



Plus les Hommes seront formés,
plus ils seront Libres

catalogue
2019

Formations & Coachings
Communication

Pourquoi la Communication ?

La Communication, qu'elle soit écrite ou orale, verbale ou non verbale, est aujourd'hui au cœur de nos quotidiens.

Elle est très rapide, s'étendant parfois de façon fulgurante telle une toile d'araignée. Elle est également interactive, ouverte aux réactions et aux commentaires, capable en un instant de susciter une forte adhésion ou un rejet définitif.

Il est donc indispensable de veiller à éliminer les éléments susceptibles de déformer votre message ou de conduire à une incompréhension ou à une mauvaise interprétation.



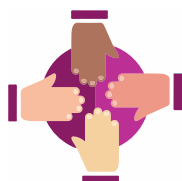
Obtenir de la confiance



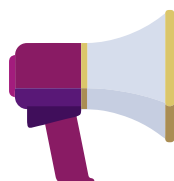
Élargir son réseau



Séduire ou convaincre



Mobiliser



Se vendre

Vous cherchez à communiquer sur vos activités, sur un événement, sur votre engagement ou vous voulez simplement améliorer votre capacité à véhiculer vos idées et votre message... **les Formations et les Coachings en Communication que LIBRA FORMATION vous propose dans les pages suivantes vous permettent d'atteindre ces objectifs.**

Les Formations en Communication

se déroulent sur une journée de 6h00, de façon individuelle ou en groupe, en session « inter » (à Paris, regroupant des personnes d'horizons et de secteurs différents) ou « intra » (sur votre secteur ou votre territoire, au sein de votre structure).

Les Coachings en Communication

se déroulent sur une demi-journée, lors de séances individuelles de 3h00, totalement adaptées et personnalisées à vos besoins. Il est possible et même souvent préférable de programmer plusieurs séances sur une même thématique de coaching.

Une bonne Communication, c'est le facteur clé de votre succès !

Sommaire

parties

Nos Formations

page **03**

Nos Coachings

page **21**

Tarifs et Références

page **32**

modules de formations et coachings

Communication : un enjeu du mandat	05
Panorama des Nouveaux outils de Communication	06
Panorama des Réseaux Sociaux	07
Connaître les médias	08
Construire le Discours Politique	09
Créer son Argumentaire	10
Rédiger pour l'Internet	11
Prendre la Parole en Public niveau 1	12
Prendre la Parole en Public niveau 2	13
Réussir son Intervention en Conseil	14
Présenter une Proposition en Milieu Hostile	15
Savoir Répondre aux Médias	16
Réussir son Plan de Communication	17
Comment améliorer le Journal de la Collectivité	18
Le Bon Usage du Protocole	20
Perfectionnement à la Communication Orale	24
Maîtrise des Interviews	25
Accompagnement Personnalisé d'Expression	26
Mentorat en Communication de Crise	27
Accompagnement à l'utilisation de Facebook	28
Accompagnement à l'utilisation de Twitter	29
Accompagnement à l'utilisation de Instagram	30
Accompagnement à l'élaboration d'une Stratégie Digitale	31

Nos Formations

Réussir la Communication

01

Communication : un enjeu du mandat

Durée

1 journée

Public concerné

Élus, administrateurs,
collaborateurs d'élus

Objectifs

- Appréhender l'impact de la communication dans le déroulement du mandat et en maîtriser la dimension
- Positionner la communication comme un outil au service de l'action publique (organisation, pilotage, accompagnement de projet, ...)

Contenu pédagogique

- La communication politique à travers les époques
- La communication intégrée aux enjeux du mandat : accompagner les projets, les réalisations, ...
- La communication comme variable politique stratégique : concertation, adhésion de la population, ...
- Élaboration d'une stratégie de communication : organisation de la communication (interne ? externe ?), marketing, déclinaisons, choix des supports, ...

Panorama des Nouveaux Outils de Communication

Durée

1 journée

Public concerné

Tout public

Objectifs

- Connaître les différents outils de communication existants
- Maîtriser les bonnes pratiques de l'utilisation des nouveaux outils de communication (site internet, newsletter, numéros d'appels, SMS, réseaux sociaux, ...)

