

[VENTE MARKETING]



- 16** - Gérer et manager son point de vente
 - Le plan d'actions commerciales
- 17** - Manager une équipe commerciale
 - Les techniques commerciales - Niveau I
 - Réussir vos ventes - Niveau II
- 18** - Préparation aux achats
 - La négociation
 - Faire face à la pression des acheteurs
- 19** - Professionnaliser la qualité de l'accueil
 - Prospecter et fidéliser vos clients par téléphone
 - Fidéliser vos clients avec le logiciel Ciel Act By Sage
- 20** - Sommeliers : mieux conseiller pour mieux vendre
- 21** - Concevoir efficacement son projet de site de vente en ligne
 - Référencer son site web et optimiser durablement le trafic - Niveau I
 - Développer son activité commerciale avec la maîtrise du code des marchés publics

Gérer et manager son point de vente

Formation action pour dirigeant ou responsable d'un point de vente

OBJECTIFS

- Elaborer une stratégie de vente rentable
- Déterminer les facteurs de succès d'un point de vente
- Veiller à la rentabilité de son affaire
- Améliorer l'efficacité de son équipe

PUBLIC

Responsables d'un point de vente (salariés, non salariés ou conjoints collaborateurs)

PROGRAMME

Module 1 : Négocier et déjouer les enjeux des fournisseurs (2 j)

Définir les besoins de l'entreprise et ses objectifs (prix, délais, qualité...)

- Mettre à profit sa connaissance du contexte de la négociation (connaissance du bien ou service à acheter, du fournisseur...)
- Identifier le style du vendeur, son comportement, ses motivations
- Préparer la négociation (objectifs à négocier, arguments de l'acheteur, savoir répondre aux objections du vendeur, identifier les zones de compromis)
- Piloter et conduire l'entretien avec le vendeur (les différentes phases de l'entretien, les pièges du vendeur et les parades possibles, la gestion des difficultés pendant les négociations (impasses, blocages...))
- Conclure l'entretien de négociation
- Formaliser et suivre l'accord

Module 2 : Gestion d'un point de vente (4 j)

- Comprendre l'approche financière de son entreprise (2 j) :
 - Mécaniques comptables de base
 - Lecture des états financiers
 - Analyse des flux financiers (trésorerie, tableau de financement)
 - Tableau de bord (seuil de rentabilité et indicateurs de pilotage)
- Gestion commerciale (1 j) :
 - Gestion des impayés
 - Bases juridiques en cas de conflits avec un fournisseur, un client, un concurrent
- Le BABA du droit social (1 j)

Module 3 : Merchandising (2,5 j + ½ journée d'accompagnement personnalisé)

- Politique commerciale : s'assurer de la cohérence de l'offre
- Stratégie et outils de commercialisation
- La vitrine et l'aménagement intérieur, une communication essentielle

Module 4 : Animer et motiver son équipe de vente (2 j)

- Le profil du manager
- Le profil de son équipe :
 - Analyser les comportements individuels et collectifs
 - Etablir le profil de son équipe
 - Le travail en synergie : cercle de confiance et cycle négatif
 - Les conditions d'une communication saine : l'écoute active, la reformulation, la réfutation...
- La motivation des vendeurs :
 - La définition et l'utilisation des objectifs, faire adhérer l'équipe aux objectifs, suivre l'action et la contrôler, faire mettre en place des actions correctives en cas d'écarts
- Animer son équipe au quotidien :
 - Fixer les objectifs, les bases de la délégation (degré de délégation, savoir expliquer des tâches)
 - Contrôler et suivre les résultats, corriger, réguler / féliciter
 - Les différents types d'entretien individuel
 - Les principes de base pour mener à bien un entretien
- Résoudre les situations conflictuelles :
 - Traiter les erreurs dans une dynamique de progrès : traiter l'erreur en action de formation
 - Identifier les conflits et choisir un mode d'intervention adaptée
- Savoir dire « non »

Le plan d'action commercial

Prospecter pour gagner de nouveaux clients

OBJECTIFS

- Contacter et conquérir de nouveaux clients
- Evaluer son potentiel de développement et mettre en place des actions commerciales

PUBLIC

Vendeurs, commerciaux, technico-commerciaux, conseillers clientèle

PROGRAMME

Préparer la prospection

- Définir les objectifs, les cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise
- Choix et segmentation des cibles
- Rechercher des prospects
- Préparer votre argumentaire

Connaître les stratégies de prospection et leurs outils

- Le mailing, le téléphone, la prospection directe
- Les salons professionnels, les réunions prospects...
- La recommandation, l'essai gratuit...

