

Management force de vente

| | |
|--|---|
| • Contexte de formation | 2 |
| • Objectifs de formation | 2 |
| • Programme de formation | 3 |
| • Méthodes pédagogiques et évaluatives | 5 |
| • Ingénierie de formation | 6 |
| • Organisation de la formation | 7 |
| • Validation des acquis | 8 |
| • Modalités d'inscription | 8 |
| • Prix de formation | 8 |
| • Conditions générales | 9 |

SOMMAIRE

Contact

Sylvie LEFEVRE
Tél. : 01 42 26 07 54
info@lca-performances.com

Dates des sessions

Nantes : 24-26 juillet 2017
Paris : 25-27 octobre 2017
Nantes : 18-20 décembre 2017

LCA Performances Ltd

37, rue d'Amsterdam
75008 - Paris
www.lca-performances.com

Management force de vente

Cette formation permet au manager de la force de vente d'identifier les nouvelles opportunités de croissance pour son entreprise. Avec les compétences acquises, lors de ce parcours de formation, il pourra décrypter les signaux de l'environnement économique de l'entreprise, construire la stratégie de développement commercial et la traduire en objectifs individuels de vente pour chaque collaborateur de l'équipe commerciale.

Clarifier ses missions de manager de la force de vente, mobiliser son équipe, impliquer chacun, soutenir, observer, évaluer ses commerciaux, générer la motivation individuelle et collective. Une telle orientation permet de mieux optimiser le potentiel de sa performance de manager ainsi que celui de leader capable d'entraîner son équipe, de la motiver et de la faire progresser dans la réalisation de ses objectifs.

Le public visé :

Cette formation s'adresse aux managers de la force de vente, dirigeants d'entreprise, directeurs commerciaux, directeurs de marketing, chefs de vente et à tous ceux qui cherchent à enrichir et structurer leur action commerciale, créer, adapter, perfectionner ou développer leurs compétences et faire évoluer leur expérience professionnelle. Ainsi, le manager commercial saura comment positionner sa stratégie de l'offre et réaliser les actions commerciales efficaces.

Le prérequis :

En tant que formation de perfectionnement pour ces fonctions, elle ne nécessite pas de prérequis spécifiques en matière de diplômes. Cependant, la possession d'une expérience professionnelle en management des équipes commerciales, fonctionnelles ou opérationnelles est demandée afin de tirer le meilleur profit de la formation. A l'issue de la phase préparatoire de la formation du stagiaire, le formateur intervenant effectue l'ajustement entre les objectifs de formation, le profil professionnel du stagiaire et son expertise initiale.

Objectifs de formation

Les bases classiques du management de la force de vente se devaient d'être revisitées. Il s'agit de prendre en compte les nouveaux enjeux du management commercial pour redéployer les nouvelles approches du développement des performances des équipes, adapté au contexte dans lequel s'inscrit l'entreprise d'aujourd'hui. Ces enjeux marquent le parcours de cette formation à travers les objectifs suivants :

- Positionner sa mission stratégique de manager de la force de vente et évaluer l'impact de son profil de leadership pour mieux optimiser ses compétences afin d'être perçu, en toute circonstance, comme un leader naturel.
- Insuffler l'esprit d'équipe pour obtenir plus d'efficacité pour mobiliser, motiver et animer sa force de vente et créer les conditions optimales du succès de chacun de ses commerciaux y compris en situation de crise.
- Savoir décrypter ce que l'on attend de vous : avoir une vision claire sur votre rôle dans l'organisation, vos missions et vos objectifs stratégiques et opérationnels.
- Accompagner sur le terrain pour faire progresser les résultats et développer les compétences de ses commerciaux pour qu'ils puissent exercer leur métier avec la confiance en soi, la résistance au stress et une réactivité optimale.
- Décliner la stratégie de développement en objectifs individuels et définir le processus clair et rigoureux de leur affectation à chaque collaborateur selon son profil de commercial.
- Affirmer son leadership de manager de la force de vente pour générer la performance et identifier les nouveaux leviers de performance pour déclencher l'enthousiasme, l'énergie, la performance, le plaisir de réussir de votre équipe.
- Construire un nouveau système des valeurs fondé sur des pratiques d'engagement, de responsabilité et d'excellence professionnelle au sein de l'équipe commerciale.
- Concevoir et déployer un mode de management de la force de vente qui permet d'agir avant les autres et de créer de nouveaux territoires de croissance à forte valeur ajoutée.