Contenu pédagogique

- Présentation de l'existant
- Quelle utilisation d'Internet et des nouvelles technologies dans son action stratégique ?
- Élaborer un plan d'utilisation des différents outils de communication
- Créer ses propres outils : ce qu'il faut savoir – ce qu'il faut faire – ce qu'il ne faut pas faire

module

Panorama des Réseaux Sociaux

facebook
twitter
instagram

Durée

1 journée

Public concerné

Tout Public

Objectifs

- Comprendre l'utilisation générale des réseaux sociaux
- Maîtriser la rédaction particulière des réseaux sociaux
- Savoir utiliser les différentes fonctionnalités selon les besoins

Contenu pédagogique

- Comment utiliser adroitement les réseaux sociaux ?
- L'intérêt des réseaux sociaux
- L'approche du public cible
- Revue des différents réseaux sociaux
- Utilisation des principaux réseaux sociaux
- Développer une stratégie de communication adaptée

Connaître les Médias

Objectifs

- Appréhender les spécificités des médias et des journalistes
- Maîtriser les règles à connaître et respecter
- Préparer l'interview et structurer un discours efficace

Durée

1 journée

Public concerné

Tout public

Contenu pédagogique

- Audiovisuel, presse écrite nationale, presse quotidienne régionale : quelles caractéristiques ?
 - L'influence des nouveaux médias : les gratuits, la blogosphère, les sites internet, les réseaux sociaux...
 - Les spécificités propres à l'audiovisuel : environnement technique, typologie de reportages.
 - Le jargon, les attentes et les contraintes des journalistes
- Les questions que l'on peut poser au journaliste avant et après l'interview, ce qu'il faut faire / ce qu'il ne faut pas faire.
- Qu'est ce que le «off», l'embargo, le droit de répons ? Comment les utiliser ?
- Cerner la personnalité du journalistes et l'angle de son interview. Déterminer les messages clés à faire passer pour convaincre. Conserver la maîtrise de l'échange.

Construire le Discours Politique

Durée

1 journée

Public concerné

Élus, administrateurs,
collaborateurs d'élus,
candidats, cadres politiques

Objectifs

- Maîtriser la structure du discours
- Transmettre efficacement ses idées
- Pouvoir adapter son discours au public

Contenu pédagogique

- Comment vaincre la page blanche ?
- La structure du discours
- Le choix des idées
- La transmission des idées
- Prendre en compte le public
- Le style particulier du discours

Créer son Argumentaire

Durée

1 journée

Public concerné

Tout public

Objectifs

- Savoir quelles sont les attentes du public cible
- Identifier les points importants
- Savoir créer le besoin

Contenu pédagogique

- Comment faire accepter ?
- L'importance du contexte
- L'identification des points à transmettre
- Les besoins du public
- Intégrer ces besoins à l'argumentaire
- Préparer les détails de l'argumentaire

module

Rédiger pour l'Internet

Durée

1 journée

Public concerné

Tout public

Objectifs

- Connaître les enjeux particuliers de la lecture sur Internet
- Maîtriser la rédaction adaptée au web
- Créer un contenu adapté et efficace

Contenu pédagogique

- Comment exploiter le web efficacement ?
- Une consommation de l'information différente
- L'attention, un enjeu crucial
- La forme particulière de la communication sur Internet
- Miser sur les liens
- Entretenir le contact avec les internautes
- Cas pratique

Prendre la Parole en Public

niveau 1

Durée

1 journée

Public concerné

Tout public

Objectifs

- Faciliter l'expression oratoire
- Adapter son intervention à l'auditoire cible
- Utiliser les différents modes d'expression

Contenu pédagogique

- Étude des règles de base de la communication orale
- Comment gérer sa respiration et surmonter le trac ?
- Maîtriser sa posture : regards, gestuelle, tenue, scénarisation, ...
- Adapter son expression : voix, rythme, articulation, ...
- Choix du vocabulaire et du langage face au public
- CAS PRATIQUES : jeux de rôle et exercices

module

Prendre la Parole en Public

niveau 2

Durée

1 journée

Public concerné

Tout public

Objectifs

- Concevoir sa stratégie de prise de parole
- Obtenir la parole durablement
- Développer son message auprès de l'auditoire

