canelle

agence conseil
développement
commercial

DATADOCKÉ

FORMATIONS CANELLE

Distribution / Agrofourniture / Production / Paysage

Canelle et la formation p.3

AGROFOURNITURE, PRODUCTION, PAYSAGE

Relation client - Fondamentaux de la vente p.4
Perfectionnement de la vente p.5
Renforcer sa prospection et maîtriser l'entretien de prospection p.6
Optimiser l'action commerciale par téléphone p.7
Formation-action : Vente par téléphone p.8
Optimiser la gestion commerciale de son secteur p.9
Elaborer le plan marketing annuel de l'entreprise p.10
Fondamentaux du management : Manager et animer son équipe p.11
Animation de réunion, techniques d'animation de groupe p.12
Préparer et conduire un entretien d'évaluation p.13

DISTRIBUTION JARDIN

Gérer des animations-ateliers en jardinerie p.17
Accueil et vente en jardinerie p.18
Perfectionnement aux techniques d'accueil et vente en jardinerie p.19
Valoriser les opérations d'animation et de promotion en magasin p.20
Dynamiser et théâtraliser son magasin : Rayon Végétal p.21
Dynamiser et théâtraliser son magasin : Rayon Cadeaux Décoration p.22
Gestion du rayon végétal p.23
Eco-Jardin, le Développement Durable au jardin p.24
Les fondamentaux du rayon basse-cour p.25
Les fondamentaux du rayon alimentaire p.26
S'initier au diagnostique parasitaire sur les végétaux p.27
Optimiser le rayon apiculture et développer ses ventes p.28
Les bases de la gestion d'un magasin :
optimiser la performance économique du rayon p.29
Attirer la génération Y vers l'univers du jardin p.30
Gérer les réclamations et les litiges p.31
Adapter son offre et ses services aux attentes des nouveaux consommateurs p.33
Fondamentaux du management : Manager en jardinerie p.34
Anticiper et gérer une situation de tension ou de conflit dans l'équipe p.35
Préparer et conduire un entretien d'évaluation p.36

Canelle et la politique qualité p.37
Mieux nous connaître p.38
Nos références p.39

CANELLE ET LA FORMATION

Canelle, organisme de formation enregistré sous le numéro 73 82 00441 82 auprès du Préfet de la région Midi-Pyrénées

Une palette de formations dans deux domaines majeurs pour l'entreprise

- **commercial – marketing – merchandising**
- **management des hommes**

NOS POINTS FORTS

- Expertise du secteur jardin – distribution, production, paysage
- Des formations participatives
- Une pédagogie opérationnelle et interactive, tournée vers les métiers
- Des contenus de formations personnalisés, adaptés à leur public
- Formations référencées auprès des OPCA du secteur, VIVEA, UNEP, OCAPIAT, OPCOMMERCE
- Organisme de formation DATADOCKÉ

NOS APPROCHES PÉDAGOGIQUES

3 approches complémentaires

- Formation présentielle : groupes de 8 à 10 apprenants, durant 1 à 2 jours, en intra-entreprise ou en inter-entreprises. Combinaison d'apports théoriques, jeux pédagogiques, trainings vidéoscopés et travaux personnalisés en sous-groupes
- Accompagnement personnalisé : travail individualisé avec l'apprenant
- Formations mixtes digitales : modules d'apprentissage multi canal (visuel et auditif), exercices pédagogiques interactifs. Des solutions de formations de qualité, souples, optimisées et valorisantes, qui s'intègrent dans des parcours de formations complets, alternés avec des séquences présentielles

COMMERCIAL VENTE	Relation client Fondamentaux de la vente
Public	Vendeur, responsable commercial, tout salarié en contact avec le client
Objectifs de formation	• Développer les techniques de vente adaptées aux spécificités du secteur • Construire l'argumentaire de vente orienté client • Mettre en œuvre un comportement de vente adapté, en maîtrisant les différentes étapes de l'entretien de vente
Prérequis	Débutant au contact du client, ou tout niveau d'expérience de la vente
Contenu pédagogique	Préparation du processus de réussite commerciale : matériellement, physiquement, psychologiquement Le langage corporel Les motivations d'achat du client Les différentes phases de l'entretien de vente : - la prise de contact, la découverte du client - la formulation de l'offre et la phase d'argumentation - les différents types d'objections et leurs traitements - la conclusion de la vente Mise en pratique via des jeux de rôles - entretiens clients analysés et débriefés Bilan et axes de progrès individuels
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges, jeux pédagogiques et mises en pratique opérationnelle Training vidéoscopés et analysés Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Caméscope, trépied vidéo, vidéoprojecteur, ordinateur portable, amplificateur audio
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

COMMERCIAL VENTE	Perfectionnement Fondamentaux de la vente
Public	Vendeur, responsable commercial tout salarié en contact avec le client
Objectifs de formation	Mettre en pratique et appliquer concrètement les techniques de vente
Prérequis	Tout niveau d'expérience de la vente
Contenu pédagogique	Rappel des techniques de vente et des différentes phases de l'entretien de vente Mise en pratique via des jeux de rôles vidéoscopés, répondant à différents scénarii concernant les produits et services des entreprises *(accueil, découverte client, formulation de l'offre, argumentation, réponses aux objections, conclusion)* Chaque participant joue plusieurs fois son rôle de vendeur Bilan et axes de progrès individuels
Méthodes pédagogiques	Formation participative Rappels pédagogiques rapides, training vidéoscopés et analysés des entretiens de vente Etablissement des objectifs de progrès
Durée	1 jour
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Caméscope, trépied vidéo, vidéoprojecteur, ordinateur portable, amplificateur audio
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

canelle
agence conseil développement commercial

COMMERCIAL VENTE	Renforcer sa prospection et maîtriser l'entretien de prospection
Public	Responsables commerciaux itinérants, technico-commerciaux
Objectifs de formation	• Comprendre les enjeux et construire sa démarche de prospection • Maîtriser les techniques d'entretien de prospection • Travailler son argumentaire orienté client
Prérequis	Débutant au contact du client, ou tout niveau d'expérience de la vente
Contenu pédagogique	Comprendre les enjeux : pourquoi prospecter ? Construire sa démarche de prospection : qui prospecter ? comment prospecter ? avec quels outils de prospection ? Maîtriser l'entretien de prospection : la prise de RV, les différentes phases de l'entretien de prospection Elaborer son argumentaire orienté prospect Mise en pratique via des jeux de rôles vidéoscopés Bilan et axes de progrès individuels
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges, jeux pédagogiques et mises en pratique opérationnelle Training vidéoscopés et analysés - entretiens de découverte du prospect et entretiens de vente Atelier pratique d'élaboration d'argumentaire personnalisé Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Caméscope, trépied vidéo, vidéoprojecteur, ordinateur portable, amplificateur audio
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