Au travers de ces objectifs, chaque participant va structurer sa réflexion et son action de façon positive. Il s'agit avant tout d'avoir un regard neuf sur le management commercial permettant à chacun d'enrichir et d'ouvrir son action vers de nouveaux espaces de développement pour être en phase avec les finalités stratégiques de son entreprise.

Management force de vente

Programme de formation

1. Positionner sa mission stratégique de manager de la force de vente

Lors de cette séquence de formation, le stagiaire construit un modèle de leadership qui donne la légitimité au manager de la force de vente au travers d'un ensemble d'actions fondées sur des valeurs et des missions clairement identifiables par les business partenaires, internes et externes de l'entreprise.

- Le positionnement en tant que manager et la clarification de ses missions en cohérence avec le référentiel métier.
- La découverte de ses potentialités de manager de la force de vente à l'aide d'un diagnostic socioprofessionnel.
- Le positionnement en tant que manager de la force de vente par rapport aux différents profils de commerciaux.
- L'analyse et l'exploitation des résultats des diagnostics au niveau de son management de la force de vente.
- Les méthodes pour décrypter les effets efficaces et inefficaces de son profil professionnel de manager.
- La mise en phase des résultats d'analyses avec le référentiel de performance optimisée du manager de la force de vente.
- Les comportements professionnels qui aident et motivent la force de vente à progresser.
- Le modèle de compétences comportementales à développer au niveau de la force de vente.

Ce travail de positionnement permet au stagiaire d'acquérir un ensemble de méthodes et pratiques de management de la force de vente, nécessaires pour réussir la mise en œuvre d'un projet de développement qu'il aura pour mission d'accomplir.

2. Insuffler l'esprit d'équipe pour obtenir plus d'efficacité

Cette séquence de formation est centrée sur la mobilisation des équipes pour faire émerger de nouveaux comportements professionnels qui impliquent chacun et génèrent la motivation individuelle et collective au sein de la force de vente.

- Comment donner du sens au métier de commercial et faire vivre le plaisir de la vente aux collaborateurs commerciaux ?
- Les clés pour comprendre le cadre de référence du profil socioprofessionnel de chacun de ses collaborateurs.
- L'appropriation des stratégies du management de la force de vente qui atteignent systématiquement leurs objectifs.
- Les méthodes d'identification des talents à fort potentiel commercial pour construire une équipe performante.
- Les méthodes pour générer la synergie et de la cohésion au sein des équipes commerciales.
- Les pratiques managériales pour inspirer confiance aux équipes dans leur capacité à surmonter les obstacles.
- Comment inculquer à ses commerciaux l'optimisme et la motivation, sans nier les pressions du quotidien ?

L'action pédagogique de la séquence s'appuie sur les travaux pratiques qui favorisent l'émergence des compétences mobilisatrices des acteurs de la force de vente ainsi que celles de leader capable d'entraîner son équipe, de la motiver et de la faire progresser.

3. Motiver pour obtenir l'engagement des vendeurs

Cette séquence de formation permet de créer les conditions de performance optimale pour chacun de ses commerciaux, d'affirmer son exemplarité par son implication auprès des collaborateurs et de construire une équipe de haute performance.

- Les principales causes de la démotivation individuelle et/ou collective des commerciaux.
- Les actes et les paroles du manager commercial qui produisent une motivation authentique et durable.
- Les méthodes de conduite des entretiens pour remotiver un commercial en situation difficile.
- La gestion des demandes d'évolution professionnel, des ambitions de carrière accessibles ou non accessibles.
- Comment manager les phases de démotivation des commerciaux en situation de crise ?
- Les modes de management personnalisés par profil socioprofessionnel du commercial.
- Les techniques pour apprendre à ses commerciaux à rebondir après un échec et qui ouvrent les nouvelles opportunités.

A l'issue de cette séquence de formation, le stagiaire acquiert un dispositif des méthodes opérationnelles pour motiver efficacement son équipe de collaborateurs commerciaux.

Management force de vente

4. Accompagner sur le terrain pour faire progresser les résultats

Lors de cette séquence de formation, focalisée sur les entraînements pratiques par des mises en situation de différentes méthodes d'accompagnement, allant de l'animation d'équipe au pilotage de l'activité jusqu'à l'intégration de la fonction de manager coach.