Contenu pédagogique

- Montrer ses atouts et maîtriser ses faiblesses
- Accrocher et conquérir son auditoire
- Utiliser les outils de l'écoute active
- Gérer les échanges et dialoguer
- CAS PRATIQUES : jeux de rôle et exercices

Réussir son intervention en conseil

municipal
départemental
régional

Durée

1 journée

Public concerné

Élus locaux

Objectifs

- Structurer sa présentation orale
- Renforcer son impact par une synthèse efficace
- Rédiger des messages clairs et percutants
- Renforcer sa prise de parole

Contenu pédagogique

Préparer sa présentation

- Définir l'objectif à atteindre
- Le replacer dans le contexte : présentation d'un rapport, d'un amendement, d'un vœu, ...

Rédiger des messages clairs et efficaces

- Structurer les informations
- Construire un plan
- Rendre les messages clairs
- Choisir des mots justes, courts, dynamiques

Se préparer à l'intervention orale

- Gérer son stress et son trac en public: quelques astuces pour être plus performant
- Structurer sa présentation orale et sa prise de parole
- Savoir gérer le temps et les imprévus

module

Présenter une Proposition en Milieu Hostile

Durée

1 journée

Public concerné

Tout public

Objectifs

- Savoir analyser le milieu hostile
- Comprendre comment l'exploiter pour faire avancer son idée
- Faire accepter grâce à une orientation ciblée

Contenu pédagogique

- Comment exploiter habilement un milieu hostile ?
- Analyser le positionnement politique ou les jeux d'acteurs du milieu
- Comprendre les réticences rencontrées
- Le détournement de l'enjeu présenté
- Mettre en avant un point particulier
- Persuader les acteurs

Savoir Répondre aux Médias

Durée

1 journée

Public concerné

Tout public

Objectifs

- Comprendre les attentes des journalistes
- Maîtriser la relation avec les médias
- Pouvoir décider de ce que les médias réutiliseront

Contenu pédagogique

- Comment cerner les médias ?
- La logique médiatique
- Le rôle du journaliste
- Le contact avec les médias
- Faire passer un message
- Construire un plan de communication médiatique

Réussir son Plan de Communication

Durée

1 journée

Public concerné

Tout public

Objectifs

- Savoir identifier les enjeux du projet
- Maîtriser la mise en place du plan de communication
- Encadrer le suivi

Contenu pédagogique

- Comment parvenir à une communication adaptée ?
- Identification des points-clefs du projet
- Étude du public visé
- Élaboration du plan de communication en lui-même
- Choix des structures et des supports de diffusion
- Suivi et contrôle de l'efficacité du plan

Comment améliorer le Journal de la Collectivité

Durée

1 journée

Public concerné

Élus, collaborateurs
d'élus

Objectifs

- Définir et mettre en oeuvre son projet éditorial
- Identifier les grands principes de réalisation d'un journal
- Construire une équipe de rédaction
- Digitaliser l'outil et l'articuler avec les autres supports

Contenu pédagogique

- Construire un projet éditorial
- Comment réalise-t-on un journal ?
- Construire son équipe ou savoir s'entourer
- Digitalisation et environnement du journal

Réussir la Communication Interne

Durée

1 journée

Public concerné

Tout public

Objectifs

- Saisir les particularités de la communication interne
- Pouvoir mettre en place un plan de communication adapté
- Être en mesure de contrôler et de réorienter la communication

Contenu pédagogique

- Comment réellement tenir compte de la structure interne ?
- Identifier les besoins et attentes en matière de communication interne
- Prendre en compte un public particulier (sur un projet ou une transformation, par exemple)
- Définir l'objectif général et les messages à adapter
- Les outils de communication interne
- La réorientation à moyen et long termes (structurel vs conjoncturel)

