



Le mareyage 2.0

10 juin 2016 – Les Sables d'Olonne



Nota Bene

Ce document est établi sur la base des informations à jour en juin 2016.
Elles sont susceptibles d'évolution.

Sauf mention contraire, les photographies sont propriété d'Odyssee Développement.





Étude : Quels sont les principaux enjeux liés au mareyage dans les 5 années à venir?

- ✓ Mareyeurs et syndicats professionnels
- ✓ 4 étapes d'entretien pour analyser les enjeux du métier
 - I. Les approvisionnements
 - II. L'activité
 - III. Les marchés
 - IV. L'entreprise
- ✓ Auditions menées du 2 au 9 juin 2016
- ✓ Entretiens téléphoniques – durée moyenne 25 min
- ✓ Questionnaire en ligne à la demande

Le mareyage 2.0

*Obligatoire

Nom entreprise *

Votre réponse

Nom personne

Votre réponse

I. Vos approvisionnements

Quels sont les principaux enjeux auxquels vous devez faire face dans les 5 ans à venir ?

Importance de la sécurisation des approvisionnements

1 2 3 4 5
Moins important Plus important

Remarques (1. importance de la sécurisation des approvisionnements)

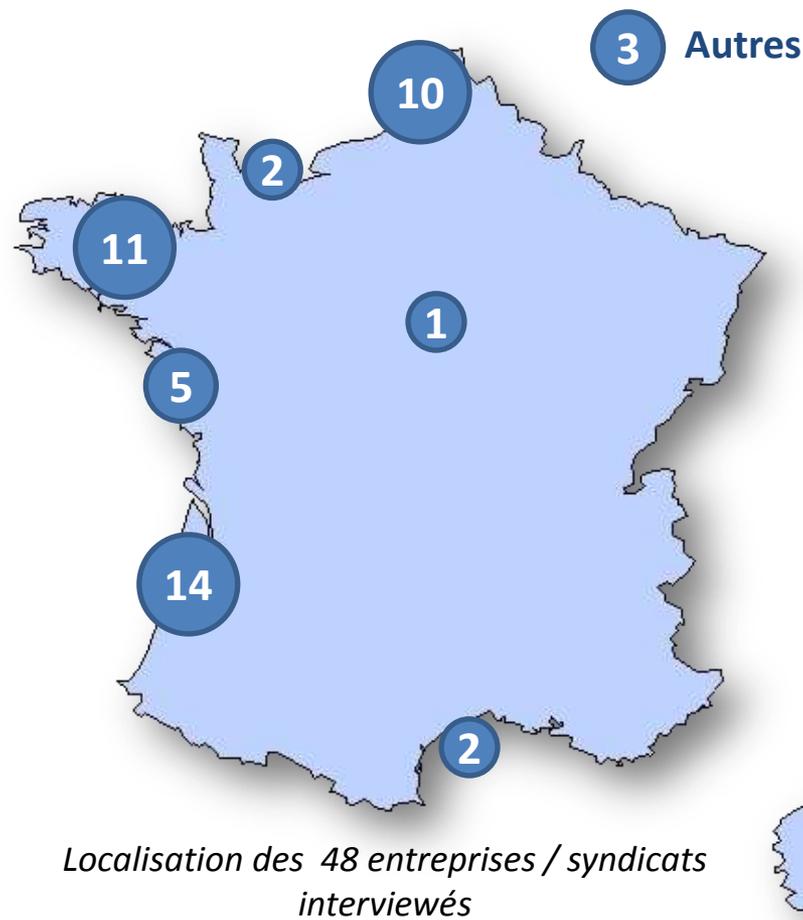
Votre réponse



- ✓ Plus de 150 professionnels et représentants du mareyage contactés en France Métropolitaine.

NB : l'échantillon ne comprend pas de répondant Outre-Mer, ce qui s'explique par l'absence de criées. Les relations sont établies directement des producteurs aux poissonniers, transformateurs ou autres clients.