COMMERCIAL VENTE	Optimiser l'action commerciale par téléphone
Public	Responsables commerciaux, technico-commerciaux, itinérants et sédentaires
Objectifs de formation	Maîtriser les techniques de vente adaptées aux spécificités de la vente par téléphone
Prérequis	Débutant au contact du client, ou tout niveau d'expérience de la vente
Contenu pédagogique	L'enjeu du téléphone dans l'action commerciale Les spécificités de la communication téléphonique Préparer une communication téléphonique Gérer les appels entrants et sortants Construire une action commerciale au téléphone Transposition à la pratique professionnelle via jeux de rôles Bilan et axes de progrès individuels
Méthodes pédagogiques	Formation participative Alternance d'apports pédagogiques, échanges intra-groupe et exercices pédagogiques Jeux de rôles vidéoscopés et analysés avec le groupe, basés sur des exemples du secteur Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours, assortis d'un suivi optionnel de mise en application sous forme d'une formation-action
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Caméscope, trépied vidéo, vidéoprojecteur, ordinateur portable, amplificateur audio
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

canelle
agence conseil développement commercial

COMMERCIAL VENTE	Formation-action : Vente par téléphone
Public	Responsables commerciaux itinérants, technico-commerciaux
Objectifs de formation	• Rappeler les techniques de vente adaptées aux spécificités de la vente par téléphone • Transposer à la pratique professionnelle en mettant en œuvre concrètement une opération de vente par téléphone
Prérequis	Débutant au contact du client, ou tout niveau d'expérience de la vente
Contenu pédagogique	L'enjeu du téléphone dans l'action commerciale Les spécificités de la communication téléphonique Transposition opérationnelle : mise en oeuvre d'une opération concrète de vente par téléphone, réalisation d'appels téléphoniques individuels Bilan de l'action commerciale et axes de progrès
Méthodes pédagogiques	Accompagnement, suivi et débriefing d'entretiens téléphoniques en situation Support de formation complet remis aux participants
Durée	1 jour
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Caméscope, trépied vidéo, vidéoprojecteur, ordinateur portable, amplificateur audio
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

COMMERCIAL VENTE	Optimiser la gestion commerciale de son secteur
Public	Commerciaux itinérants Managers commerciaux
Objectifs de formation	• Progresser dans la gestion de son temps, l'organisation de ses tournées et la maîtrise des outils commerciaux • Comprendre l'intérêt du PAC (Plan d'Action Commercial) et l'élaborer
Prérequis	Tous niveaux d'expérience
Contenu pédagogique	Maîtriser son temps. Optimiser ses tournées. Analyser sa clientèle. Maîtriser ses moyens d'organisation Maîtriser les outils commerciaux. Le PAC (Plan Action Commercial) : enjeux pour l'entreprise et objectifs de la démarche Méthodologie d'élaboration du PAC : analyse de situation, données de marché, forces concurrentielles en présence, situation commerciale de l'entreprise, matrice de positionnement, détermination des objectifs, stratégie, plan d'action, évaluation budgétaire, outils de pilotage
Méthodes pédagogiques	Alternance d'apports pédagogiques, d'échanges intra-groupe et d'exercices pédagogiques Transposition vers la pratique professionnelle via exercice d'élaboration de plan d'action commercial Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Données commerciales, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

MARKETING — Elaborer le plan marketing annuel de l'entreprise

Public	Encadrement intermédiaire et supérieur
Objectifs de formation	● Prendre conscience de l'enjeu du plan marketing annuel de l'entreprise ● Apprendre à guider la réflexion marketing, à élaborer le plan et à conduire ses actions en s'y référant tout au long de l'année
Prérequis	Managers débutants à confirmés
Contenu pédagogique	Pourquoi un plan marketing ? les enjeux La méthodologie d'élaboration et les différentes étapes du plan marketing L'analyse de la situation La matrice de positionnement de l'entreprise La définition des objectifs annuels La réflexion stratégique L'élaboration du plan d'action : choix des cibles, actions à mettre en oeuvre, évaluation budgétaire le pilotage des actions et les outils de pilotage
Méthodes pédagogiques	Alternance d'apports pédagogiques, d'échanges intra-groupe et d'exercices pédagogiques Transposition vers la pratique professionnelle via étude de cas concret d'entreprise(s) et élaboration du plan marketing correspondant Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Données commerciales, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

MANAGEMENT — Fondamentaux du management : Manager et animer son équipe

Public	Encadrement intermédiaire et supérieur
Objectifs de formation	• Connaître les bases du management • Maîtriser les principales missions : motiver et dynamiser, déléguer, communiquer, former, évaluer
Prérequis	Tous niveaux d'expérience
Contenu pédagogique	Les enjeux du management Cerner les différentes missions du manager, décrypter les styles de management et aborder les principes de communication Renforcer son efficacité professionnelle au quotidien en développant la motivation de l'équipe, la communication, la formation, l'accompagnement et le contrôle
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges intra-groupe et exercices pédagogiques Analyse partagée de séquences vidéo Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Caméscope, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

canelle
agence conseil développement commercial

MANAGEMENT COMMUNICATION	Animation de réunion Techniques d'animation de groupe
Public	Encadrement intermédiaire et supérieur
Objectifs de formation	• Préparer, organiser et animer efficacement une réunion • Acquérir les méthodes pour animer une réunion efficace • S'affirmer comme animateur de réunion
Prérequis	Managers débutants à confirmés
Contenu pédagogique	Définition des objectifs d'une réunion : les différents types de réunions, les situations, les participants Préparer la réunion : contenu, format, logistique Le déroulement de la réunion : accueil, climat, supports Savoir-être : principes de communication, gestion des conflits en réunion, affirmer son leadership L'après réunion : formaliser les points clés, organiser la communication et le suivi
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges intra-groupe et exercices pédagogiques Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

