

---

**COMMUNIQUER PEU POUR COMMUNIQUER MIEUX:  
CRÉER DU CONTENU EFFICACE**

---

# PRÉSENTATION GÉNÉRALE

- SAMIR BRANDO

- 30 ANS

- EX CONCEPTEUR RÉDACTEUR

PUBLICIS, BETC, GROUPE HAVAS...

- FREELANCE

- CO-FONDATEUR ET DIRECTEUR DE CRÉATION  
AGENCE BADABING



B A D A B I N G  
Agence de Communication

# AVANT-PROPOS

- . Présentation simplifiée d'un sujet complexe
- . Qui est une véritable profession
- . Mise en avant d'une méthodologie
- . Les connaissances de base sur le sujet
- . Un guide des bonnes pratiques et outils à adopter

# SOMMAIRE

1. Qu'est ce que le contenu?
2. La stratégie de contenu
3. Création de contenu: les éléments clés
4. Exemples
5. Questions
6. Bye Bye

1. Qu'est ce que le contenu?

# 1. QU'EST CE QUE LE CONTENU?

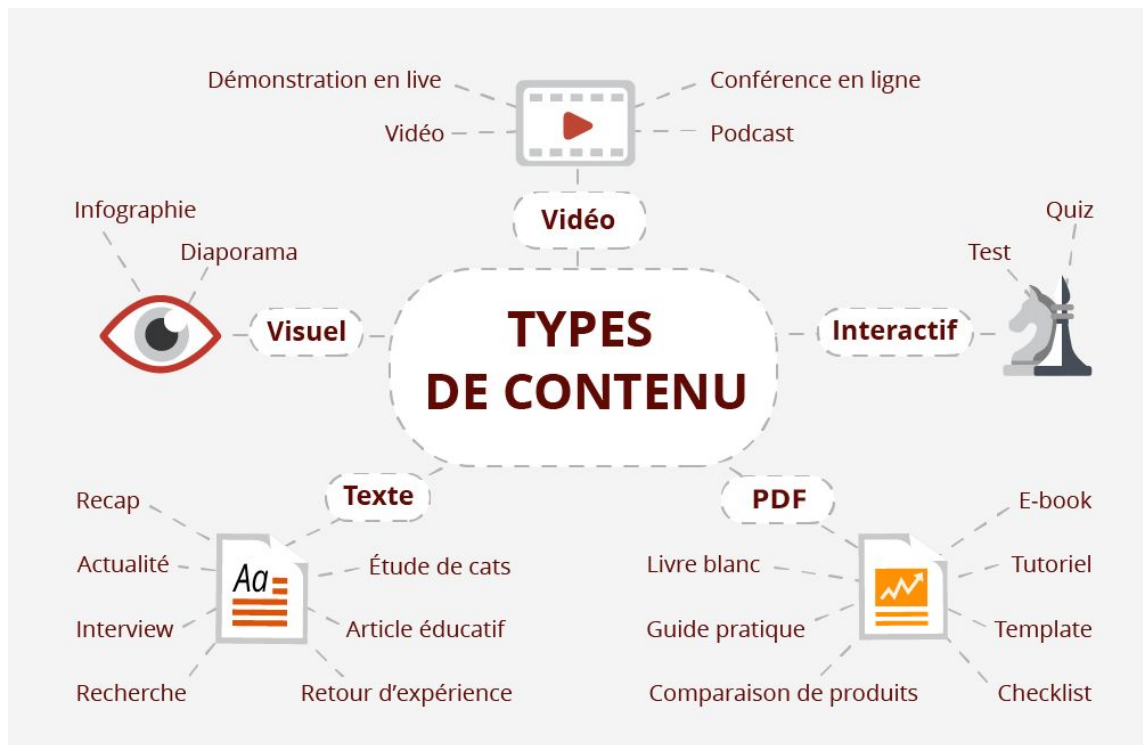
C'est une discipline de la communication qui implique la création et la diffusion, par une marque/entreprise d'un message dans le but de développer son activité

# 1. QU'EST CE QUE LE CONTENU?

Ces contenus informatifs, utiles ou ludiques, peuvent être présentés sous forme de news, vidéos, tutos, infographies, études de cas, guides pratiques, systèmes de questions-réponses, photos, forums, blogs d'entreprises, etc.