- ✓ **40 interviewés dirigeants ou cadres d'entreprise de marée et organisations professionnelles** : *Ambrosino Marée, Ame Hasle, Distrimalo, Azais Jr Marée, Capitaine Houat, Chalutiers Boulonnais Sa, Delpierre, EGIMER 17, Foro Marée, Foucher Maury, Groupe Beganton, Intermarché Dolus, ISAMAR Sarl, La Vivière, Le Venec Sas, Les Produits Côtiers (Groupe Vives Eaux), Les Sirènes Boulonnaises, Maison Stephan Cleach Guilvinec, Manche Océan, Marée du Cotentin Snc, Marée Océane, Martin Import Export, Océalliance Mariteam, Pêcheries d'Armorique, Pêcheries de La Cotinière, Sarl Macé Gérard, Sarl Pêcheurs d'Oléron, SOBOMAR Atlantique, Société Nouvelle Dolleans, Thalassa Maree-Mizola Sarl, Whitelink, Syndicat des Mareyeurs Expéditeurs du Port de La Rochelle, GPME Mareyeurs Basques, Mareyage Boulonnais, Mareyeurs d'Arcachon, Union du Mareyage Français, Union du Mareyage Vendéen.*



I. LES APPROVISIONNEMENTS

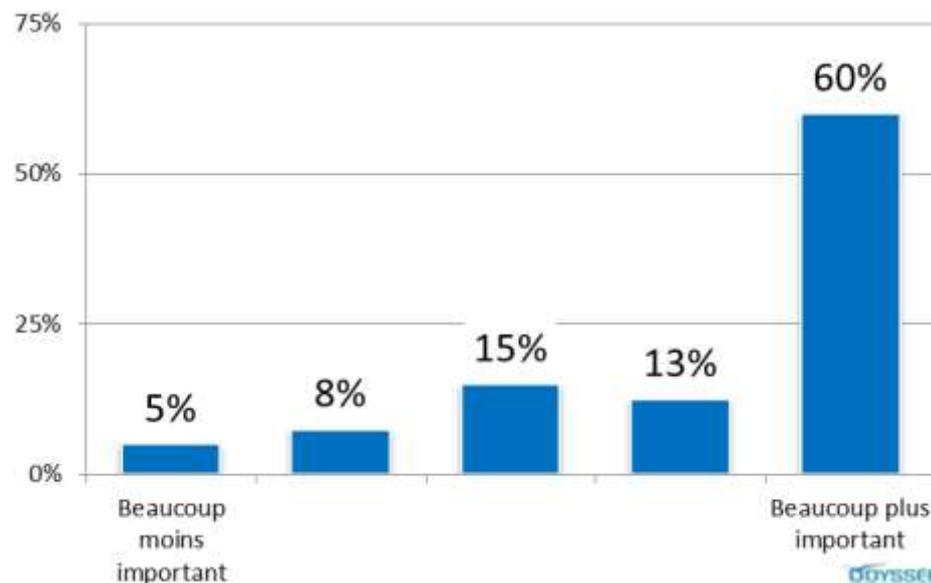


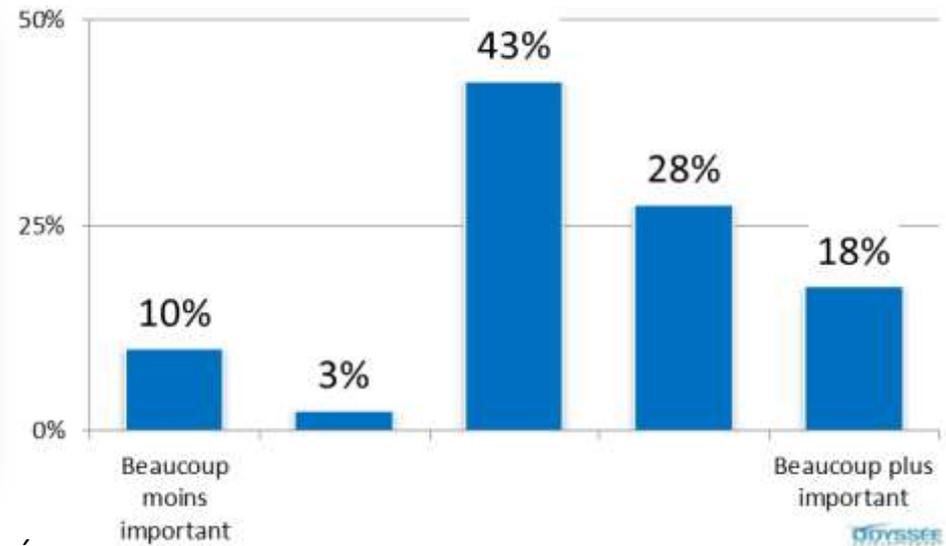
1. Sécurisation des approvisionnements



aléatoire
 approvisionnements
 autant
 baguette bateaux bretagne bruxelles compliqué coups demande dépend
 développement différents difficulté économique enjeu enjeux exemple fait
 fermeture fluctue fort globalement importance important
 importante impossible
 moyen monopoles niveaux nombre optimistes ouverture parfois
 partie petit privatisation problème produit produits quo