Elaboration du plan d'actions

- Procédures de contrôle du plan d'actions
- Analyse du CA
- Analyse de la part de marché
- Analyse de la rentabilité...

Exercer un suivi rigoureux

- Elaborer une liste de clients potentiels
- Relancer téléphoniquement pour vendre ou reprendre un RDV
- Suivre régulièrement les prospects
- Qualifier en permanence les informations recueillies



Durée & dates

11 jours dont une ½ journée en accompagnement personnalisé dans l'entreprise pour l'aménagement du point de vente
Démarrage jeudi 15 mars 2012

Tarif

1 500 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

Durée & dates

2 jours soit 14 h
Jeudi 22 et vendredi 23 mars 2012

Tarif

490 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

Manager une équipe commerciale

OBJECTIFS

- Construire une force de vente adaptée aux objectifs commerciaux
- Utiliser des outils et techniques de management d'équipe

PUBLIC

Toute personne ayant la responsabilité d'une équipe commerciale

PROGRAMME

La planification

- Définition des objectifs appliqués à la stratégie commerciale
- Plan d'action commercial
- Portefeuille
- Prospection

L'organisation de la force de vente

- Définition des secteurs de vente
- La politique de rémunération
- Composantes
- Différents systèmes liés aux objectifs

L'animation d'équipe

- Le coaching des vendeurs
- Plan de progrès individuel
- L'incentive
- L'entretien individuel
- Les réunions commerciales

Le contrôle de la force de vente

- Reporting et tableaux de bord
- Ratios d'efficacité et de rentabilité de la force de vente



Durée & dates

2 jours soit 14 h
Jeudi 21 et vendredi 22 juin 2012

Tarif

590 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

Les techniques commerciales

Niveau I

OBJECTIFS

- Développer une relation commerciale efficace quel que soit l'interlocuteur par la maîtrise des bases de la vente et de la négociation

PUBLIC

Salariés, sans expérience préalable de la vente, étant en contact avec le client

PROGRAMME

- Mieux se connaître pour mieux négocier
- Connaître votre entreprise et ses services pour mieux en parler
- Savoir questionner le client
- Développer l'écoute active
- Maîtriser les techniques de base dans toute négociation
- Gérer les situations difficiles : passer d'une logique « problème » à une logique « solution »
- Coopérer avec les autres services de votre entreprise

Réussir vos ventes

Niveau II

OBJECTIFS

- Maîtriser les différentes étapes de l'entretien de vente et les techniques de négociation, de la préparation à la conclusion

PUBLIC

Tous commerciaux, technico-commerciaux, vendeurs souhaitant travailler ou retravailler les techniques de vente pour conclure plus aisément

PROGRAMME

Développer une relation de qualité et créer des points d'appui

- Rendre la présentation de son entreprise plus « vendeuse »
- Dépasser la simple expression du besoin pour identifier les besoins « profonds » du client

La découverte du besoin

- Quel mode de questionnement ?
- Questions ouvertes, fermées : comment les utiliser à bon escient ?

Les clés pour présenter son offre et la rendre attractive

- Présenter de façon naturelle son offre
- Frais annexes, points délicats : négocier des compromis
- Défendre ses marges sans dériver

L'argumentation

- Connaissance du produit
- Sélectionner les arguments les mieux adaptés
- Préparer des arguments sur les objections les plus difficiles

Les réflexes pour traiter efficacement les objections les plus difficiles

- Identifier la cause de l'objection
- Rassurer son client
- Les techniques pour traiter avec aisance les objections

Comment conclure pour vendre ?