MANAGEMENT

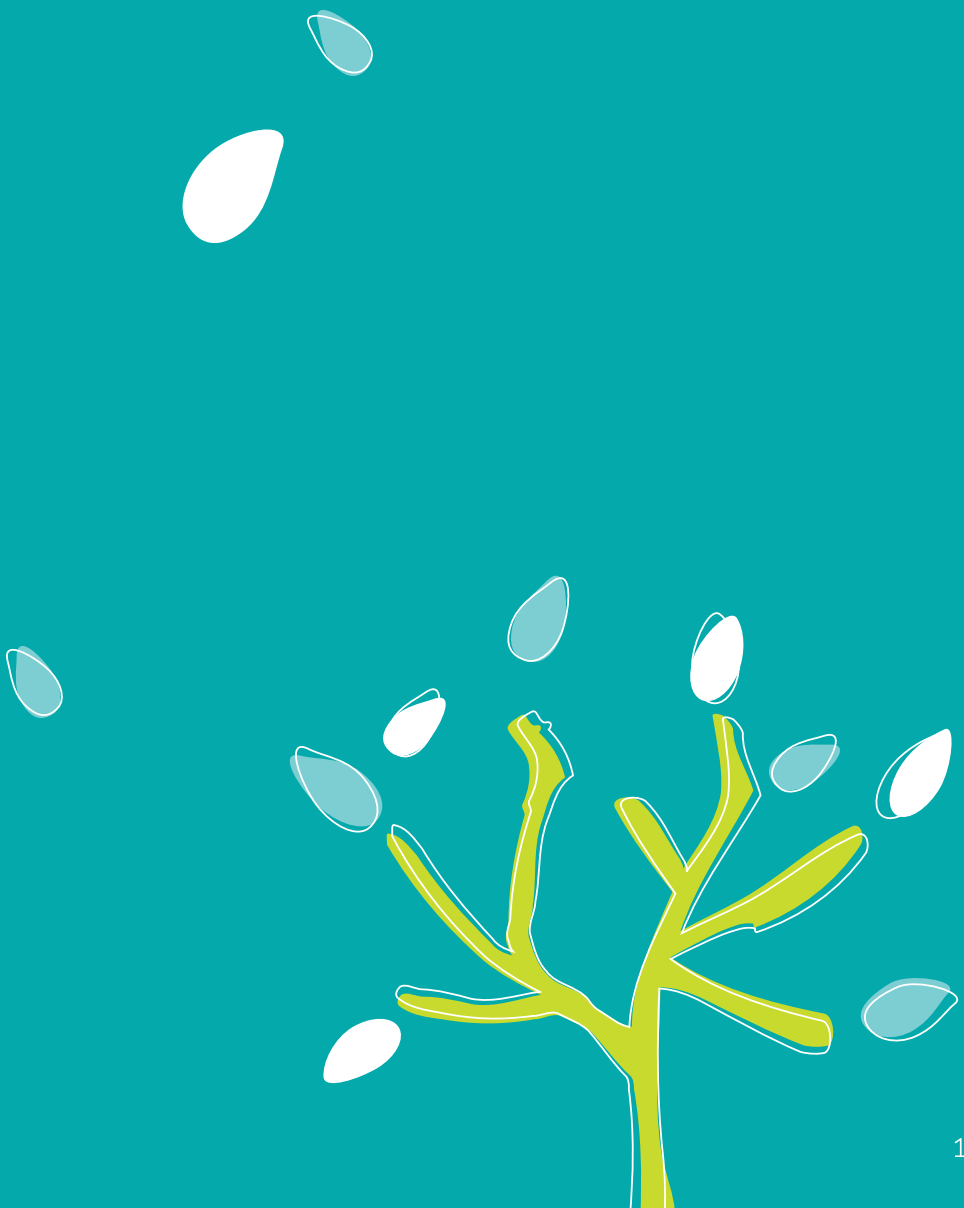
Préparer et conduire un entretien d'évaluation

Public	Encadrement intermédiaire et supérieur
Objectifs de formation	• Faire prendre conscience des missions du manager et apprendre à gérer positivement l'entretien d'évaluation
Prérequis	Tous niveaux d'expérience en management
Contenu pédagogique	Les fondamentaux du management : Qu'est-ce que manager ? Contrôler : pourquoi ? Evaluer : comment ? Les bases du dossier d'évaluation Comment mener l'entretien d'évaluation côté manager ? L'entretien d'évaluation côté salarié
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges intra-groupe et exercices pédagogiques Analyse partagée de séquences vidéo Support de formation complet remis aux participants
Durée	1 jour
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Caméscope, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

canelle
agence conseil développement commercial

Formations Métiers

DISTRIBUTION
JARDIN



NOUVEAU

COMMERCIAL MERCHANDISING

Gérer des animations-ateliers en jardinerie

Public	Vendeur, Chef de Rayon, Responsable Magasin
Objectifs de formation	• Créer une dynamique commerciale par la valorisation concrète, d'une « animation-atelier » thématique • Développer le trafic clients pour dynamiser le chiffre d'affaires • Apprendre à organiser et gérer concrètement les ateliers, de la conception au bilan
Prérequis	Tous niveaux d'expérience, impliqués dans la dynamisation du rayon
Contenu pédagogique	Cerner l'enjeu de la dynamique commerciale et les nouvelles attentes des consommateurs Apprendre à concevoir, préparer, mettre en place et animer une animation-atelier Planifier les animations sur une période, et les communiquer Elaborer le bilan client et personnel de l'atelier
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges, partage d'expérience et ateliers pratique en magasin. Mises en situation de vente au plus près de la pratique professionnelle. Support de formation complet remis aux participants.
Durée	2 jours - 14 heures
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographique défini au plus près des stagiaires, au sein ou à proximité d'un point de vente
Moyens techniques	Caméra, appareil photo, vidéo-projecteur
Validation de formation	Délivrance d'une attestation de fin de formation Signature de la feuille de présence par demi-journée.
Intervenant(s)	Stéphane Urban / Catherine Garnier