 quotas ressource sachant scientifique
 sécurisation
 semble stagnant

Majoritairement les mareyeurs interrogés considèrent qu'il s'agit d'une question cruciale, aujourd'hui et à horizon 5 ans. Beaucoup ont souligné la complexité croissante de l'accès à la ressource du fait du contexte réglementaire, de la pression des lobbies environnementaux et de la concurrence, parfois jugée déloyale, de grossistes et négociants ne disposant pas d'atelier de marée agréé et qui seraient, dès lors, également moins visés par les contrôles sanitaires / douaniers, ... sous un angle positif, pour certains, cette difficulté fait la différence entre « vrais mareyeurs » et amateurs. En Méditerranée, la fragilité de certains stocks a été soulignée.

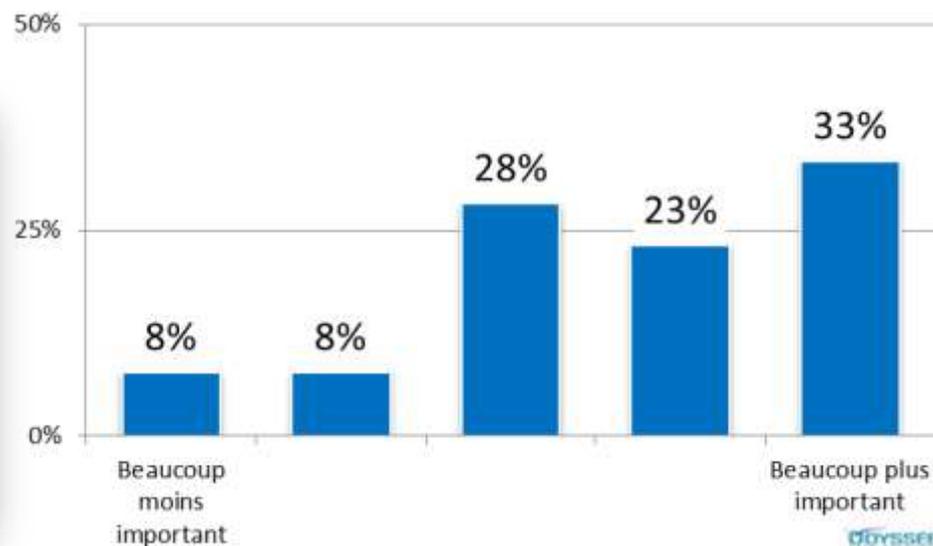




Une part importante des personnes interrogées considère que la stabilité des prix n'agit pas de façon significative sur les approvisionnements, ou peu. Les commentaires précisent que le prix des produits bruts est un élément-clé pour l'activité, mais que leur volatilité est un facteur intrinsèque aux produits de capture, sans espoir réel que cela puisse changer. Le métier de mareyeur consiste à rester concurrentiel malgré la nature erratique des cours sous criée liée à la saisonnalité des espèces, aux conditions météorologiques, à l'encadrement administratif du secteur (gestion sous quota/ouverture/fermeture de pêcheries) et à la demande du marché.