# 1. QU'EST CE QUE LE CONTENU?



# 1. QU'EST CE QUE LE CONTENU?

- Plus simplement c'est lorsqu'une entreprise s'exprime sur n'importe quel sujet et sur n'importe quel support
- . Dès lors qu'il y a une prise de parole il y a du contenu
  - . À noter: le contenu n'est pas de la publicité

# 1. QU'EST CE QUE LE CONTENU?

- . La publicité se concentre sur la vente
- . Le contenu se concentre sur la communication avec les clients/prospects
- . Même si la finalité reste la même, la forme diffère



## 2. La stratégie de contenu

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU

Rédiger du contenu efficace c'est avant tout avoir une bonne stratégie

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU

Parce que le contenu de votre entreprise représente **qui vous êtes**, traduit en mots et en images votre raison d'être

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU

Parce que le ton que vous employez reflète **votre personnalité et celle de vos publics**, il est nécessaire de le définir puis de le sculpter en mots pour qu'il soit unique.

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU

Parce que votre contenu doit être éloquent, séduisant, en un mot **COMMUNICANT**



## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU

- . Encadrer chaque prise de parole
- . Aligner chaque message avec vos fondamentaux
  - . Apporter de la cohérence
- . Définir vos cibles & anticiper leurs attentes
- . Améliorer l'impact et la lisibilité des messages

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU

Étape 1: Objectifs

Étape 2: Cibles

Étape 3: Ligne éditoriale

Étape 4: Supports/formats

Étape 5: Planning éditorial

Étape 6: Ressources

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU

**Étape 1: Définir vos objectifs**

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

Demandez-vous **pourquoi** vous voulez créer du contenu?

Améliorer votre image de marque ? Obtenir de nouveaux clients ? Générer plus de chiffre d'affaire ? Développer votre notoriété ? Démontrer votre expertise ? Gagner en visibilité sur le web ?

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

Ne pas cibler tous les objectifs en simultané !

En fonction, votre stratégie de contenu va s'orienter

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:



## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

**Étape 2: Identifier vos cibles**

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

Savoir à qui on s'adresse

Découvrir leurs attentes

Se baser sur des besoins réels

Mettre en place une stratégie de contenu réellement adaptée et pertinente



# Jonathan Melba - Développeur logiciel (exemple fictif)



*"Le développement, ça me passionne"*

Âge: 30

Profession: Développeur logiciel

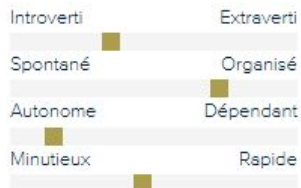
Famille: Marié, 1 jeune enfant

Ville: Montréal, QC

Scolarité: Baccalauréat

Années d'expérience: 7 ans

## Personnalité



## Présentation

Jonathan Melba est un père de famille motivé et engagé. Il n'hésite pas à prendre les devants pour donner son opinion et à se porter volontaire pour les tâches difficiles au travail.

Grand joueur d'équipe, il incite les autres à participer et crée un climat de confiance autour de lui. Passionné des nouvelles technologies, il s'informe des nouveautés en développement et partage ses connaissances avec ses collègues.

Passionné

Engagé

Collaboratif

## Intérêts

- Jeux vidéos et jeux de société
- Nouvelles technologies
- Résolution de problèmes

## Habitudes médias

- Stack Overflow de jour, pendant les heures de travail
- Facebook de jour en attendant que le code compile ou de soir à la maison
- Google : en tout temps

## Lieux fréquentés

Son travail



La maison



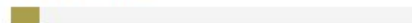
La garderie



Les bars à café



Les salons de thé



## Influenceurs



## Sites fréquentés

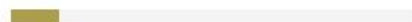
Facebook



Stack Overflow



LinkedIn



Reddit



Google





## Thomas, dirigeant d'une startup (< 15 salariés)

29 ans, célibataire sans enfant, Paris

*"Les grandes choses ne sont pas faites par la force, mais par la persévérance."*

### IDENTITÉ

**Personnalité** : ambitieux, hyper-actif, passionné.

**Centres d'intérêt** : nouvelles technologies, sports outdoor, voyages.

**Expertise** : business et finance

### TECHNOLOGIE

Aisance numérique ●●●●●  
Internet ●●●●●  
Logiciels ●●●○  
Réseaux sociaux ●●●○  
Mobile ●●●●○

### BESOINS

1. Développer son activité
2. Optimiser la gestion de son activité et de ses équipes
3. Être proactif

### OBJECTIFS

1. Augmenter son nombre de clients
2. S'équiper d'outils adaptés
3. Rester informé des bonnes pratiques en gestion d'activité

### FREINS / OBJECTIONS

1. C'est trop cher
2. Ça prend trop de temps
3. C'est trop compliqué
4. C'est pas évolutif / modulable

### BIO / COMMENTAIRES

Thomas passe beaucoup de temps sur des sites et forums dédiés à l'entrepreneuriat. Très actif dans l'écosystème startup parisien, il participe régulièrement à des événements (salons, conférences, ateliers...) qui lui permettent de développer son réseau professionnel. Il est attentif aux retours d'expérience de ses tiers et accorde de l'importance à leurs recommandations.