canelle
agence conseil développement commercial

COMMERCIAL VENTE	Accueil et vente en jardinerie
Public	Vendeur, chef de rayon, chef de secteur, hôte et hôtesse de caisse, tout salarié en contact avec le client
Objectifs de formation	• Mettre en œuvre un comportement de vente adapté au secteur du jardin pour renforcer la relation client • Développer l'accueil client et maîtriser les différentes étapes de l'entretien de vente
Prérequis	Débutant au contact du client ou tout niveau d'expérience de la vente
Contenu pédagogique	Découvrir la personnalité du vendeur et se préparer à la relation client Les grands principes de communication, communication verbale et non-verbale Comprendre et analyser les motivations d'achat du client Développer son savoir-faire concernant l'accueil, la prise de contact et la découverte du client Mettre en pratique via des jeux de rôles - entretiens clients - vidéos-copés et analysés Bilan et axes de progrès individuels
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges, jeux pédagogiques et mises en pratique opérationnelle Training vidéoscopés et analysés Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Caméscope, trépied vidéo, vidéoprojecteur, ordinateur portable, amplificateur audio
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable(s) du stage	Stéphane Urban / Philippe Brun

COMMERCIAL VENTE	Perfectionnement aux techniques d'accueil et vente en jardinerie
Public	Vendeur, responsable commercial, tout salarié impliqué dans la vente
Objectifs de formation	• Développer ses compétences d'accueil et de vente. Etre capable d'élargir la vente et maîtriser la vente additionnelle • Identifier les axes de progrès de chaque participant
Prérequis	Tous niveaux d'expérience de la vente
Contenu pédagogique	Rappel des techniques d'accueil et de vente Approfondissement sur la vente complémentaire Mise en pratique via des jeux de rôles vidéoscopés, répondant à différents scénarii concernant tous les rayons de la jardinerie Chaque entretien de vente est analysé avec le groupe et chaque participant joue plusieurs fois son rôle de vendeur Un bilan final permet à chacun d'identifier ses axes de progrès
Méthodes pédagogiques	Formation participative Rappels pédagogiques rapides, sketches d'entretiens de vente vidéoscopés et analysés Transposition vers la pratique professionnelle soutenue et intensive Analyse partagée des documents vidéos Etablissement des objectifs de progrès
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Caméscope, trépied vidéo, vidéoprojecteur, ordinateur portable, amplificateur audio
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable(s) du stage	Stéphane Urban / Philippe Brun

COMMERCIAL MERCHANDISING	Valoriser les opérations d'animation et de promotion en magasin
Public	Vendeur, chef de rayon, chef de secteur
Objectifs de formation	• Créer une dynamique commerciale par la valorisation concrète, dans le point de vente, des opérations promotionnelles et d'animation des ventes. • Optimiser le trafic clients pour réaliser des ventes complémentaires • Apprendre à gérer concrètement les actions
Prérequis	Tous niveaux d'expérience en magasin
Contenu pédagogique	Cerner l'enjeu de la dynamique promotionnelle et commerciale Optimiser la gestion d'une opération de promotion des ventes ou d'une action commerciale saisonnière Apprendre à bien préparer, établir un rétro-planning, mettre en place et théâtraliser un thème saisonnier, établir et analyser le bilan Identifier les produits trafic et les produits complémentaires, renforcer le cross-marketing S'entrainer à la mise en place opérationnelle (TG, ilot promotionnel, thématique saisonnière) Bilan et axes de progrès individuels
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges, jeux pédagogiques et mises en pratique opérationnelle Transposition vers la pratique professionnelle en magasin : mises en place concrètes des actions de théâtralisation ou de gestion d'une opération promo Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Appareils photos numériques, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

MERCHANDISING COMMERCIAL	Dynamiser et théâtraliser son magasin Rayon Végétal
Public	Vendeur, chef de rayon, chef de secteur
Objectifs de formation	• Appréhender les techniques merchandising en jardinerie, appliquées au rayon végétal • Valoriser les produits par une mise en scène attractive • Développer une dynamique par l'animation du rayon
Prérequis	Tous niveaux d'expérience, impliqués dans la dynamisation du rayon
Contenu pédagogique	Les enjeux du merchandising et de la théâtralisation Les attentes clients en matière de végétal, les tendances Le parcours client pour le végétal Décliner les principes de théâtralisation en serre chaude, serre froide et pépinière Dynamiser le rayon tout au long de l'année Transposer vers la pratique professionnelle par la réalisation concrète de théâtralisations dans les différents univers du végétal Bilan et axes de progrès individuels
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, d'échanges intra-groupe et d'exercices pédagogiques Ateliers pratiques de théâtralisations Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Appareils photos numériques, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

canelle
agence conseil développement commercial

MERCHANDISING COMMERCIAL	Dynamiser et théâtraliser son magasin Rayon Cadeaux Décoration
Public	Vendeur, chef de rayon, chef de secteur
Objectifs de formation	Apprendre à mettre en valeur et dynamiser le rayon cadeaux et décoration, par la mise en œuvre de techniques efficaces et évolutives de présentation des produits
Prérequis	Tous niveaux d'expérience, impliqués dans la dynamisation du rayon
Contenu pédagogique	Les enjeux de la théâtralisation de la boutique cadeaux et décoration Savoir s'organiser pour être plus efficace Apprendre à maîtriser les couleurs, les formes, les espaces selon la saisonnalité et la superficie à travailler Savoir analyser le parcours client au sein de la boutique Transposer vers la pratique professionnelle par l'agencement concret de propositions marchandes thématiques Bilan et axes de progrès individuels
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges, jeux pédagogiques et mises en pratique opérationnelle Training vidéoscopés et analysés Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Appareils photos numériques, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable(s) du stage	Stéphane Urban / Brice Marsault