apports approvisionnements beau bleus ca chute clientèles commerciale conso
 coquillages croissant décroît **demande** depend double
 faut favorise fluctuations genant globale globalement habituees **hausse**
 jour large legerement lendemain mieux moyens néanmoins **offre** offrir
 permettent poisson possible **prix** probleme produits
 region ressources seulement simple **stabilite** stables
 tandis **tendance** terres tonnage **tres** volatiliite

3. Achats dans les criées françaises

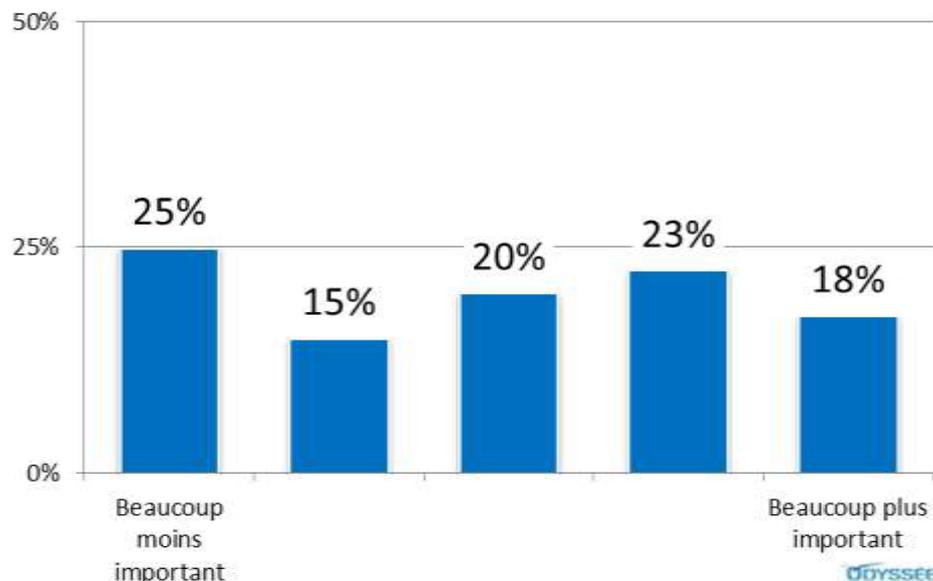


Une forte majorité des réponses désigne l'intérêt de l'achat sous criées françaises et le fait que cet intérêt va augmenter à échéance 5 ans.

Même si les approvisionnements proviennent d'autres sources, les personnes qui désignent leur activité comme majoritairement tournée vers le mareyage considèrent que leurs achats sous criée sont à la base de leur activité, même si les volumes achetés peuvent varier fortement d'une année sur l'autre.

L'achat sous plusieurs criées est aujourd'hui considéré comme facilité par les cautions mutualisées et l'informatisation des ventes. En Méditerranée, les mareyeurs craignent la fermeture de criées et envisagent d'autres modes d'achat.