Le Bon Usage du Protocole

Durée

1 journée

Public concerné

Élus, administrateurs,
collaborateurs d'élus,
cadres administratifs

Objectifs

- Comprendre la nécessité du protocole
- Maîtriser les codes de bienséance lors des rencontres
- Ancrer ces codes dans le comportement quotidien

Contenu pédagogique

- Comment intégrer durablement les codes du protocole ?
- Le besoin du protocole en politique
- La spécificité des rencontres
- La préséance
- Des codes adaptés à chaque situation
- Le protocole au quotidien

Nos coachings

**Séances individuelles
et personnalisées**

02

module 1

Durée

3 heures
par séance

Perfectionnement à la Communication Orale

Animé par un **consultant en communication**, ce module consiste à travailler et à faciliter la prise de parole. Des jeux de rôle et des exercices vous permettent de vous familiariser aux interventions en public en toute circonstance.

Objectifs

- Prendre la parole avec confiance
- Développer son charisme
- Renforcer son impact
- Apprendre à convaincre

Contenu pédagogique

- Définir sa stratégie personnelle de communication
- Prendre le leadership en réunion publique
- Elaboration de messages faciles à mémoriser
- Travailler la reformulation
- Répondre aux questions agressives
- L'expression non verbale
- CAS PRATIQUES : jeux de rôle et exercices

module 2

Maîtrise des Interviews

media-training

Animé par **un consultant en communication ou par un journaliste**, ce module permet d'intégrer les techniques utilisées par les professionnels et ainsi d'éviter les pièges et erreurs commises par manque de pratique.

Durée

3 heures
par séance

Objectifs

- Maîtriser l'interview quel que soit le support de celle-ci
- Faire passer son message et ses idées en créant un impact
- Gérer les situations sensibles et apprendre à déjouer les pièges

Contenu pédagogique

Préparer ses interviews

- Préparer ses interventions autour d'un message essentiel
- Définir son « angle » d'intervention, le décliner et apprendre à maîtriser la reformulation

Délivrer le bon message

- Savoir répondre ou ne pas répondre aux questions
- Centrer le discours sur le message principal : recadrer l'échange
- S'appuyer sur les exemples choisis
- Ne pas se laisser interrompre
- Conclure en synthétisant le message central

Vidéo-training

Maîtriser ses interviews

- L'attitude durant l'interview (la voix, le ton, les gestes, le comportement...)
- Les erreurs à éviter
- La clarté des propos
- Gérer le stress, le trac, l'imprévu...
- Les pièges lors de l'interview

module 3

Durée

3 heures
par séance

Accompagnement Personnalisé d'Expression

Ce module est animé par **un consultant en communication**. Il s'agit d'un véritable coaching personnalisé. Il permet d'effectuer un travail très approfondi sur le fond, répondant à vos problématiques propres, et de travailler la forme sur tous ces aspects, accompagnant ainsi votre stratégie globale d'expression ou de communication.

Objectifs

- Déterminer vos axes d'amélioration
- Adapter votre démarche de prise de parole à votre situation réelle : préparation d'une assemblée générale, réunion importante, prise de parole devant un parterre de journalistes, participation à un débat contradictoire...
- Élaborer une stratégie de communication et un discours construit, grâce à des experts

Contenu pédagogique

- Améliorer le fond : structuration du discours, choix des mots, association d'éléments percutants, placement des silences
- Perfectionner la forme : comportement d'ensemble, définition de votre image, travail sur la voix, sur l'élocution, positionnement de votre regard, votre gestuelle, votre posture d'ensemble...
- Maîtriser sa posture : regards, gestuelle, tenue, scénarisation...

module 4

Mentorat en Communication de Crise

Ce module est animé par **un consultant en communication**. Il s'agit d'un véritable coaching personnalisé.

Il permet d'effectuer un travail très approfondi sur le fond, répondant à vos problématiques propres, et de travailler la forme sur tous ces aspects, accompagnant ainsi votre stratégie globale d'expression ou de communication.