- Les pratiques du management commercial qui créent l'envie de la remise en cause et la volonté de progresser.
- L'optimisation des résultats : comment apporter les correctifs évolutifs aux écarts de compétences et/ou de résultats.
- Les critères de choix des indicateurs de la performance en cohérence avec le profil du collaborateur commercial.
- Les modalités de fixation des objectifs, de suivi des plans d'action et de management de la performance des commerciaux.
- L'appropriation des outils d'identification des compétences manquantes et de la formalisation des plans d'action de progrès.
- Le processus d'évaluation des résultats en corrélation entre les objectifs, les résultats, les compétences, les potentialités.
- Le mode opératoire de formalisation des contrats de progrès avec chaque commercial en écart de résultat ou de compétence.

Au cours de cette séquence, le stagiaire s'entraîne à l'application de nouveaux acquis et évalue sa capacité à faire progresser les résultats d'une équipe commerciale. Les méthodes pédagogiques déployées sont : inductive, démonstrative et mode projet.

5. Affirmer son leadership de manager commercial pour générer la performance

Lors de cette phase de formation, le stagiaire intègre les compétences comportementales du leadership, avec les modes opératoires qu'il pourra actionner à volonté pour optimiser sa propre performance de leader ainsi que celle de son équipe commerciale.

- Les éléments de la légitimité du leader : la stabilité émotionnelle, les compétences et la résistance au stress.
- Les cinq missions de leadership du management commercial pour mobiliser son équipe autour d'une vision commune.
- Les compétences comportementales qui permettent aux autres d'agir, encourager la coopération et renforcer les initiatives.
- La modélisation de sa propre charte de manager leader pour devenir un exemple à produire des succès.
- Les méthodes pour exprimer pleinement son potentiel, générer de la motivation et pour la transférer aux autres.
- Les principaux leviers pour mobiliser et engager son équipe commerciale dans la performance durable.
- Les actions de leadership qui font inspirer l'initiative pour donner confiance, responsabiliser, faire progresser les autres.

L'accomplissement professionnel du manager commercial ne peut s'opérer que par un leadership fondé sur des valeurs de respect, l'évolution professionnelle, la croissance professionnelle, la considération des collaborateurs composant son équipe commerciale.

6. Déployer son projet de progression

Chaque stagiaire est chargé de développer son propre projet, lui permettant de structurer son processus de professionnalisation et/ou de progression dans son métier de manager de la force de vente. Le stagiaire formalise son projet professionnel, avec l'aide du formateur qui l'accompagne dans sa démarche. Les travaux sont centrés sur :

- La définition des axes de projet par chaque stagiaire dans le cadre de ses missions de manager de la force de vente de base qui vont le conduire à la modélisation de son projet professionnel.
- La formalisation des plans d'action opérationnels pour déployer et réussir la réalisation de son projet professionnel et qui feront l'objet de suivi et d'évaluation post-formation.
- La validation de projet sur le plan de la maîtrise opératoire de sa mise en œuvre, par le stagiaire et apporter les correctifs sur la base des préconisations fournies par le formateur.
- La mise au point des modalités d'accompagnement des plans d'action de progrès post formation avec le formateur sous forme des sessions de télécoaching individualisé en ligne.

La présentation du projet est effectuée par le stagiaire et enregistrée sur le support numérique. Ensuite, elle est analysée et évaluée sur la base des critères de faisabilité et de performance. Le projet professionnel devient ainsi l'élément central du suivi et de l'évaluation opérationnelle post formation (à froid). Les pédagogies utilisées : mode projet associé avec la pédagogie inductive et démonstrative.

Management force de vente

Méthodes pédagogiques et évaluatives

1. Phase préparatoire de la formation au management de la force de vente

Le processus pédagogique est activé dès la phase préparatoire du stagiaire à la formation. Cette phase s'opère en ligne, de façon collaborative par le stagiaire et le formateur. Elle s'appuie sur les dossiers d'évaluation de profil socioprofessionnel du stagiaire, le diagnostic de ses capacités en management de la force de vente et l'analyse de son habilité à traduire son expertise ou son expérience professionnelle en métier de management de la force de vente. Cette procédure positionne le stagiaire comme acteur de sa propre formation en lui permettant :

- D'accéder aux contenus préparatoires, rassembler les ressources et préparer sa formation.
- De réaliser le diagnostic de ses potentialités en matière de la communication.
- De se mettre en phase avec les objectifs de formation et des contenus du programme.
- De traduire son expertise ou son expérience en management de la force de vente.
- De transmettre au formateur les grilles de dépouillement des diagnostics pour le traitement.