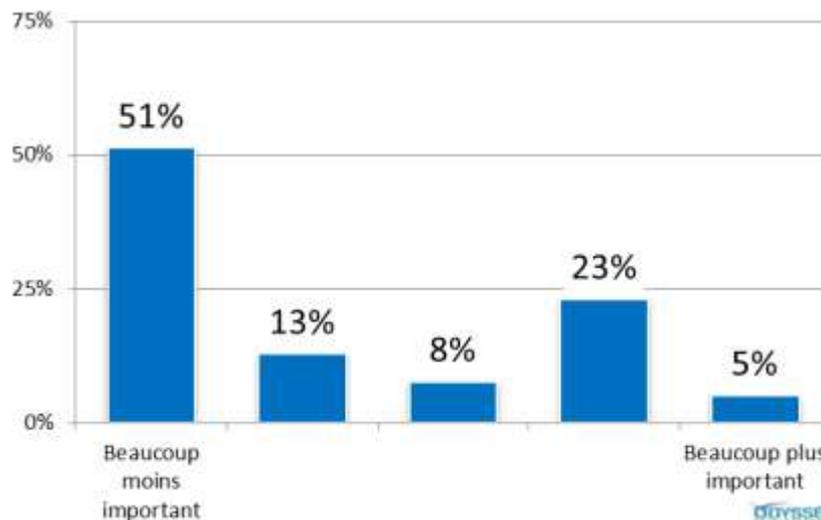
achats acheter acheter
 adaptent apports approche avantage bretagne casse clientèle
 complémentaire contexte crevettes crie criées
 demain demande développer dieppe distribution
 entreprises erquy especes essayent
 européenne gamme gre halles
 international inverse lien locaux
 maree offre offrir ouverture périodes permettent poissonnier pesent
 produits protéger représentent rester technique travaillent très
 vendent vendre



La répartition des réponses montre que l'intérêt pour cette forme de sécurisation des apports est très variable selon les métiers pratiqués et les régions. Les mareyeurs intéressés par la contractualisation ciblent les navires mono-espèces (y compris pour des petits volumes très qualitatifs comme bar de ligne, coquilles Saint-Jacques, ...) pour éviter le divers, qui est difficile à estimer et valoriser. Certains mareyeurs ne veulent pas de relation contractuelle et rappellent que la vente directe est encadrée réglementairement et nécessite dans certains cas un agrément sanitaire pour le navire.

achat achètent actuellement aléatoire
 autant bar **bateau** bateaux bénéficient
 concurrence conserveries contraintes courreaux
criee criees déjà direct (disparition)
 especes faciles fiabilité fin généralement haute intéressent
 ligne lotte marea meilleure monospécifiques monter
 opaque **passé** pêche pêches **place** porte
 prix réglementation rentable respecter sécuriser sélectifs souhaiter
 traçabilité transactions très uniquement **vente** volumes

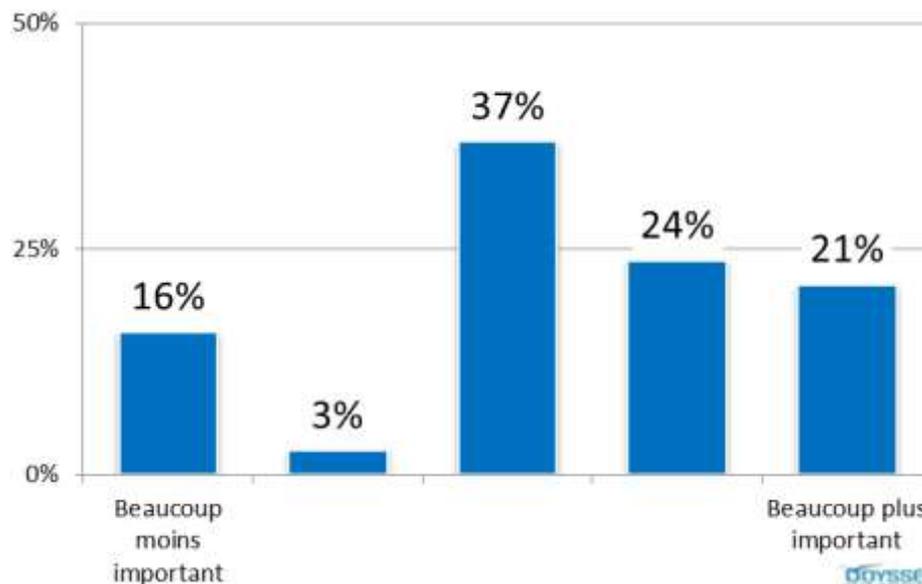




Très peu de mareyeurs se sont dits intéressés par cette option, même si 28 % d'entre eux la trouvent attractive à échéance 5 ans.