Durée

3 heures
par séance

Objectifs

- Affronter une situation de crise ou sensible face aux médias
- Savoir analyser une situation sensible (étude de cas)

Contenu pédagogique

- Qu'est-ce qu'une situation sensible au sein d'une organisation, d'une entreprise ou d'une structure ?
- Comment intégrer l'approche face aux médias dans votre plan de communication de crise ?
- À quel moment bascule-t-on dans la crise ?
- Peut-on l'anticiper en termes de communication ?
- Comment les médias vont-ils se positionner face à une situation de crise ?
- Comment articuler son discours de crise pour être convaincant ?
- Éléments de langage
- À partir d'un cas concret et réel, il s'agira d'effectuer un travail d'analyse, de travailler sur un plan de communication de crise et de préparer des éléments de langage ou un discours à aborder face à la caméra.

module 5

Durée

3 heures
par séance

Accompagnement à l'utilisation de Facebook

Le coaching alterne des explications, des ateliers pratiques et des études de cas (ce qu'il faut faire / ce qu'il ne faut pas faire). Chaque séance individuelle et personnalisée dure 3h00. Il est possible, selon votre besoin, de prévoir plusieurs séances sur ce module.

Objectifs

- Apprendre à créer et à utiliser un compte Facebook dans le cadre d'un usage politique
- Savoir utiliser votre compte Facebook pour mettre en valeur vos actions publiques
- Savoir effectuer une veille et identifier les relations potentielles qui ont de la valeur
- Savoir gérer sa réputation numérique

Contenu pédagogique

- Qu'est-ce que Facebook ? Quel bénéfice pour une collectivité, un élu ?
- Quelle stratégie de communication adopter sur ce réseau social ? Choisir entre un profil, une page, un groupe, ...
- Comment administrer et gérer sa présence sur Facebook ?
- Comment animer son profil ? sa page ? un groupe ?
- Comment créer des événements ?
- Comment gérer sa réputation numérique sur Facebook ?
- Comment obtenir rapidement des fans sur sa page Facebook ?
- Comment développer un bon taux d'engagement des fans ?
- Comment intégrer Facebook sur son site internet ?
- Comment utiliser les paramètres de confidentialité ?
- Comment lire et analyser ses statistiques, son feedback ?

module 6

Accompagnement à l'utilisation de Twitter

Le coaching alterne des explications, des ateliers pratiques et des études de cas (ce qu'il faut faire / ce qu'il ne faut pas faire).

Chaque séance individuelle et personnalisée dure 3h00. Il est possible, selon votre besoin, de prévoir plusieurs séances sur ce module.

Durée

3 heures
par séance

Objectifs

- Comprendre le potentiel de Twitter
- Apprendre à créer et à utiliser un profil Twitter dans le cadre d'un usage politique
- Savoir utiliser votre fil Twitter pour mettre en valeur vos actions publiques
- Acquérir les principes clés fondamentaux pour optimiser son réseau sur Twitter.

Contenu pédagogique

- Qu'est-ce que Twitter ? Chiffres clés, positionnement de twitter par rapport aux autres médias sociaux, quel bénéfice pour une collectivité, un élu ?
- Quelle stratégie de communication adopter sur ce réseau social ?
- Ouvrir et/ou personnaliser un compte Twitter : maîtriser l'interface et ses fonctionnalités, le vocabulaire propre à Twitter
- Comment administrer et gérer sa présence sur Twitter ? Publier : texte, image, vidéo, gif, ...
- Les règles d'usage et de publication sur Twitter : créer un planning de publication, bien utiliser les hashtags, utiliser les sondages
- Mettre en place une opération de Live Tweet
- Faire une recherche avancée, utiliser les listes pour faire de la veille
- Repérer les influenceurs et savoir les aborder
- Comment intégrer Twitter sur son site internet ?
- Comment lire et analyser ses statistiques, son feedback ?

module 7

Durée

3 heures
par séance

Accompagnement à l'utilisation d'Instagram

Le coaching alterne des explications, des ateliers pratiques et des études de cas (ce qu'il faut faire / ce qu'il ne faut pas faire). Chaque séance individuelle et personnalisée dure 3h00. Il est possible, selon votre besoin, de prévoir plusieurs séances sur ce module.