GESTION TECHNIQUE	Gestion du rayon végétal
Public	Vendeurs et chefs de rayon
Objectifs de formation	● Appréhender la gestion du rayon végétal ● Maîtriser les produits ● Impliquer les chefs de rayon et vendeurs dans la dynamique commerciale du rayon ● Transposer dans la pratique professionnelle au travers de réalisations concrètes
Prérequis	Tous niveaux d'expérience
Contenu pédagogique	Mieux connaître les marchés des végétaux et les attentes clients La fonction du chef de rayon Bien connaître les produits 20/80 Maitriser la saisonnalité Optimiser le merchandising du rayon Concevoir et réaliser concrètement des présentations en magasin
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, d'échanges intra-groupe et d'exercices pédagogiques Ateliers pratiques de mises en situations Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Appareils photos numériques, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

canelle
agence conseil développement commercial

TECHNIQUE COMMERCIAL	Eco-Jardin, le Développement Durable au jardin
Public	Vendeur, chef de rayon, chef de secteur en charge du rayon «Produits de soin» des plantes
Objectifs de formation	● Connaître les fondements du développement durable au jardin ● Connaître pour mieux les vendre, les solutions alternatives et optimiser le conseil client dans le nouveau cadre réglementaire
Prérequis	Tous niveaux d'expérience, impliqués dans la dynamisation du rayon
Contenu pédagogique	Cerner les enjeux et comprendre les évolutions réglementaires depuis 2019 Maîtriser les fondamentaux des méthodes culturales et environnementales Appréhender les méthodes de lutte physiques, biologiques et biotechnologiques Maîtriser les solutions commercialisées et bien conseiller ses clients S'entrainer à identifier le besoin du client et argumenter les solutions préconisées
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, d'échanges intra-groupe et d'exercices pédagogiques Transposition dans la pratique professionnelle via mises en situations sur la base de documents photos Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Caméscope, trépied vidéo, vidéoprojecteur, ordinateur portable, amplificateur audio
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable(s) du stage	Jean-Pierre Mille / Stéphane Urban

NOUVEAU

GESTION TECHNIQUE

Les fondamentaux du rayon basse-cour

Public	Vendeur, Chef de Rayon, Responsable Magasin
Objectifs de formation	• Maitriser le cadre commercial, sanitaire, légal et économique pour la vente d'animaux de basse-cour • Maitriser le rayon inerte : aliment, habitat, accessoires. • Appliquer son expertise dans la gestion du rayon, et en étant capable de répondre aux questions des clients
Prérequis	Etre impliqué dans l'activité du rayon et au contact du client
Contenu pédagogique	Avoir une vue globale du marché de la basse-cour Connaître le cadre légal entourant la vente de vivant Reconnaître les espèces les plus vendues : poules pondeuses essentiellement, et apercu des autres ventes possibles Maitriser l'alimentation, l'hygiène, les maladies, les soins et le bien-être en magasin et chez le client Connaître les 20/80 du rayon : alimentation, accessoires, produits d'hygiène Maitriser la gestion du rayon : saisonnalité, stockage, prix de vente, concurrence, marges, démarque Répondre aux principales problématiques des clients Proposer des animations autour du rayon basse-cour
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges, partage d'expérience et atelier pratique en magasin Support complet de formation remis aux participants
Durée	2 jours - 14 heures
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographique défini au plus près des stagiaires, au sein ou à proximité d'un point de vente disposant d'un espace de vente volailles
Moyens techniques	Caméra, appareil photo, vidéo-projecteur
Validation de formation	Signature de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session
Intervenant(s)	Stéphane Urban / Agnès Guillaumin

canelle
agence conseil développement commercial

NOUVEAU

COMMERCIAL MERCHANDISING

Les fondamentaux du rayon alimentaire

Public	Vendeur, Chef de Rayon, Responsable Magasin
Objectifs de formation	• Etre capable de remplir un rayon en respectant les règles d'implantation, les consignes d'hygiène et de sécurité • Identifier les différentes sources de la démarque
Prérequis	Aucun hormis 1ère expérience en tant que vendeur ou chef de rayon en contact avec le client
Contenu pédagogique	Maitriser les bases du fonctionnement du rayon alimentaire : - le merchandising et le balisage - les règles d'hygiène en alimentaire, la règlementation, - la gestion du quotidien et l'organisation du travail - la démarque et son origine, les solutions, plan anti-démarque
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges, partage d'expériences et atelier pratique Support complet de formation remis aux participants.
Durée	2 jours - 14 heures
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographique défini au plus près des stagiaires, au sein ou à proximité d'un point de vente disposant d'un rayon alimentaire.
Moyens techniques	Caméra, appareil photo, vidéo-projecteur
Validation de formation	Signature de la feuille de présence par demi-journée. QCM Evaluation à chaud en fin de formation puis à froid 2 mois minimum après la fin de formation.
Intervenant(s)	Stéphane Urban / Nicolas Gremaux