- Les techniques pour conclure une vente
- Consolider sa visite en préparant le prochain entretien



Durée & dates

2 jours soit 14 h
Jeudi 14 et vendredi 15 juin 2012

Tarif

490 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

Préparation aux achats

OBJECTIFS

- Définir les besoins de l'entreprise : savoir centraliser les besoins des différents services
- Préparer les commandes auprès des fournisseurs
- Effectuer le suivi des achats
- Connaître les moyens de prévenir ou gérer les litiges

PUBLIC

Toute personne en charge des achats

PROGRAMME

Positionner la fonction Achats

- Le rôle de la fonction Achats
- Interaction avec les autres fonctions de l'entreprise (responsables de services)
- Identifier les enjeux (stratégiques/basiques)
- Définir et planifier les besoins :
 - banalisés/spécifiques
 - ponctuels/réguliers
 - évaluer leur fréquence et leur montant
- Le portefeuille achats (matrice ABC) et état des lieux

Le processus achat

- Définir une politique d'achat au regard des enjeux (achats contractualisés ou au coup par coup)
- Sourcing : identifier les fournisseurs potentiels selon les enjeux pour l'entreprise (faire vivre et évoluer un fichier fournisseurs)
- Réalisation du cahier des charges et des indicateurs d'évaluation (outils d'aide à l'évaluation)
- La rédaction de la commande, les différents types de commandes
- La mise en concurrence
- L'analyse des offres (au regard des critères pré-définis)
- Le circuit d'approbation des commandes et le suivi des commandes (contrôle qualitatif et quantitatif des réceptions)
- Les méthodes de réapprovisionnement

Les aspects juridiques des achats

- La notion de contrat : les obligations des parties – Impacts de la LME (les délais)
- Rapport entre conditions générales des ventes et conditions générales d'achat
- Les principales clauses : délais, révision des prix, conformité, garantie vice caché, réserve, transport, irresponsabilité/limite de responsabilité...
- La gestion des litiges et incidents : la recherche d'un accord amiable, les procédures juridiques (les pénalités de non-respect des clauses...), les tribunaux compétents

Durée & dates

3 jours soit 21 h

Jeu. 11, ven. 12 et lund. 15 octobre 2012

Tarif

735 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

La négociation

OBJECTIFS

- Acquérir les méthodes et outils permettant de mener à bien ses achats

PUBLIC

Nouveaux acheteurs ou acheteurs désireux de mettre à jour leurs pratiques

PROGRAMME

- **Définir les besoins de l'entreprise et ses objectifs** (prix, délais, qualité...)
- **Maîtriser l'entretien de négociation** :
 - Créer un climat favorable
 - Conduire un entretien (introduction, questionnement, reformulation...),
 - Développer un argumentaire adapté
 - Quelles concessions pour quels gains ?
 - La gestion des difficultés pendant la négociation (impasses, blocages...)
- **Conclure l'entretien de négociation**
- **Formaliser et suivre l'accord**



Durée & dates

2 jours, soit 14 h

Jeu. 8 et ven. 9 novembre 2012

Tarif

490 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

Faire face à la pression des acheteurs

OBJECTIFS

- Faire face aux acheteurs de la distribution
- Négocier et défendre ses conditions commerciales

PUBLIC

Vendeurs confirmés ayant plusieurs années d'expérience terrain et de négociation en centrale d'achat et commission de référencement, chefs de vente, compte-clé, directeurs commercial, chefs de produit marketing, gérants de site industriel amené à négocier directement avec la distribution et toute personne qui rentre dans un processus de négociation avec les acheteurs.

PROGRAMME

Prendre conscience de la place et du rôle de l'acheteur

- Mieux comprendre le contexte actuel de la distribution
- Des lois Raffarin et Galland à la loi Chatel
- Impact sur les conditions commerciales et les SRP
- Acheteur : une fonction stratégique, mais une responsabilité complexe

Rééquilibrer le rapport de force acheteur/fournisseur

- Comprendre la différence entre « vendre et négocier »
- Bien identifier les 5 rapports de pouvoir en négociation
- 10 questions à se poser pour agir sur le rapport de force
- Pièges des acheteurs, les plus récents, les classiques
- Exercices filmés