Il s'intéresse à tous les domaines qui touchent de près ou de loin son activité (innovations technologiques, tendances marketing, bonnes pratiques commerciales...), mais ne dispose pas des outils pour mettre en pratique ses connaissances.

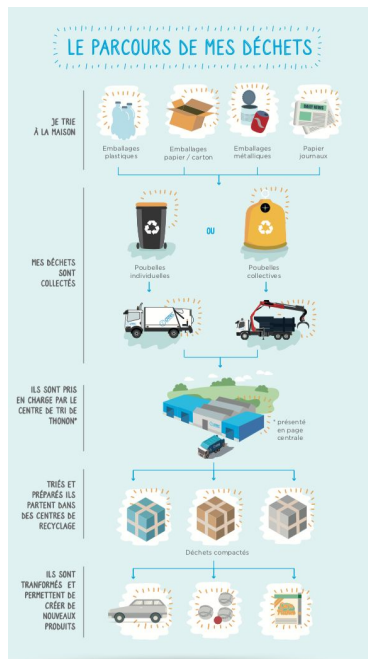
## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

À qui sont destinés vos produits/services ? à quels besoins répondent-ils ? en quoi apportent-ils une solution concrète à vos prospects ?

Qui sont vos clients types ? quelles sont leurs caractéristiques ?

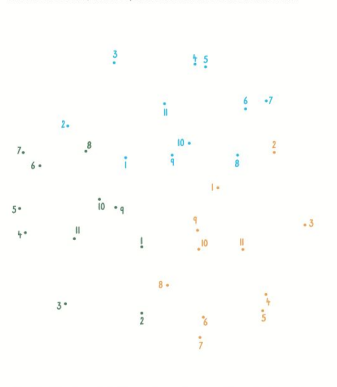
Sur quels supports vos clients peuvent-ils être touchés ? (Boutiques physiques ou supports online, ordinateurs ou appareils mobiles, site web ou réseaux sociaux...)

# 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:



### CONNAIS-TU LE SYMBOLE DU RECYCLAGE ?

Pour le découvrir, relie les points de la même couleur entre eux !



### ORTEC ENVIRONNEMENT

Spécialisé dans les services à l'environnement et pleinement conscient des enjeux futurs, le Groupe Ortec s'engage pour un développement durable et une croissance responsable. Accompagner nos clients dans la recherche de solutions innovantes qui associent production et respect des ressources, c'est la démarche assumée par le Groupe Ortec, afin d'améliorer conjointement les performances industrielles et environnementales.

En s'appuyant sur le savoir-faire, le sens du service de ses hommes et femmes de terrain, ainsi que sur sa capacité d'innovation, le Groupe Ortec conçoit et met en œuvre des solutions sur mesure, pérennes et efficaces.



**CENTRE DE TRI DE THONON**  
19 AVENUE DES GÉNÉVRIERS  
74200 THONON-LES-BAINS  
TEL. : 04 50 71 21 28



**Étape 3: établir une ligne éditoriale**

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

Une ligne éditoriale regroupe un ensemble de règles fixées par une entreprise concernant la rédaction et la publication de contenu de manière planifiée.

Elle regroupe les thèmes à aborder, et la façon de les aborder.

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

Les sujets doivent être:

- . En adéquation avec votre ADN
- . En adéquation avec vos objectifs
- . En adéquation avec votre cible
  
- . Connectés à l'actualité

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

Quel angle et ton à employer

Professionnel ou décalé tutoiement ou vouvoiement, jargon technique ou termes vulgarisés



# NOUS AVONS COMPARÉ LES PRIX À PARIS\*

1 week end de location de voiture catégorie A,  
pour les plus de 21 ans.



**Avis : 111,<sup>99</sup> €**  
*pour 500 kms*

**Ucar : 70 €\*\***  
*pour 500 kms*



\* Tarif de l'agence Avis - 34, avenue de Villiers - 75017 Paris.  
\*\* Prix supplémentaire : 0,15 euros. Tarif au 26/01/2007. Tarif de location hors paiement en ligne. Un jour en semaine, conditions d'application disponibles en agence.

## Roulez mieux, Roulez pas cher !

avec **Loc Eco**



sixt.fr

**CHER M. MACRON,  
NI GAUCHE, NI DROITE ?  
N'OUBLIEZ PAS DE PRENDRE  
UN BON GPS.**

LOUEZ VOTRE  
RANGE ROVER EVOQUE  
AVEC GPS INTÉGRÉ  
SUR SIXT.FR



sixt.fr

**CHÈRE MME LE PEN,  
ON SAIT QUE VOUS PENSEREZ  
À FERMER LES PORTES.  
N'OUBLIEZ PAS NON PLUS  
D'OUVRIRE LE TOIT.**

LOUEZ VOTRE  
RANGE ROVER EVOQUE  
CABRIOLET  
SUR SIXT.FR



**Étape 4: Définir les supports et les formats à adopter**

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

Quel support est le plus efficace pour atteindre ma cible:  
contenus écrits ? vidéos ? photos ?...

