions la méthodologie à utiliser, principalement sur :  
Comment déterminer un standard de propreté  
Comment garantir le maintien du niveau atteint
3. Thème 3 : Maintenir les 5S Déterminer de quelle manière :  
Déterminer de quelle manière :  
Mettre en place une organisation facile à tenir rangée et propre  
Déterminer les indicateurs permettant de vérifier le maintien des 5S
4. Thème 4 : Améliorer les 5S  
Déterminer de quelle manière :  
Organiser les audits  
Garantir le maintien des 5S par l'amélioration permanente

# Réussir sa prise de parole en public

## **Objectif pédagogique :**

Séduire un auditoire et le convaincre

## **Comprendre sa mission de représentation, bien en délimiter le périmètre**

1. Connaître et intégrer les 5 règles d'or de la prise de parole en public
2. Séduire l'auditoire et surtout... convaincre !

## **Savoir se préparer et surmonter son appréhension**

1. Concentration, gestion du trac : acquérir les techniques, connaître les trucs et astuces
2. Échauffement, mise en tonicité de la voix
3. Maîtriser ses attitudes sur scène
4. Connaître et "jouer" de tous les paramètres de communication

## **Peaufiner son intervention pour "être bon"**

1. Structurer le fond de son discours
2. « Scénariser » l'événement
3. Quel recours au "par-cœur" ? Comment composer avec ses fiches ?
4. Du bon usage des "slides" : place, rôle et nombre des aides visuelles

## **Maîtriser toutes les facettes de la prise de parole**

1. Réussir son "entrée en scène"
2. Survivre aux 3 premières minutes...
3. Faire face à l'auditoire, prendre possession des lieux, soutenir l'attention de la salle
4. Maîtriser les réactions de la salle (et la session de questions/réponses)
5. Savoir terminer son discours et réussir sa sortie

## **Jeux, exercices et mises en situation**

Tout au long de cette formation, il est fait appel à des exercices réels, filmés et analysés permettant à chacun de prendre conscience des mécanismes personnels et/ou techniques entrant en ligne de compte dans une bonne communication orale.

# Concevoir une présentation PowerPoint pour bien communiquer

## **Objectifs pédagogiques :**

Réussir une mise en page qui retient l'attention du spectateur.

Choisir la bonne typographie, les bonnes images et les bonnes couleurs.

## **Analyser, comprendre et traiter l'information à faire passer**

1. Les questions à se poser : objectifs de la présentation ? Pour qui ? Quand ? Comment ? Pourquoi ?...
2. Quels sont les messages essentiels à faire passer : le ou les message(s) clés

## **Mettre en page l'information et la rendre dynamique**

1. Utiliser à bon escient la typographie : choix de polices, la taille, les effets.
2. Appliquer les règles typographiques : gestion de l'espace...
3. Placer les illustrations : schémas, graphiques, formes, photos, images...

## **3\_ Développer sa créativité et utiliser les illustrations**

1. Choisir un visuel (image, forme, graphique) selon l'objectif.
2. Identifier les contraintes liées aux images et aux photos.
3. Bien utiliser la couleur
4. Respecter la charte graphique de l'entreprise : homothétie du logotype, typographie...

## **4\_ Réaliser un diaporama attractif**

1. Mettre en page les diapositives.
2. Associer les couleurs
3. Utiliser les effets d'animation pour valoriser les informations mais pas trop...

# Maîtriser son temps et ne plus le subir

## **Mieux s'organiser pour atteindre ses objectifs**

Un cadre s'engage souvent à atteindre des objectifs dans un temps donné. Pour y parvenir, il doit s'appuyer sur des méthodes lui permettant d'identifier ses guides dans le feu de l'action et gérer cette tension constante entre l'urgence et l'importance.