Les diagnostics, les grilles d'analyse et les questionnaires lui sont communiqués 15 jours avant le début de la formation afin de réaliser les travaux préparatoires dans des conditions optimales. L'analyse de ces travaux permet au formateur de synchroniser le profil socioprofessionnel du stagiaire par rapport aux objectifs de formation et de personnaliser le processus pédagogique. Dans le cas où le stagiaire évolue dans un environnement professionnel complexe, un entretien à distance est effectué.

2. Phase de formation présentielle et son évaluation

Le processus pédagogique est synchronisé avec son profil socioprofessionnel afin d'optimiser l'intégration des compétences nécessaires pour exercer le métier de manager de la force de vente. La phase de formation présentielle se traduit par le déploiement de pédagogies différencielles et l'évaluation des résultats des acquis à chaque séquence de la formation au travers des études de cas, présentation individuelle des travaux de synthèses, mises en situation professionnelle des stagiaires. Cette formation fait appel aux pédagogies telles que : inductive, démonstrative, interrogative et mode de projet. Ce dispositif pédagogique permet au stagiaire de :

- S'approprier de nouvelles compétences à l'aide d'une pédagogie différencielle de mises en situation réelle.
- Relier ses compétences avec les objectifs de formation dans une dynamique métier.
- Développer une approche de la formation personnalisée d'optimisation de ses ressources.
- Déployer son projet professionnel et formaliser ses plans d'action de progression.

La dernière séquence de la formation présentielle est spécialement réservée à la formalisation, par le stagiaire et avec l'aide du formateur, de son projet professionnel assorti de préconisations méthodologiques et d'un plan d'action de progrès individuel qui fera l'objet d'un suivi pédagogique et évaluatif en ligne après la formation.

Une évaluation globale, à chaud, de la session est réalisée à la fin de la formation à l'aide d'un questionnaire, qui prend en compte les acquis du stagiaire par rapport aux critères qui font référence aux objectifs et au contenu de la formation, à la qualité de l'animation, au degré d'implication des stagiaires, à l'organisation de la formation, aux bénéfices pour les stagiaires, aux actions de la mise en œuvre des acquis et à l'appréciation de la personne même du formateur.

Management force de vente

3. Phase de suivi et d'évaluation post-formation

Elle est activée après la formation et se focalise sur les projets professionnels et les plans d'action de progrès, développés par le stagiaire avant la fin de l'étape présentielle. Ces plans d'action se traduisent par la mise en application de nouveaux acquis dans le contexte professionnel du stagiaire. Le suivi des plans d'action de progression est à la fois pédagogique et évaluatif. Le processus s'effectue de façon collaborative par des sessions de télécoaching personnalisé sur demande du stagiaire et/ou de son manager.

Cette intervention respecte le rythme de l'avancement des actions faisant l'objet du projet professionnel du stagiaire ainsi que sur les résultats d'évaluation de la mise en application des acquis. Une évaluation, sur la base d'un questionnaire, couvrant les objectifs de formation est communiquée par le formateur au stagiaire, un dossier de synthèse est réalisé par le stagiaire et expédié au formateur 3 mois après la formation. Après l'analyse de ces travaux par le formateur, un rendez-vous est fixé et finalisé par une réunion de travail en ligne avec le stagiaire et qui lui restitue l'évaluation assortie de préconisations pour progresser.

Le bilan des performances professionnelles du stagiaire s'effectue 6 mois après la session de formation pour valider la démarche du suivi intermédiaire et vérifier que le stagiaire a bien intégré le dispositif méthodologique transféré dans sa pratique professionnelle. Cette session en ligne vise également à évaluer les résultats des expériences réussies sur le plan des méthodes utilisées, les postures adoptées, les objectifs de performance atteints.

Ingénierie de formation

La fourniture d'une documentation technique complète qui constitue le support de formation et de transfert des compétences au stagiaire, fait partie intégrante de cette prestation de formation. Il s'agit d'un support pédagogique de base qui permet au stagiaire de consulter les référentiels méthodologiques des objectifs de formation traités lors de différentes séquences de cette formation. Il constitue un dispositif de référence sur la formation et les missions à accomplir par le stagiaire.