A chaque objectif, il existe un type contenu adapté

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

Variation des formats !

Des dizaines de formats de contenus sont possibles : livre blanc, article, image, vidéo, citation, infographie, cas client, newsletter...

Trouver le format le plus adapté à chaque sujet, pour chaque cible ET chaque canal

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

Chaque canal nécessite une prise de parole différente



Une tonalité grand public: Facebook

Un angle professionnel pour Twitter et LinkedIn

Élégance visuelle: Instagram

**Exemple d'adaptation de contenu:**

**Offre d'emploi chez Marsatwork, agence de publicité  
Marseillaise**

# SITE INTERNET

Stage | Réf. SCPC0920

**Assistant Chef de projet  
communication globale**

CDI | Réf. DEVD0120

**Développeur Web Drupal**

WELCOME !

**Candidature spontanée**

## Stage Assistant Chef de projet communication globale

### Missions

Au sein de l'équipe client, vous assisterez les chefs de projet sur le lancement et le suivi de projets pour nos clients. Les missions auxquelles vous participerez :

- Réceptionner et analyser les briefs clients
- Réaliser des benchmarks
- Élaborer et suivre le planning projet
- Écrire les briefs créatifs de la production des différents supports de communication print et web (plaquettes, catalogues, PLV, sites, etc...)
- Piloter la production des supports : relectures, vérifications de la créa, échanges avec le client
- Gérer les impressions
- Assurer la relation avec les différents intervenants sur les projets : prestataires, partenaires, etc...
- Participer à l'organisation d'évènements : gérer la production et la logistique, déployer les opérations si terrain, faire du reporting, élaborer des bilans...





# FACEBOOK



A screenshot of a Facebook post from the page 'MARSATWORK'. The post is dated '4 juin 2019, 18:25' and includes a video player. The video content is a recruitment advertisement for a 'UN(E) CHEF DE PROJET JUNIOR' position. The text in the video describes the role as organized, rigorous, and autonomous, requiring a Master's degree in communication and agency experience. It provides contact information: 'benjamin@marsatwork.fr'.

**MARSATWORK**  
4 juin 2019, 18:25 · 🌐 · 🌐

Marsatwork recrute.. encore ?  
On vous attend !

## MARSATWORK RECRUTE

### UN(E) CHEF DE PROJET JUNIOR

Organisé(e), rigoureux(se), autonome,  
à l'aise dans la gestion de projets avec le client,  
esprit d'équipe, digital(e), Master en communication,  
expérience en agence.

**Ce portrait vous ressemble ?**  
**Contactez-nous : [benjamin@marsatwork.fr](mailto:benjamin@marsatwork.fr)**

▶ -0:08 ⚙️ 📄 ↗️ 🔊

# INSTAGRAM



MARSATWORK RECRUTE



## UN(E) CHEF DE PROJET JUNIOR

Organisé(e), rigoureux(se), autonome, à l'aise dans la gestion de projets avec le client, esprit d'équipe, digital(e), Master en communication, expérience en agence.

Ce portrait te ressemble ?  
community@marsatwork.fr

 agence marsatwork • [S'abonner](#) ...

05 sem 2 mentions J'aime  
Répondre

 dartschnebie Et un super concepteur-rédacteur ? 😊 

85 sem 1 mention J'aime  
Répondre

— Afficher les réponses (1)

 salvofromtheblock Super contenu digital ! 😊 

84 sem 1 mention J'aime  
Répondre



41 J'aime

26 SEPTEMBRE 2018

Ajouter un commentaire...


[Publier](#)


# LINKEDIN

➦ ...

## Stage Assistant Chef de projet communication globale

**Marsatwork** • Marseille, FR

Publié il y a 3 mois •  Faites partie des 25 premiers candidats

 16 relations travaillent ici

[Enregistrer](#)

[Postuler](#)

---

**Stage Assistant Chef de projet communication globale**

**Missions**

**Les Missions Auxquelles Vous Participerez**

Au sein de l'équipe client, vous assisterez les chefs de projet sur le lancement et le suivi de projets pour nos clients.

Réceptionner et analyser les briefs clients

Réaliser des benchmarks

Élaborer et suivre le planning projet

Écrire les briefs créatifs de la production des différents supports de communication print et web (plaquettes, catalogues, PLV, sites, etc...)

Piloter la production des supports : relectures, vérifications de la créa, échanges avec le client

Gérer les impressions

Assurer la relation avec les différents intervenants sur les projets : prestataires, partenaires, etc...