GESTION COMMERCIAL	S'initier au diagnostic parasitaire sur les végétaux
Public	Vendeurs en jardineries – LISA – GSB, chefs de rayon, chefs de secteur
Objectifs de formation	Découvrir et comprendre la démarche de réalisation d'un diagnostic, afin d'en affiner la précision et faciliter la prophylaxie.
Prérequis	Connaissance des végétaux et de leur environnement, aptitudes à l'observation, motivation pour la parasitologie.
Contenu pédagogique	Comprendre les objectifs de la protection des plantes dans le contexte des relations hôtes- parasites (biotope). Faire une étude systématique des différentes origines des troubles rencontrés et des différentes prophylaxies utilisables. Cas particulier de la végétation spontanée non désirée et des espèces invasives et envahissantes. Comprendre l'architecture de la réalisation du diagnostic afin d'éviter les erreurs et les confusions. Confirmer son propre diagnostic et le confronter à d'autres avis. Exemple de situations et de confusions possibles.
Méthodes pédagogiques	Présentation en vidéo projection, étude de cas, diagnostics sur photographies, sur échantillons et sur le terrain (si cela est possible)
Durée	1 jour
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Salle de réunion avec possibilité de projection, paper-board, accès à internet (si possible)
Moyens techniques	Vidéo projection, bases de données.
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Secteurs	Jardins - Espaces Verts
Responsable (s) du stage	Jean-Pierre Mille / Stéphane Urban

canelle
agence conseil développement commercial

MARKETING COMMERCIAL	Optimiser le rayon apiculture et développer ses ventes
Public	Vendeurs de matériel d'apiculture en LISA, jardineries, commerces spécialisés
Objectifs de formation	Faire découvrir les principes de base de l'apiculture afin d'optimiser le rayon apicole des surfaces de vente. Développer les ventes du rayon apiculture.
Prérequis	Bonne connaissance de la vente en jardinerie, capacités relationnelles, motivation pour l'apiculture.
Contenu pédagogique	Comprendre l'apiculture, pourquoi et comment ? L'état de l'apiculture en France, la demande de produits. Maîtriser les cycles et phénomènes biologiques liés à la ruche, à la vie d'une colonie et les problèmes potentiellement rencontrés. Répondre aux attentes de l'apiculteur : comprendre les besoins de la colonie d'abeilles pour comprendre les besoins de l'apiculteur. Proposer matériels et services à l'apiculteur et adapter son rayon apiculture pour le rendre plus efficace.
Méthodes pédagogiques	Séquences d'apports pédagogiques, d'échanges intra-groupe, questions – réponses. Session animée par un apiculteur.
Durée	1 jour
Modalités organisationnelles et logistiques	Salle de réunion avec possibilité de projection
Moyens techniques	Vidéo-projection - animation par un apiculteur
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Secteurs	Jardin - loisirs – élevage
Responsable(s) du stage	Jean Pierre Mille / Stéphane Urban

GESTION COMMERCIAL	Les bases de la gestion d'un magasin Optimiser la performance économique du rayon
Public	Vendeur, chef de rayon, chef de secteur impliqué dans la gestion de la performance économique du rayon
Objectifs de formation	• Maîtriser les fondamentaux de la gestion économique du rayon • Savoir analyser la performance et établir un plan de mesures correctrices • Mettre en œuvre les bonnes pratiques de gestion des stocks
Prérequis	Tous niveaux d'expérience
Contenu pédagogique	Prendre conscience des enjeux de la performance du rayon dans l'activité globale du magasin Comprendre et analyser les indicateurs de performance (CA, marge, 20/80, rotations, stocks) S'entrainer au travail des données chiffrées. Acquérir des réflexes de pilotage, définir les mesures correctrices et les mettre en place en réorganisant concrètement un rayon
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, d'échanges intra-groupe et d'exercices pédagogiques Transposition dans la pratique professionnelle via échanges et exercices basés sur des données réelles de jardineries Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Appareils photos numériques, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable (s) du stage	Stéphane Urban

canelle
agence conseil développement commercial

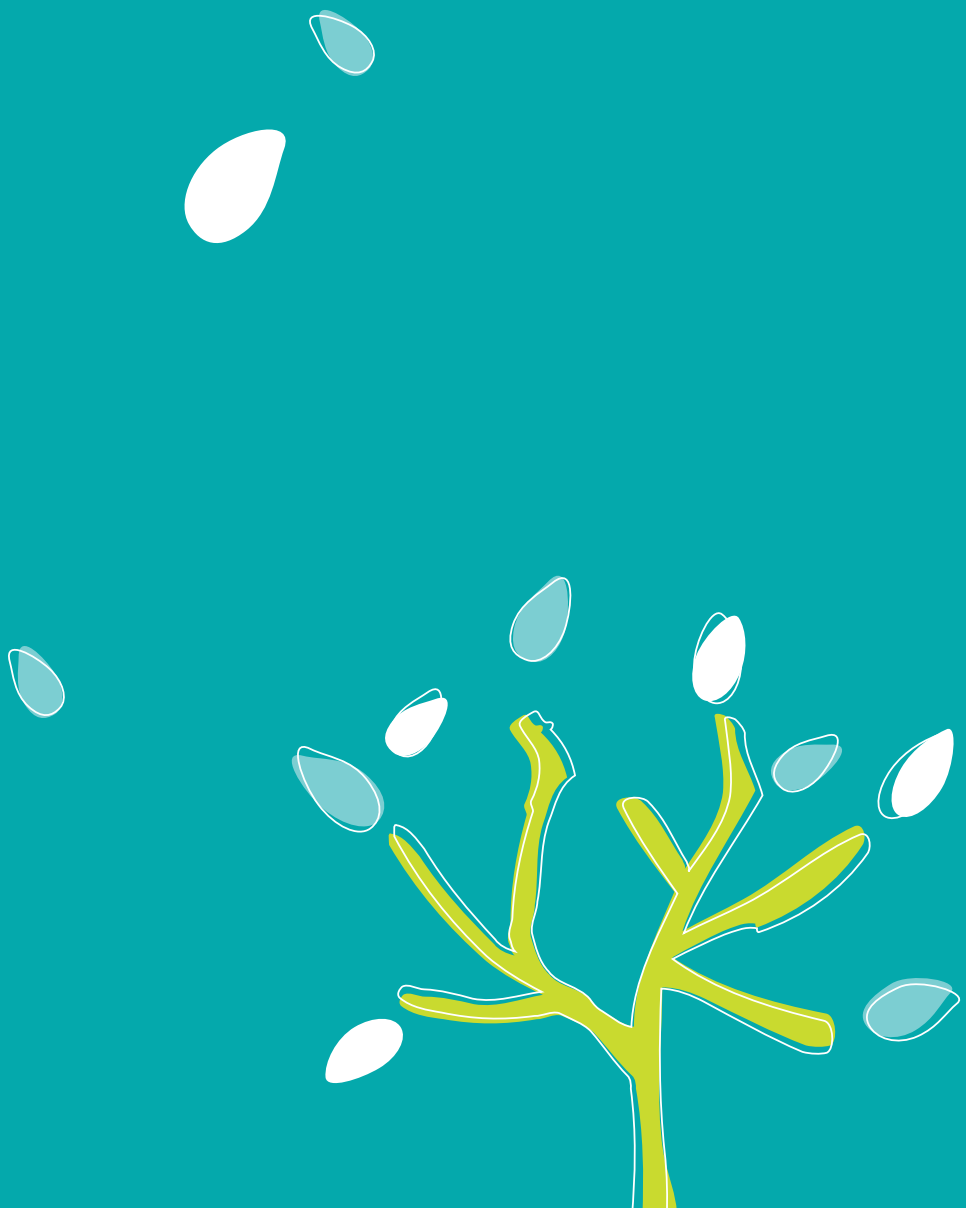
MARKETING COMMERCIAL	Attirer la génération Y vers l'univers du jardin
Public	Chef de rayon, chef de secteur, manager
Objectifs de formation	Découvrir les attentes et les modes de fonctionnement de la génération Y pour mieux la séduire et l'attirer vers l'univers du jardin
Prérequis	Tous niveaux d'expérience
Contenu pédagogique	Définir la génération Y, cerner ses attentes, sa conception du monde, son rapport à la nature Comprendre comment y répondre, rendre le point de vente attractif pour les jeunes Elaborer son plan d'action personnel pour adapter son propre rayon /magasin
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, d'échanges intra-groupe et d'exercices pédagogiques Transposition dans la pratique professionnelle via échanges et exercices Support de formation complet remis aux participants
Durée	1 jour
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Appareils photos numériques, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable(s) du stage	Stéphane Urban