Maîtriser les 5 règles d'or pour négocier un accord rentable et durable

- Passer des techniques de vente aux techniques de négociation
- Poser la ZAP (Zone d'Accord Possible)
- Préparer une stratégie de concessions
- Verrouiller son avancée pour être sûr d'aboutir à un accord

Oser s'affirmer face à un acheteur pour crédibiliser son offre

- Auto-diagnostic de ses comportements en négociation et sous pression



Durée & dates

3 jours intensifs – Nous contacter

Tarif

990 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI du Morbihan (Pontivy) - Nous contacter

Professionaliser la qualité de l'accueil téléphonique et en face à face

OBJECTIFS

- Créer les conditions de relations positives pour valoriser l'image de votre entreprise
- Appliquer les techniques visant à établir un climat relationnel favorable

PUBLIC

Toute personne dont la fonction comporte une mission d'accueil téléphonique ou physique essentielle à l'image de l'entreprise

PROGRAMME

Repérer les conditions d'un accueil réussi

- Missions et responsabilités du personnel d'accueil : compétences requises
- Enjeux de l'accueil : attentes du client
- Composantes de la qualité de service : accueil, image de l'entreprise et image personnelle

Communication en situation d'accueil au téléphone

- Rappel sur la relation téléphonique : principes généraux de la communication à distance
- Techniques d'expression : langage positif, précis, écoute, règles d'or
- Réception d'appel : les étapes à respecter
- Optimisation du temps de communication : techniques, questionnement, reformulation (comment faire patienter, transférer un appel, prendre note d'un message, répondre à une demande de renseignements en adoptant un comportement de prise en charge)

Communication en situation d'accueil en face à face

- Accueil du visiteur : soigner son apparence et savoir-faire attendre
- Langage et para-langage : gestes et postures, mimiques, regard
- Gestion des priorités

Gestion des contacts difficiles

- Clients mécontents, clients bavards, savoir dire « non » tout en maintenant la relation

Durée & dates

2 jours soit 14 h

Jeudi 8 et vendredi 9 mars 2012
Jeudi 15 et vendredi 16 novembre 2012

Tarif

490 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

Prospecter et fidéliser vos clients par téléphone

OBJECTIFS

- Maîtriser les techniques de prospection pour effectuer de la prise de rendez-vous ou du suivi de clientèle dans le cadre d'une opération commerciale

PUBLIC

Toute personne qui communique avec des clients à distance

PROGRAMME

Les attitudes et techniques d'expression au téléphone

La prise de rendez-vous, l'opération commerciale

- Mise en place d'un plan d'appel
- Traitement des objections
- Propositions selon les objectifs de l'appel
- Gestion du suivi de l'appel

La mise en pratique au travers d'une opération commerciale (simulations)

La négociation commerciale

Durée & dates

2 jours soit 14 h

Jeudi 7 et vendredi 8 juin 2012

Tarif

490 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

Fidéliser vos clients avec le logiciel Ciel Act By Sage

OBJECTIFS

- Mettre en œuvre des opérations de prospection ciblées avec des résultats commerciaux
- Organiser des actions de fidélisation efficaces

PUBLIC

Chefs d'entreprises salariés de petites entreprises, indépendants

PROGRAMME

Les fonctions de fidélisation

- La centralisation de toute la relation client dans une seule base contacts
- L'intégration de fichiers prospects
- Les fiches contacts avec 70 champs prédéfinis
- La personnalisation intégrale des fiches contacts
- L'identification aisée des attentes clients

Les principales fonctions d'Act By Sage

Fiches contacts

- Organisation de son activité (RDV, planning...)
- Historique des relations commerciales (appels, SAV...)
- Gestion des opportunités de ventes
- Mailing/faxing/e-mailing
- Rapports des ventes

Les nouveautés d'Act By Sage

- Base de données plus puissante (SQL, Express)
- Recherche d'informations optimisée, historique automatique des derniers emails envoyés
- Liens renforcés avec MS Outlook ...