**Niveau hiérarchique**

Confirmé

**Secteur**

Marketing et publicité ,  
Technologies et services de l'information ,  
Internet

**Type d'emploi**

Temps plein

**Fonctions**

Management de projet ,  
Technologies de l'information

## Étape 5: Établir un planning éditorial

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

Véritable gain de temps

Sujets à traiter avec dates de publication déterminées à l'avance

Sujets déjà exploités

Idées pour de futurs articles



## **Étape 6: Définir ses ressources**

## 2. LA STRATÉGIE DE CONTENU:

Quelles ressources pouvez vous allouer à cette stratégie?

Humaines, financières, temporelles

Permet de définir la faisabilité du projet



### 3. Création de contenu: les éléments clés

# CRÉATION DE CONTENU

## Généralités:

**75% d'un texte est lu en diagonale, 25% de façon linéaire**

Allez droit au but: l'information principale doit être immédiatement identifiable

Être court et concis: lecteur pressé

Des mots simples



*J'ai vécu 100 ans..*

mon bon Monsieur sans  
penser que j'atteindrai cet  
âge là, je vous le dis !...

...j'ai mangé, j'ai lu, ri, pleuré,  
comme comme tout le monde, la  
bonheur et aussi les peines, bien sûr !

...Oh ! mes habitudes n'ont guère  
changé ! Couchée tôt, levée tôt.  
Mon petit tour au soleil, mon apéritif avec mes enfants  
et petits enfants.

... Ah ! ça oui... tous les jours mon petit verre de SUZE  
avec une goutte de cacao... et depuis bien longtemps !



**SUZE**

APÉRITIF A LA GENTIANE - L'AMIE DE L'ESTOMAC

MAISON FONDÉE EN 1820  
CANTON DE GENÈVE  
SUISSE

**SIMPLE  
COMME  
RICARD**

Ricard, de l'eau, des glaçons, tout simplement.



**RICARD**

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

# CRÉATION DE CONTENU

## Rédaction:

Des titres évocateurs mais pas racoleurs

Un message par phrase (15 à 20 mots max)

Une idée par paragraphe

Un sujet par texte

# CRÉATION DE CONTENU

## Organisation des sujets:

### LE PRINCIPE DE LA PYRAMIDE INVERSÉE

#### 1. Accroche

Donnez l'essence de l'information

Châpo

Qui ? Quoi ? Où ?  
Quand ? Comment ?  
Pourquoi ? Combien ?

#### 2. Corps de texte

Développez votre propos

Développement

Arguments / Illustrations /  
Photos / Vidéos /  
Liens internes et externes

#### 3. Détails accessoires

Propos accessoires

Infos

Liens utiles / Informations sur l'auteur /  
Documents à télécharger / Call to action



INFORMATION ESSENTIELLE  
LE MESSAGE À FAIRE PASSER  
QUOI ?

INFORMATION SECONDAIRE  
ARGUMENTS - DÉVELOPPEMENT  
COMMENT ? POURQUOI ?

DÉTAILS ACCESSOIRES  
LIENS UTILES



# CRÉATION DE CONTENU

## Visuellement

Utiliser une police agréable et facile à lire

Illustrer vos propos

Penser à la forme

# CRÉATION DE CONTENU

## Édito ORTEC X POLLUTEC

« Face aux évolutions des enjeux de nos clients, productivité, contraintes réglementaires, nouveaux objectifs environnementaux et avènement du digital, Le Groupe Ortec innove et adapte son offre de services afin d'accompagner ses clients et de leur fournir des outils de production, des locaux ou des équipements en condition d'utilisation optimale »

Julien ELSAÛD - Directeur du Pôle Global Services

Du 27 au 30 novembre 2018, au Parc des Expositions Eurepo Lyon, le Groupe Ortec participe à la 28<sup>ème</sup> édition du salon international Pollutec. Un événement incontournable devenu au fil des années le rendez-vous de tous les équipements, technologies et services de l'environnement et de l'énergie. Une occasion unique de découvrir les solutions et innovations qui constitueront le monde de demain.

C'est dans ce cadre que le Groupe Ortec vous invite à venir rencontrer ses experts (Stand 100, Allée A, Hall 3). Des professionnels passionnés qui sauront vous présenter nos dernières innovations et perspectives dans les Services à l'Environnement, les Services à l'Industrie et les Services Techniques. Un espace de réalité virtuelle sera également disponible pour permettre une immersion totale dans l'univers Ortec, déplacement et sensations garanties !

Mais avant cela, nous vous proposons de (re) découvrir le Groupe Ortec. Ses singularités, ses valeurs, sa philosophie, son engagement environnemental...

Autant d'éléments qui trouveront réponse dans ce document qui synthétise l'equi, l'ADN et l'ambition du Groupe Ortec en quelques pages.