MANAGEMENT	Gérer les réclamations et les litiges
Public	Vendeurs GSA-GSB, LISA, coopératives agricoles, négoces, services clients, service après-vente
Objectifs de formation	Savoir distinguer une simple demande d'une réclamation ou d'un litige, afin d'en assurer la gestion en préservant la relation avec le demandeur. Dissocier l'aspect commercial de la gestion du désordre.
Prérequis	Connaissances de la relation client et niveau de communication orale et écrite soutenu.
Contenu pédagogique	Comprendre la différence entre une simple demande, une réclamation et un litige ainsi que l'état d'esprit de l'interlocuteur. Comprendre les enjeux d'une bonne gestion des attentes des clients et de la conversion d'une réclamation en motif de satisfaction. Préciser la genèse des réclamations et les différents cheminements susceptibles de les transformer en litiges. Observer le trépied « technique – juridique - communication » Découvrir et comprendre les différentes procédures et étudier les méthodologies de traitement de la réclamation, afin de la résoudre en préservant les intérêts commerciaux. Appliquer les mesures correctives afin d'éviter l'apparition de nouvelles réclamations. Savoir gérer la procédure afin de trouver un terrain d'entente. Savoir comment agir quand la conciliation n'est pas possible.
Méthodes pédagogiques	Vidéo-projection avec études de cas et exercices pratiques. Echanges d'expériences.
Durée	1 jour
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Salle de réunion avec possibilité de projection, paper-board, accès à internet (si possible)
Moyens techniques	Vidéo-projection, bases de données.
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Secteurs	Jardins - Espaces Verts
Responsable (s) du stage	Jean-Pierre Mille / Stéphane Urban

canelle
agence conseil développement commercial

Formations Ressources Humaines

DISTRIBUTION
JARDIN



MARKETING COMMERCIAL	Adapter son offre et ses services aux attentes des nouveaux consommateurs
Public	Chef de rayon, chef de secteur, manager
Objectifs de formation	Etre en mesure d'adapter l'offre globale en jardinerie (produits et services) en réponse aux attentes du "nouveau consommateur jardin"
Prérequis	Tous niveaux d'expérience
Contenu pédagogique	Comprendre les évolutions sociétales et des modes de consommation. Cerner les attentes du nouveau consommateur jardin Etudier les adaptations nécessaires de l'offre globale en jardinerie, en termes de produits et services, pour répondre aux tendances et aux nouvelles pratiques de jardinage extérieur et intérieur, urbain ou rural
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, d'échanges intra-groupe et d'exercices pédagogiques Transposition dans la pratique professionnelle via échanges et exercices en groupes Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Appareils photos numériques, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

canelle
agence conseil développement commercial

MANAGEMENT	Fondamentaux du management : Manager en jardinerie
Public	Encadrement intermédiaire et supérieur
Objectifs de formation	● Connaître les bases du management ● Maîtriser les principales missions : motiver et dynamiser, déléguer, communiquer, former, évaluer, gérer la réalité saisonnière
Prérequis	Tous niveaux d'expérience
Contenu pédagogique	Les enjeux du management Cerner les différentes missions du manager, décrypter les styles de management et aborder les principes de communication Renforcer son efficacité professionnelle au quotidien en développant la motivation de l'équipe, la communication, la formation, l'accompagnement et le contrôle Intégrer le management de la saisonnalité et des saisonniers
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges intra-groupe et exercices pédagogiques Analyse partagée de séquences vidéo Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Caméscope, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