Contenu pédagogique

Objectifs

- Repérer les atouts d'Instagram
- Apprendre à créer et à utiliser un profil Instagram dans le cadre d'un usage politique
- Produire des publications optimisées pour mettre en valeur vos actions publiques
- Construire une communauté
- Choisir les outils performants pour optimiser son profil

Créer et animer son compte Instagram de manière efficace

- Quels objectifs peut-on atteindre et pourquoi les utiliser dans sa stratégie sur le web ?
- Connaître les motivations des usagers dans l'utilisation d'Instagram
- Quels sont les usages de marque ?
- Création du profil et conversion en profil professionnel
- Optimiser son compte Instagram (photo de profil, biographie, , informations ...)
- Créer et publier du contenu pertinent
- Créer des storys

Travailler avec les utilisateurs

- Quels sont les usages des utilisateurs ?
- Se familiariser avec le vocabulaire et les Hashtags #
- Comment augmenter ses abonnés ? Les différentes techniques pour recruter ses abonnés
- Identifier et sélectionner les bons influenceurs; savoir comment les contacter
- Exemples de campagnes courantes

Mesurer les performances de ses actions sur Instagram

- Présentation des statistiques Instagram
- Analyser ses statistiques
- Tirer les enseignements des données démographiques

module 8

Accompagnement à l'élaboration d'une stratégie digitale

Le coaching alterne des explications, des ateliers pratiques et des études de cas (ce qu'il faut faire / ce qu'il ne faut pas faire).
Chaque séance individuelle et personnalisée dure 3h00. Il est possible, selon votre besoin, de prévoir plusieurs séances sur ce module.

Durée

3 heures
par séance

Objectifs

- Elaborer sa stratégie de communication digitale
- Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie globale de communication
- Acquérir les leviers pour réussir : posts, storys, annonces, événements, liens, ... et communication de crise sur les médias sociaux.

Contenu pédagogique

Élaborer sa propre stratégie de communication digitale

- Affirmer ses priorités pour bien construire sa stratégie
- Évaluer son e-réputation ou celle de sa collectivité
- Bâtir un plan de communication : quels médias et réseaux sociaux pour quels objectifs ?
- Choisir le ton de sa communication
- Comprendre les différents usages des médias sociaux
- Bien choisir les différents médias sociaux qui seront utilisés : Facebook ; Twitter ; Instagram ; Snapchat ; LinkedIn ; Viadeo ; YouTube...

Promouvoir ses événements ou ses actions sur les médias sociaux

- Augmenter la visibilité de votre événement ou de votre action grâce aux médias sociaux
- Créer un dispositif pour valoriser un événement, une action, une annonce
- Utiliser les événements pour produire du contenu

Mesurer les actions de communication digitale

- Connaître les différents vocabulaires des médias sociaux : like, portée, impressions, RT, followers, abonnés, ...
- Les outils de management des communautés - Social Media Management Systems

Repérer les influenceurs qui comptent et communiquer avec eux

- Comprendre le rôle des blogs et des influenceurs sur les médias sociaux
- Établir un programme de suivi et de connexion avec les influenceurs
- Comprendre l'importance des micro-influenceurs

Gérer la communication de crise des médias sociaux

- Appréhender les différentes typologies de crise sur Internet (bad buzz, fake news, ...)
- Comprendre la nécessité d'une bonne gestion des avis négatifs sur Internet

Tarifs et Références

Tarifs 2019 des Formations

session de groupe, en inter ou en intra

Tarifs nets
par journée / personne : 1 journée **= 6** heures

Chaque Session comprend :

- La Formation proprement dite
- La Remise de Supports de Formation
- L'Évaluation
- Le Service Après-Formation

Dirigeants Associatifs

875 €
par jour
par personne

Salariés & Formation professionnelle

975 €
par jour
par personne

Élus

- Mairies et EPCI de moins de 29 999 habitants

795 €
par jour
par personne

- Mairies et EPCI de plus de 30 000 habitants

945 €
par jour
par personne

- Conseils départementaux, Conseils régionaux et Conseils territoriaux

1135 €
par jour
par personne

- Parlementaires (assemblée nationale, sénat, parlement européen)