Nous vous souhaitons une excellente lecture.



## Le SOMMAIRE

02

EDITO

Le sujet de ce magazine présente en condensé

04

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Comprendre le groupe pour mieux le découvrir

08

ORTEC AUJOURD'HUI

Une présentation visuelle et épique

10

NOS VALEURS ET ENGAGEMENTS

Un groupe qui s'engage par des actes concrets

12

CONSCIENCE ENVIRONNEMENTALE

Des missions à fort impact, réellement efficaces

16

L'OFFRE GLOBAL SERVICES

Des solutions Ortec à forte valeur ajoutée

18

NOS RÉALISATIONS

Zoom sur les grandes opérations Ortec

20

LIEN DUPE ORTEC À POLLUTEC

Les innovations Ortec au salon Pollutec

22

OÙ NOUS TROUVER

Un plan simple pour trouver le stand Ortec



Advanced Microgrid Solutions

## Communiqué de presse

### ENGIE et AMS vont développer la première solution complète de stockage d'énergie B2B

**Paris et San Francisco – 14 septembre 2015** – A l'occasion de la visite de la société Advanced Microgrid Solutions (AMS) en Californie par Isabelle Kocher, Directeur général délégué d'ENGIE, en charge des opérations, le Groupe ENGIE vient de conclure une prise de participation de 6 millions de dollars dans la société AMS, une startup installée en Californie spécialisée dans le stockage d'énergie. Réalisée à travers son fonds d'investissement « ENGIE New Ventures », cet investissement fait d'ENGIE le plus gros investisseur stratégique dans AMS et va lui permettre d'accroître ses efforts pour développer la première solution complète de stockage d'énergie B2B.

AMS propose une solution de stockage d'énergie unique, puisant dans les charges électriques agrégées des bâtiments pour réduire la charge électrique sur le réseau et la répartir ensuite par bâtiment. Les sociétés qui participent à ces projets peuvent bénéficier d'une baisse des coûts de l'énergie et d'une plus grande fiabilité en réduisant de 25 % les pics de demande d'électricité.

AMS a obtenu l'un des premiers et l'un des plus gros contrats de stockage d'énergie aux États-Unis et réalise actuellement des projets de stockage d'énergie d'une capacité de 50 MW en B2B pour la société Southern California Edison, fournisseur d'électricité américain. Utilisant les systèmes de stockage d'énergie Tesla, ces projets constitueront les premiers ensembles de bâtiments électriques hybrides dans le monde, utilisés pour soulager le réseau électrique. Sur un marché qui pourrait représenter 6 milliards de dollars en 2020, AMS prévoit un développement rapide de son activité dans les quatre prochaines années. ENGIE concentrera ses efforts sur le déploiement des solutions AMS sur le marché américain et à l'étranger.

A cette occasion, Isabelle Kocher a déclaré : "Il s'agit là d'une opportunité extraordinaire d'unir nos forces à celles d'AMS et de développer des solutions de stockage intéressantes pour nos clients B2B. Les énergies renouvelables s'imposent dans le monde entier et avec cette solution de stockage d'énergie moderne, nous pourrions non seulement résoudre les problèmes de intermittence, mais également créer un réseau plus robuste."

600 x 627 mm

# EN RÉSUMÉ

Parlez de vous

Adaptez votre discours

Faites simple

Structurez les informations

Variez les contenus



## 4. Quelques exemples

# ID VROOM



le covoiturage  
au quotidien



Rechercher



Proposer

Inscription

Connexion

Espace entreprise

iDFLASH

Covoiturez pour la rentrée !



## Le covoiturage du quotidien qui vous facilite la vie

D'où partez-vous ?

Où allez-vous ?



Date de départ

Rechercher un trajet

Vous êtes conducteur et vous cherchez des passagers ?

Proposer un trajet

Besoin d'aide ?

**covoiturez**  
toute la semaine,  
il vous restera des sous  
pour le week-end.

**iD VROOM**  
le covoiturage au quotidien



**Chaque pot d'échappement partagé, c'est un impact  
environnemental limité.**

Grâce au covoiturage, vous réduisez vos émissions de gaz à effets de serre, diminuez le nombre de voitures présentes sur la route et fluidifiez la circulation.

# PLOMBIER VS PLOMBIER



<https://www.plombier-marseille.com>



**PLOMBIER MARSEILLE**

· 9 février · ⚙️



Possible de changer votre cumulus le samedi.  
150 litres ATLANTIC changé place Félix Barret  
13006.  
Merci le « bouche à oreille ».