Durée & date

En fonction de la demande de l'entreprise

Tarif

Nous consulter - Formation personnalisée

Lieu

Dans l'entreprise

Serveurs/sommeliers : mieux conseiller pour mieux vendre

OBJECTIFS

- Acquérir une base théorique sur la fabrication d'un vin
- Comment mieux connaître les vins proposés pour mieux les vendre à ses clients

PUBLIC

Toute personne travaillant dans l'hôtellerie restauration

PROGRAMME

Connaître les étapes de la vinification des vins tranquilles

- Comprendre le processus de fermentation alcoolique
- Analyser les différents types d'élevage adaptés aux cépages
- Connaître les différentes manières d'élaborer des vins mousseux
- Les vins liquoreux : les méthodes d'élaboration
- Comprendre les différentes distillations et leurs conséquences sur l'alcool

Plusieurs modules/plusieurs objectifs

Module technique

- Vinifications vins rouges
- Vins rosés
- Vins blancs

Méthode traditionnelle

- Vin de liqueur/vin doux naturel
- Distillations

Durée & date

1 jour soit 7 h
Lundi 23 avril 2012

Tarif

200 € en exonération de T.V.A. (dégustation comprise)

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

L'Armor est dans le Web

Boostez votre communication en

3 CLICS



1

Des rendez-vous dans votre entreprise pour **évaluer** vos besoins ou votre site web

2

Des **conseils** personnalisés pour mettre en place **votre** stratégie web

3

Un accompagnement **100%** pris en charge par la CCI des Côtes d'Armor



www.larmorestdansleweb.com

Contact // **02 96 78 62 11**



Concevoir efficacement son projet de site de vente en ligne

OBJECTIFS

- Elaborer la démarche et définir les besoins pour créer son site de vente et construire son projet
- Préparer sa démarche commerciale sur Internet et son positionnement
- Comprendre les avantages et limites de la vente en ligne
- Elaborer son cahier des charges

PUBLIC

Entreprises et particuliers ayant un projet concret de création de site marchand
Pré-requis : pratique courante de la navigation sur Internet
Bonne connaissance de l'utilisation d'un PC
Se munir des documents commerciaux, produits, etc...

PROGRAMME

Introduction sur la communication globale sur le Net et le référencement

- Les différents intervenants sur Internet
- Les moteurs de recherche
- Les réseaux sociaux
- Les forums
- Le référencement naturel
- Les méthodes et suivi du référencement
- La publicité sur internet

Définir ses objectifs commerciaux

- Les objectifs qualitatifs et quantitatifs
- L'évaluation de la concurrence
- Les cibles
- Le choix d'un positionnement

Présenter des outils de gestion et des méthodes de travail

- La conception et réalisation
- L'hébergement, les délais, les coûts

Définir ses outils en fonction du projet

- Les outils techniques
- Les outils de fidélisation et de suivi des profils clients

Utiliser les « market » places et comparateurs de prix

- Les différentes solutions
- Les coûts
- Choisir en fonction de son positionnement et de la concurrence

Comprendre et analyser les devis de création de sites marchands

Rédiger son cahier des charges

Durée & date

1 jour soit 7 h
Jeudi 25 octobre 2012

Tarif

245 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

Référencer son site web et optimiser durablement le trafic

OBJECTIFS

- Optimiser le référencement naturel de son site Internet
- Découvrir les moyens pour positionner et promouvoir son site

PUBLIC

Entreprises possédant déjà un site Internet et pouvant administrer son contenu en ligne
Se munir de documents, de photos, éventuellement de vidéos, des identifiants de connexion pour administrer le site et lire ses mails

PROGRAMME

Introduction sur la communication globale sur le Net

- Les différents intervenants sur Internet
- Les moteurs de recherches
- Les réseaux sociaux, blogs
- Les forums
- Le référencement naturel
- Les méthodes de référencement et leurs suivis
- La publicité sur Internet

Définition des principes et méthodes de référencement naturel

- Principes de fonctionnement des moteurs : robots, critères, pages rank, tust rang, pertinence, mises à jour
- Campagne de liens
- Liens internes et externes

Analyse du site existant

- Les outils d'audit (liens, pages, mots clés, degré de concurrence), les mises à jour, fréquence et contenu
- Création de pages d'arrivée et thématisation