1365 €
par jour
par personne

Tarifs 2019 des Coachings

séance individuelle et personnalisée

Tarifs nets
par séance / par personne : **1** séance = **3** heures

	<i>en fonction du nombre de séances commandées</i>		
	<u>1 à 3 séance(s)</u>	<u>4 à 9 séances</u>	<u>10 séances et +</u>
module 1 Perfectionnement à la Communication Orale	940 €	860 €	780 €
module 2 Maîtrise des Interviews (Media - Training)	1545 €	1420 €	1310 €
module 3 Accompagnement Personnalisé d'Expression	1300 €	1195 €	1100 €
module 4 Mentorat en Communication de Crise	1300 €	1195 €	1100 €
module 5 Accompagnement à l'utilisation de Facebook	940 €	860 €	
module 6 Accompagnement à l'utilisation de Twitter	940 €	860 €	
module 7 Accompagnement à l'utilisation de Instagram	940 €	860 €	
module 8 Accompagnement à l'élaboration d'une Stratégie Digitale	940 €	860 €	

LIBRA

Plus les Hommes seront formés,
plus ils seront Libres

Des
références



Collectivité
Territoriale
de Guyane



Ville de Pont
Sainte-Maxence



Plougastel-Daoulas



INSTITUT DU
PATRIMOINE



Région
BRETAGNE



Val de Bièvre
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION



VILLE DE
VILLACOUBLAY
AU CŒUR DES INNOVATIONS



Ville de
Guilers



Ville de
Biscarrosse



les Sables
d'Olonne...



BOURGES



MARCQ-EN-BARŒUL



Cormeilles-en-Parisis
www.ville-cormeilles.fr



VILLE DE
Brest



Région
Hauts-de-France



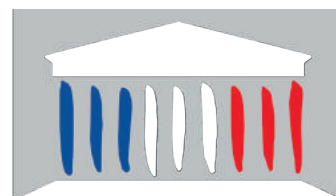
Ville de Goussainville



LA POSTE



hauts-de-seine
LE DÉPARTEMENT



ASSEMBLÉE
NATIONALE



Dille
Bleue
CONCARNEAU

Saint-Rémy

lès-Chevreuse



LE LAMENTIN

Ville fertile
MARTINIQUE



La Ferté-sous-Jouarre

RIVE DE GIER

VILLE DU KREMLIN BICÊTRE



PLAINE CENTRALE DU VAL-DE-MARNE
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION



Alfortville



GUYANCOURT



vitry-sur-seine



CHILLY-MAZARIN



VILLE DE COLMAR

Sucy en brie

Brest
MÉTROPOLE



VILLE DE GOUESNOU



Le Plessis-Robinson

l'esprit village

SAINT QUENTIN EN YVELINES

Terre d'innovations



la vienne
LE DÉPARTEMENT



AULNAY-SOUS-BOIS

BALARUC
LES BAINS

île de France

VILLE DE L'HY
LES ROSES

VAL de MARNE
Le département
émergence



AMIENS



Région Alsace



Montluçon
COMMUNAUTÉ

Montévrain
Tous acteurs de notre ville

émergence



UNLI
UNION NATIONALE
DES LOCATAIRES
INDÉPENDANTS



Ville de Créteil



Dijon



VILLE DE NANTES



Fontainebleau



Nogent-sur-Marne



Commune de Bouéni
Une fenêtre sur l'Océan

téléphone
+33 (9) 73 03 04 58

twitter
@librafrance

facebook
LibraFormation

mail
contact@LibraFrance.com

adresses

Bureau à Paris

28, avenue Charles de Gaulle
92200 Neuilly-sur-Seine

Siège et Bureau Outre-Mer

5 B, rue Victor Schoelcher
97320 Saint-Laurent-du-Maroni


LIBRA
Plus les Hommes seront formés,
plus ils seront Libres