J'aime



Commenter



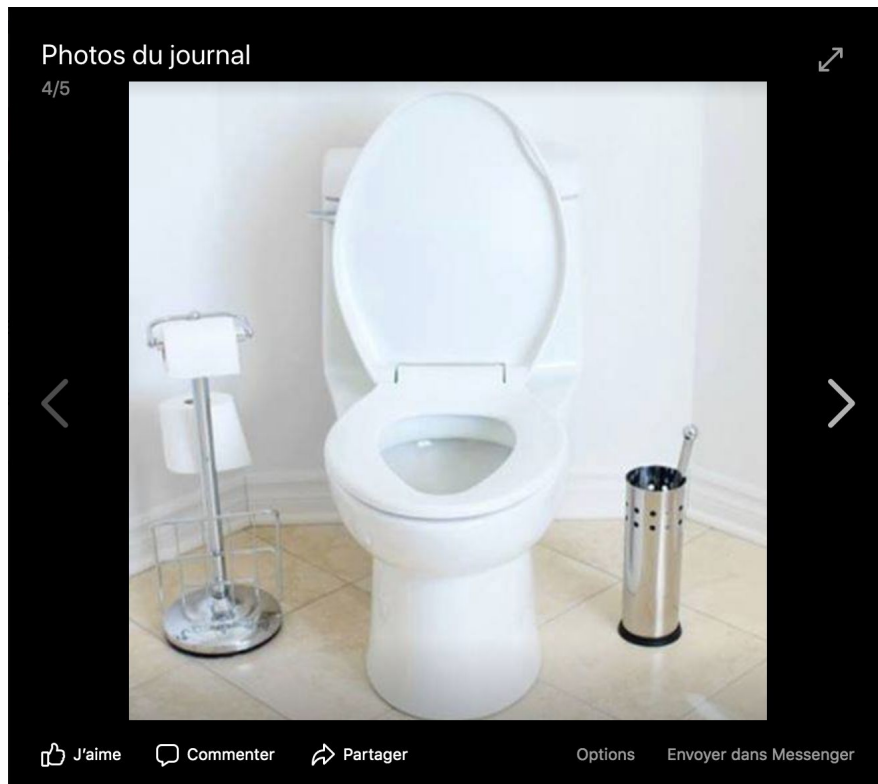
Partager



Votre commentaire...



# PLOMBIER VS PLOMBIER



 **Plombier nantes, Vitrier Nantes, serrurier Nantes AAD** ...  
J'aime cette Page · 22 février 2016, à proximité de Nantes · 🌐

Vous hésitez encore entre la pose d'un wc avec ou sans broyeur ? Nous sommes là pour vous. Appelez-nous !

 3 1 commentaire

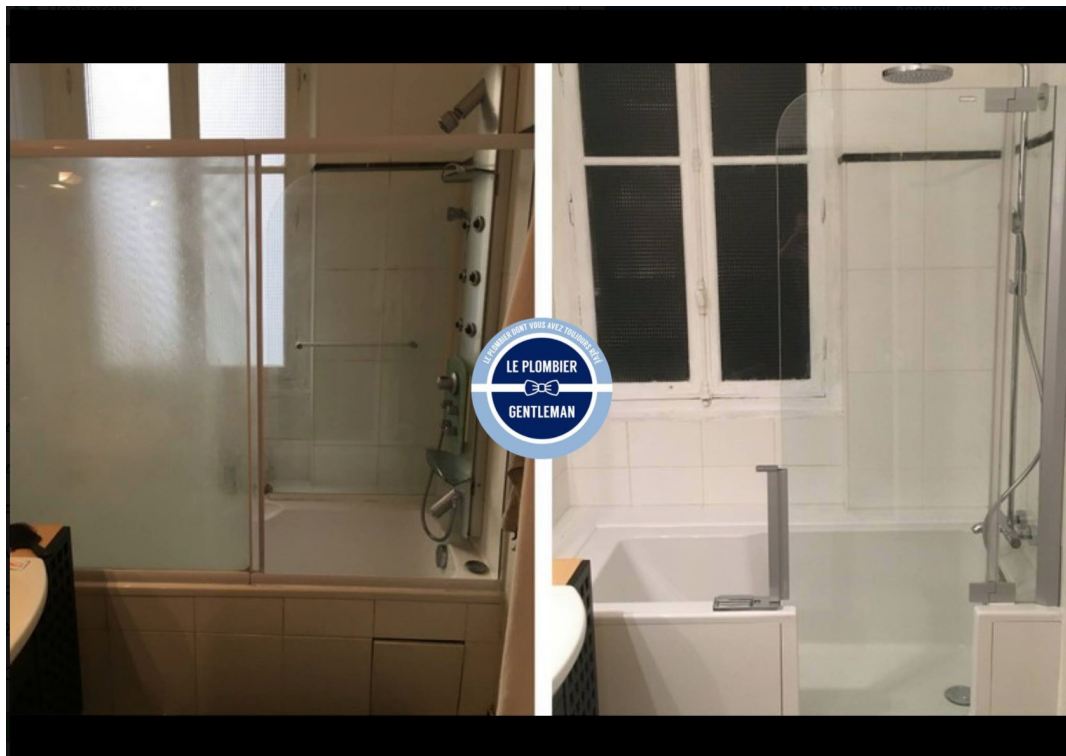
 J'aime  Commenter  Partager

Les plus pertinents ▾

 **Menia Augusto Hervouet** en cas de besoin car tu travaille très bien  
J'aime · Répondre · 4 ans

 Votre commentaire...    