L'ingénierie de formation dédiée au management commercial, mise à disposition du stagiaire, est validée sur la base des critères de performance intégrant la notion du retour sur investissement aussi bien pour les stagiaires que pour leur entreprise. Les supports pédagogiques ainsi constitués sont constamment mis à jour et validés par le [Comité de Veille](#) composé de consultants partenaires et des enseignants chercheurs.

- Ils contiennent tous les éléments techniques et méthodologiques abordés pendant la formation,
- Ils servent en tant que fil conducteur pédagogique tout au long de cette formation,
- Ils constituent des ressources méthodologiques pour appliquer les compétences acquises,
- Ils servent de référentiel et guide pour la mise en œuvre du projet professionnel.

C'est avec clarté et efficacité que ce dispositif méthodologique guidera le stagiaire dans l'acquisition de compétences en matière de management commercial. Cette formation peut être suivie, sur la demande du stagiaire, par un coaching de progression qui lui permet de trouver avec son formateur, des solutions spécifiques à ses attentes professionnelles complémentaires.

Voilà pourquoi la documentation technique qui est remise au stagiaire lors de cette formation contient environ 150 pages, accompagnée d'une fourniture d'outils méthodologiques sous forme de fichiers numériques ayant pour objectif de favoriser l'auto perfectionnement du stagiaire après la formation. Il s'agit des fondements méthodologiques, issus des recherches et des pratiques formalisées par LCA Performances Ltd et font l'objet du Dépôt Légal avec l'attribution du numéro d'enregistrement ISBN.

Management force de vente

Organisation de la formation

Compte tenu du caractère intensif de la formation nécessitant une concentration soutenue et une forte implication aux entraînements de mises en situation, les conditions matérielles et organisationnelles se doivent d'être à la hauteur de l'enjeu. Alors, pour maintenir la cohésion et la dynamique du groupe, LCA Performances Ltd offre aux stagiaires les repas du midi qui sont pris en commun avec le formateur ainsi qu'un choix de sites de formation retenus offrant un meilleur environnement possible afin d'assurer une meilleure performance des stagiaires. Les sites de formation sont équipés d'ascenseurs et toilettes à accès handicapé.

L'accueil des stagiaires

Nous suggérons aux participants de se présenter sur le lieu de formation 15 minutes en avance : ils seront accueillis par leur formateur [Yves JAUCYER](#), autour d'un petit déjeuner. A cette occasion, il leur transmet un dossier contenant le livret d'accueil, le programme détaillé de formation et fait émarger la feuille de présence.

Les horaires et la durée de la formation :

La durée est de 3 jours consécutifs / 7 heures par jour soit 21 heures. La formation se déroule de 9h00 à 12h30 et de 14h00 à 17h30. L'horaire du dernier jour de formation peut être aménagé en fonction des horaires des trains ou d'avions des stagiaires.

Le lieu de la formation :

La formation se déroule à Paris ou à Nantes. L'information concernant le lieu de son déroulement et les conditions d'accès au site de formation est communiquée aux participants dès leur inscription effective. Les réservations de chambres et leurs prises en charge sont assurées individuellement par chaque stagiaire ainsi que les frais de déplacement. Tout en respectant son budget, le stagiaire trouvera facilement un hôtel à proximité du lieu de la formation. Le nombre des stagiaires inscrit à cette formation est limité à 6 afin que chacun puisse bénéficier d'un suivi pédagogique personnalisé. Les formations sont maintenues quel que soit le nombre de participants inscrits.

De plus, le stagiaire peut à tout moment joindre [Sylvie LEFEVRE](#), notre responsable de formation pour connaître les modalités administratives relatives à son inscription, les différentes possibilités de financement de sa formation. LCA Performances Ltd gère tous les aspects logistiques de formation en temps réel et répond à toute demande d'information formulé par le stagiaire.

Management force de vente

Validation des acquis

L'évaluation des résultats des acquis s'effectue à chaque séquence de la formation présentielle au travers des études de cas, présentation individuelle des travaux de synthèses, mises en situation professionnelle du stagiaire. En fin de formation, une évaluation à chaud est effectuée et une attestation de présence ainsi qu'une attestation de fin de formation sont remises au stagiaire. Cette formation ne donne pas lieu à une évaluation formalisée ni académique des acquis de la formation devant un jury.