1. Clarifier sa fonction et ses objectifs
2. Hiérarchiser les priorités
3. Distinguer urgence et importance
4. Planifier et préparer

## **Remettre en cause ses comportements dans sa relation au temps**

C'est souvent à notre insu que l'on met des freins dans notre gestion du temps. C'est notre relation personnelle au temps et nos comportements à risque qui sont alors en jeu.

1. Les lois du temps
2. Les parades : vouloir et pouvoir
3. Les messages inconscients
4. Inconvénients et bénéfices secondaires

## **La relation aux autres et les situations chronophages**

La relation aux autres est une composante de notre gestion du temps. Une multitude de situations méritent vigilance et volonté de résolution afin de ne pas se laisser déborder.

1. 10 situations chronophages et leur traitement
2. Outils personnels de gestion du temps et de gestion des activités
3. Vers des engagements personnels concrets
4. Évaluation

# | Savoir gérer son stress

## **Comprendre son stress pour mieux le combattre**

1. Qu'est-ce que le stress ?
2. Les facteurs de stress dans son environnement
3. Distinguer le "bon" et le "mauvais" stress
4. Identifier son mode de réaction en situation tendue
5. Test de perméabilité au stress en fonction de sa personnalité

## **Neutraliser les effets du stress**

1. Augmenter son niveau de qualité de vie au travail
2. Les techniques de relaxation à connaître
3. Instaurer une nouvelle relation au temps
4. Apprendre à réinterpréter ses pensées stressantes

## **Adopter une stratégie anti-stress**

1. Les 10 mécanismes de défense sur lesquels agir
2. Développer ses capacités créatives pour sortir d'une situation de stress
3. Savoir prendre du recul pour rester objectif
4. Entretenir la confiance en soi

## **Limiter les sources de stress avec les autres**

1. L'affirmation positive de soi
2. Apprendre à dire non sans hostilité
3. Faire des critiques positives
4. Déjouer les situations de conflit

## **Contrôler son stress**

1. Prendre du recul par rapport aux réactions de stress
2. Mettre à jour les mécanismes de stress
3. Savoir contrôler son stress pour gagner en sérénité et en efficacité

De nombreux exercices « anit-stress » ponctuent cette formation

# Réussir la rédaction de son CV et de sa lettre de motivation et commencer à préparer l'entretien d'embauche.

## **Objectifs pédagogiques :**

Rendre l'exercice plus aisé.

Faire le point sur son activité et son parcours professionnel.

Mettre en avant les points forts de son activité.

## **Rédiger un CV**

1. Écrire son parcours professionnel pour le clarifier.
2. Structurer différents modèles de CV : chronologique, compétences, e-CV...
3. Choisir les étapes de son parcours à mettre en avant.
4. Valoriser les points forts de son expérience.

## **Écrire une lettre de motivation attractive**

1. Structurer les points clefs de sa lettre de motivation.
2. Présenter les atouts de sa candidature.
3. Trouver les mots pour décrire sa motivation et se démarquer.
4. Adapter sa lettre en fonction des cas : réponse à une annonce ou candidature spontanée.
5. Présenter un vrai plus par rapport aux éléments du CV.
6. Analyse de 25 lettres de motivations

## **Se préparer à l'entretien d'embauche**

1. Concentration, gestion du trac : acquérir les techniques, connaître les trucs et astuces
2. Échauffement, mise en tonicité de la voix
3. Maîtriser ses attitudes sur scène
4. Connaître et "jouer" de tous les paramètres de communication
5. « Scénariser » l'événement
6. Réussir son "entrée en scène"
7. Survivre aux 3 premières minutes...
8. Faire face à l'auditoire, prendre possession des lieux...
9. Préparer la séance de questions/réponses
10. Savoir terminer son discours et réussir sa sortie



**Cyril Toutain / ORIGINIS**

Le Quart des Près 03320 Lurcy-Lévis

Téléphone : 04 70 67 89 06 / Mobile : 06 75 39 17 37

*[cyril.toutain@originis.fr](mailto:cyril.toutain@originis.fr) / [www.originis.fr](http://www.originis.fr)*