# PLOMBIER VS PLOMBIER



**Le plombier gentleman**



J'aime cette Page · 1 mars 2018 · 🌐

Le plombier gentleman vous donne une recette de grand mère pour ... vos grands parents!

Si vous avez une baignoire, l'accès devient difficile mais vous souhaitez continuer à prendre des bains, PG à la solution!

Le tout pour 3 francs 6 sous (comme diraient les principaux intéressés)

... [Afficher la suite](#)

👍 36

8 commentaires 3 partages



J'aime



Commenter



Partager

Les plus pertinents ▾



**Benoît Delebecque** Baignoire en douche aussi ?

J'aime · Répondre · 2 ans



[Afficher une autre réponse](#)



Auteur

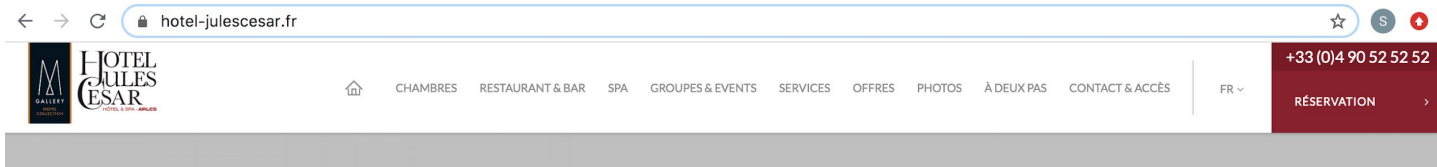
**Le plombier gentleman** Oui.



Votre commentaire...



# HÔTELLERIE



HÔTEL JULES CÉSAR

## Un hôtel de caractère signé Christian Lacroix

Situé au cœur d'Arles en Provence, l'Hôtel Jules César vous offre un véritable voyage dans le temps où rien n'est laissé au hasard. Construit dans un ancien couvent, sublimé par des éléments du 18ème siècle et d'art contemporain, notre établissement vous transportera dans un univers poétique hors du temps.

NOUS CONTACTER

# HÔTELLERIE



## Découvrez nos différents forfaits

---

### **Forfait Journée de Travail** comprenant :

Une pause-café gourmande matinale et/ou un café d'accueil, un déjeuner « bistrannique » de saison en 3 services avec boissons, une délicieuse pause-café l'après-midi ainsi que la location de la salle plénière.

### **Forfait Journée d'Étude** : à partir de 69€

### **Forfait "Soirée d'Étude"** comprenant :

Le splendide salon agencé dans la configuration que vous souhaitez et un savoureux dîner en 3 plats accompagné de vin, eau minérale et café.

### **Forfait Séminaire Résidentiel** comprenant :

Un petit-déjeuner sous forme de buffet, une pause-café variée le





# HÔTELLERIE

À compter de dimanche 15 mars, L'Arlatan est temporairement fermé jusqu'à nouvel ordre.

Cette décision est prise afin de protéger la santé de nos hôtes et de nos employés dans le contexte actuel de pandémie de coronavirus (COVID-19), et conformément aux mesures d'urgence annoncées par le gouvernement français.

Restons prudents tous ensemble.

À bientôt !



The screenshot shows an Instagram post from the account 'larlatan'. The post text reads: 'larlatan À bientôt !'. It has 8 comments. The first comment is from 'raffaellaarnaldi' with three thumbs up and a heart icon. The second comment is from 'lesarchineurs' with one thumbs up and a heart icon. The post is dated '15 MARS' and has been liked by 'the\_good\_arles' and 128 other people. The bottom of the screenshot shows the comment input field with the text 'Ajouter un commentaire...' and a 'Publier' button.

larlatan • Abonné(e)  
L'Arlatan

larlatan À bientôt !  
8 sem

raffaellaarnaldi 🇫🇷 🍊 🍊 🍊  
8 sem 1 mention J'aime Répondre

lesarchineurs 👍  
8 sem 1 mention J'aime Répondre

📍 🗨️ 📌

👍 Aimé par the\_good\_arles et  
128 autres personnes

15 MARS

Ajouter un commentaire... [Publier](#)

5. Des questions?

6. À bientôt