Modalités d'inscription

A réception de l'inscription effectuée en ligne ou par téléphone, nous vous adressons par email, une confirmation d'inscription avec le règlement intérieur à transmettre au participant. Par courrier ou email, selon votre choix, nous adressons une convention de formation en 2 exemplaires pour une entreprise ou un contrat de formation professionnelle, si c'est une inscription à titre personnel, ainsi qu'une convocation, une plaquette de présentation du lieu de la formation et les modalités d'accès, le programme de formation indiquant le lieu et la date de la session retenue. Si votre formation fait l'objet d'une demande de prise en charge par votre OPCA, merci de nous en informer au moment de votre inscription. N'hésitez pas à nous contacter pour toute demande d'information complémentaire. **Date limite d'inscription** : 5 jours ouvrés et dans la mesure où il reste des places.

Prix de la formation pour 1 stagiaire

| Eléments constitutifs du budget | Nombre heures | Montant global |
|---|---------------|----------------|
| Réalisation de la session de formation : 102,38 €/h | 21 | 2.150, 00 € |
| TOTAL NET | 21 | 2.150, 00 € |

Toutes nos actions de formation professionnelle sont exonérées de la TVA, par autorisation des services fiscaux.

Management force de vente

Conditions générales

Une convention de formation est établie par l'organisme de formation LCA Performances, enregistré auprès de la DIRECCTE d'Ile de France sous le numéro : N°11753415275. SIRET 43314097700037 NAF 7022Z. Toutes nos actions de formation professionnelle sont exonérées de TVA, par autorisation des services fiscaux. Après la formation, vous recevez une facture en 2 exemplaires, une attestation de fin de formation, une attestation de présence, une feuille de présence et une copie de l'évaluation pédagogique. Evaluation pédagogique à remplir le dernier jour de la formation par le stagiaire.

En cas d'empêchement pour un participant d'assister effectivement à la session à laquelle il est inscrit, l'entreprise peut lui substituer un autre collaborateur avec l'accord de l'organisme de formation. Sauf cas de force majeure, pour toute annulation faite moins de 14 jours avant le début de la formation, LCA Performances Ltd facturera les frais d'annulation correspondant à 100% du prix de la formation. En cas d'absence ou d'abandon d'un participant en cours de formation, celle-ci sera facturée en totalité. Dans ce cas, il ne peut pas y avoir de prise en charge par l'OPCA.

Dans le cas de force majeure, l'organisme de formation se réserve le droit d'annuler la formation, au plus tard une semaine avant la date prévue. Dans cette hypothèse, le montant des droits d'inscription sera intégralement remboursé. En cas d'interruption de la formation durant son déroulement, par l'organisme de formation, celui-ci s'engage à rembourser le client, au prorata des heures non effectuées. Ce versement ne peut faire l'objet d'une demande de remboursement auprès de l'OPCA. Le règlement de la formation doit être effectué à réception de la facture, sauf dans le cas où la formation est prise en charge directement par un OPCA ou financeur public.

L'organisme de formation déclare être assuré en responsabilité civile professionnelle auprès de la compagnie MAAF sous le numéro 175641915 C 001. L'organisme de formation limite sa responsabilité résultant de l'exécution ou de l'inexécution des obligations décrites au présent contrat, à un montant égal au plafond de la garantie définie par la police en vigueur à la date de la souscription du contrat. En conséquence, le Client renonce à l'exercice de tout recours contre l'organisme de formation et son assureur au-delà de la limite des sommes assurées et s'engage à y faire renoncer son assureur dans les mêmes conditions.

Ce programme de formation est la propriété de l'Institut de formation, LCA Performances Ltd, conformément à la législation française et internationale sur le droit d'auteur et la propriété intellectuelle, tous les droits de reproduction sont réservés. L'affichage du contenu sans comme référence LCA Performances Ltd, la modification de ce programme de formation sur un support électronique ou sur un support papier sont interdits, sauf autorisation écrite de la société LCA Performances Ltd. Tout contrevenant à cette protection fera l'objet de poursuites. Le site web www.lca-performances.com est archivé à la BNF et déposé à la Société Des Gens de Lettres (SGDL).

CONTACT

Sylvie LEFEVRE
Tél. : 01 42 26 07 54
info@lca-performances.com