Utilisation des générateurs de mots clés

- Les métas, les champs lexicaux, analyse des sites concurrents

Développement du rédactionnel et choix des mots clés

Durée & date

1 journée soit 7 h
Vendredi 16 novembre 2012

Tarif

245 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

Développer son activité commerciale avec la maîtrise du code des marchés publics

OBJECTIFS

- Répondre à un appel d'offres, une procédure adaptée ou une consultation en se conformant au cahier des charges et selon les critères de sélection
- Maîtriser ces procédures pour les appliquer efficacement lors de la réponse à une consultation
- Comment transmettre votre dossier de candidature ou de votre offre par voie électronique

PUBLIC

Toute personne en charge de la préparation des réponses aux consultations et appels d'offres (personnel technique ou administratif).
Maîtrise de Word – Excel – Internet.
Toute entreprise qui souhaite diversifier sa clientèle et se développer en accédant à la commande publique

PROGRAMME

Pourquoi et quand répondre à un appel d'offre ?

- Les risques et avantages liés au marché public

Connaître les éléments essentiels du code des marchés publics

- Les principes généraux du code des marchés publics
- Les différentes procédures de mise en concurrence: appel d'offres, procédures adaptées, marché négocié, dialogue compétitif
- Les différentes pièces d'un marché (CCAP, CCTP, DCE...), leur hiérarchie et leur contenu
- Les clauses obligatoires et optionnelles

Savoir répondre à un appel d'offres en se conformant au cahier des charges et aux critères de sélection

- Choix du mode de candidature (seul, sous-traitance, co-traitance, groupement d'entreprises...)
- Contenu de la réponse des candidats (documents impératifs ; « facultatifs » mais utiles...)
- Les critères de choix (économiques, sociaux, environnementaux...)
- Le respect des délais

Dématérialisation des achats publics

- Présentation de plates-formes de marchés publics et exemples de réponses électroniques
- Présentation et utilisation d'un certificat électronique

Durée & dates

1 jour soit 7 h
Jeudi 5 avril 2012
Jeudi 16 novembre 2012

Tarif

320 € en exonération de T.V.A.

Lieu

CCI des Côtes d'Armor (St-Brieuc)

Une équipe au service de votre performance...

Formation Continue



Formations tertiaires

Anne-Marie TALIBART

02 96 78 62 20

anne-marie.talibart@cotesdarmor.cci.fr



Formations langues étrangères

Monique LE PAGE

02 96 75 11 42

monique.lepage@cotesdarmor.cci.fr



Suivi administratif des dossiers

Mireille PERDREAU

02 96 78 68 78

mireille.perdreau@cotesdarmor.cci.fr



Formations langues étrangères

Sandrine MARCADÉ

02 96 78 72 29

sandrine.marcade@cotesdarmor.cci.fr

Formation Diplômante



Formations Vendeur Conseil,
BTS MUC, LP MEC, LP TEC

Catherine TIENGOU

02 96 75 11 40

catherine.tiengou@cotesdarmor.cci.fr



Formations Qualité

Sécurité Environnement

Sylvie LE BRUN

02 96 94 57 14

sylvie.lebrun@cotesdarmor.cci.fr



Assistante

Catherine ROUSSIN

02 96 78 62 13

catherine.roussin@cotesdarmor.cci.fr



Formations Attachée Commerciale, RDC,
CQP Réceptionniste

Fabienne BEAUREPAIRE

02 96 75 11 41

fabienne.beaurepaire@cotesdarmor.cci.fr



Assistante commerciale

Marie-Annick BRIENS

02 96 78 70 34

marie-annick.briens@cotesdarmor.cci.fr



Assistante

Jocelyne GOGER

02 96 78 55 73

jocelyne.goger@cotesdarmor.cci.fr

Enregistrement des contrats d'apprentissage



Chantal BRIENS

02 96 78 62 19

chantal.briens@cotesdarmor.cci.fr

Responsable du Pôle Formation



Alain ROBINE

02 96 75 11 55

alain.robine@cotesdarmor.cci.fr

Rue de Guernesey - BP 514
22005 SAINT-BRIEUC Cedex 1
Tél. : 02 96 78 62 00
Fax : 02 96 78 62 10
www.cotesdarmor.cci.fr



CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE
DES CÔTES D'ARMOR
www.cotesdarmor.cci.fr

Pour la Performance des Entreprises