MANAGEMENT	Anticiper et gérer une situation de tension ou de conflit dans l'équipe
Public	Encadrement intermédiaire et supérieur
Objectifs de formation	• Savoir identifier et gérer les situations de tension ou de conflit au sein de l'équipe
Prérequis	Tous niveaux d'expérience
Contenu pédagogique	Les bases de la communication Les types de conflits, aspects destructifs, aspects constructifs Les étapes de l'escalade Attitudes, divergences, tensions, blocages Comprendre ses erreurs, techniques de recadrage, métaphore, négociation Auto-évaluation et plan d'action personnel
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges intra-groupe et exercices pédagogiques Analyse partagée de séquences vidéo Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires, au sein ou très proche d'un magasin
Moyens techniques	Caméscope, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

canelle
agence conseil développement commercial

MANAGEMENT
COMMUNICATION

Préparer et conduire un entretien d'évaluation

Public	Encadrement intermédiaire et supérieur
Objectifs de formation	Faire prendre conscience des missions du manager et apprendre à gérer positivement l'entretien d'évaluation
Prérequis	Tous niveaux d'expérience
Contenu pédagogique	Les fondamentaux du management : Qu'est-ce que manager ? Contrôler : pourquoi ? Evaluer : comment ? Les bases du dossier d'évaluation Comment mener l'entretien d'évaluation côté manager ? L'entretien d'évaluation côté salariéers
Méthodes pédagogiques	Formation participative Séquences d'apports pédagogiques, échanges intra-groupe et exercices pédagogiques Analyse partagée de séquences vidéo Support de formation complet remis aux participants
Durée	1 jour
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Caméscope, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban

CANELLE ET LA POLITIQUE QUALITÉ

Formations assurées dans le respect des conditions sanitaires imposées dans le cadre de la lutte contre la covid-19

Canelle, organisme de formation n° 73 82 00441 82, s'attache à répondre aux exigences du Décret Qualité autour de 6 axes majeurs, par :

- Une **étude appropriée des besoins de ses clients** en formation
  - Toute nouvelle action de formation intègre une analyse préalable des besoins des apprenants ciblés, une veille permanente des évolutions des marchés, des échanges approfondis avec les responsables de formation des structures clientes
- Le **recrutement** de ses clients en formation et leur **mobilisation**
  - Diffusion des offres de formations par brochure papier et web, site Internet, e-mailings ciblés, suivi régulier des contacts responsables de formation, participation aux réunions sectorielles
  - Confirmation systématique des inscriptions des stagiaires et information en cas d'annulation
- La mise en œuvre d'une **pédagogie active**
  - Un responsable de stage identifié pour chaque formation
  - Des formateurs pédagogues et intervenants experts compétents
  - Des approches pédagogiques adaptées à des adultes en situation professionnelle
  - Des supports pédagogiques actualisés
  - Une gestion attentive des fiches d'émargement
- La pratique d'**évaluation des formations**
  - Enquêtes de satisfaction systématiques, analysées et enregistrées
  - Evaluation des acquis de la formation au travers de l'expression des stagiaires
  - Attestations de formation remises aux stagiaires
  - Suivi des réclamations éventuelles et analyse des éventuels dysfonctionnements
- La **maîtrise de la sous-traitance**
  - Contractualisation et enregistrement des réalisations
- L'engagement vis-à-vis du **respect des procédures** des financeurs

MIEUX NOUS CONNAÎTRE

Canelle, l'expertise des secteurs du vivant

Depuis 2007, Canelle dispense ses formations auprès

- **de la distribution jardin (enseignes, indépendants, fleuristes, généralistes)**
- **des entreprises de production spécialisées ou agricoles**
- **des entreprises de l'agrofourniture**
- **des entreprises du paysage**

Stéphane Urban

Formation technique et commerciale, en horticulture, vins et spiritueux.
Expérience sénior en **direction commerciale, gestion commerciale, marketing, sourcing international** - secteur jardin, animalerie, et agrofournitures - ainsi qu'en formation.
Expert marketing et prospective, membre d'Hortea, réseau de veille et de prospective horticole, membre AJJH, Agence RP.

Nos formateurs partenaires

Agnès Guillaumin : Experte jardin-animalerie, journaliste, rédactrice en chef, auteure de livres sur le jardinage
Philippe Brun : Formateur senior, expert en commerce / distribution jardin et techniques horticoles
Brice Marsault : Formateur senior, expert en merchandising distribution / secteur décoration
Jean-Pierre Mille : Formateur senior, expert secteurs agricole et jardin, en environnement, développement durable et protection des plantes
Nicolas Gremaux : Formateur senior, expert en gestion commerciale et management distribution alimentaire

Quelques-unes de nos références :
Action Pin, AFSA, Alcal, Altitude, Aquiflor, Arcat' Plants, Armor Protéines, Armor Végétal, ASFIS, Bellota – Corona, BHR, Ets Bernard, Bianchini International, Bioplants, Caproga , CBA, Cecab, Cheminova, Chambre agriculture 81, Coop de Broons, Groupe Dauphinoise, Desmartis, EMC2 Emeraude Plants, Euralis, Euréa, Excellence Végétale, Fitt, Fleuron d'Anjou, FNMJ, Forestière Pierre Nicolas, Gamm vert, GIE Interrappro, GNIS, Haberschill, Horticash, HortiSologne, Inoplant, Intermarché, Jardiland, Jardinerie Lombard, Kerisnel les Pépinières, Klasmann-Deilmann France, Lafage, Limagrain, Lisadis, Masso Garden France, Meilland Richardier, Nalod's, Nature et Plein Air, NORIAP, NOVADI, Oxadis, Pépinières ABJP, Pépinières Jarrige, Pépinières Martaillac, PRGD, Groupe Prieux, Romberg GmbH, Semences LG, Serres du Vivier Guyon, Sud Culture, Système U, Triskalia, Truffaut, UCAL, UNEP, UNEP Services, UNICOR, Végétal 85, Vegam, Vivaplante, …

Canelle : membre du réseau HORTEA, groupe de veille et de prospective horticole

HORTEA
www.hortea.fr

Canelle : adhérent à SNHF
(Société Nationale d'Horticulture de France)

SNHF

canelle
agence conseil développement commercial

Agence CANELLE
1627 route de Laborie
47510 FOULAYRONNES
Contact : surban@canelle.fr
tel : 07 69 86 51 28

SAS au capital de 7500 euros
RCS AGEN 491 522 579
SIRET 491 522 579 00037
N°TVA Intracommunautaire
FR36491522579