Beaucoup de répondants ont insisté sur la « différence des métiers » rappelant que dans un passé proche les déboires de coopératives de mareyage mises en place par des pêcheurs d'une part et d'armements en copropriété avec des mareyeurs d'autre part, ont prouvé que si les deux familles professionnelles sont complémentaires, elles ne sont pas forcément substituables sur leurs métiers respectifs. Ceux ayant répondu positivement sont soucieux du maintien des quotas dans leur port, leur région, voire au niveau national (ex : Hent ar Bugale à Loctudy).

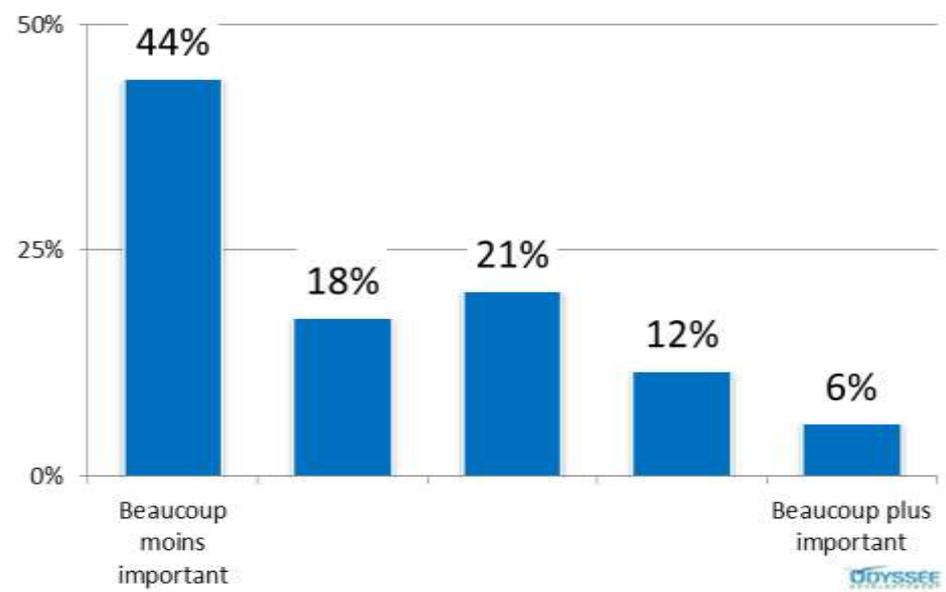
activités actuelle ans apports bateaux but ca
 collective commercialisation contraintes c'été danger
 différents difficulté durable efficacité efficiente enjeux
 entreprise envisagent était ex gestion guerre
 inverse lucien maîtrise mareyage mareyeur
 mareyeurs métier métiers
 mieux moyens nombre non op organiser
 pêche pechent permet petite plutôt possible
 produits revient sécuriser souvent temps tres



Pour quasiment tous les mareyeurs interrogés, le négoce international fait déjà partie des sources d’approvisionnement, ne serait-ce que pour l’espèce phare consommée en France, le saumon.

Pour autant, la plupart des répondants considère qu’il ne s’agit pas d’un axe de développement majeur (37 % des réponses), même s’il demeure une alternative à l’instabilité des cours sous criées ou à l’absence d’apports. Les principales espèces concernées sont le poisson bleu, le cabillaud, la lotte certains crustacés dont la langoustine et la coquille Saint-Jacques.





Parmi les mareyeurs interrogés, très peu déclarent se tourner vers les produits d'aquaculture et faire de ces produits un axe de développement de leurs approvisionnements. Ces résultats sont à mettre en relief avec ceux de l'intérêt d'achat sous criées françaises. L'aquaculture est déclarée intéressante en complément d'approvisionnement, notamment pour le cabillaud, le saumon, les crevettes, le bar et la dorade. A noter, les circuits de commercialisation des produits d'aquaculture sont établis hors mareyage et sont très liés à l'importation.





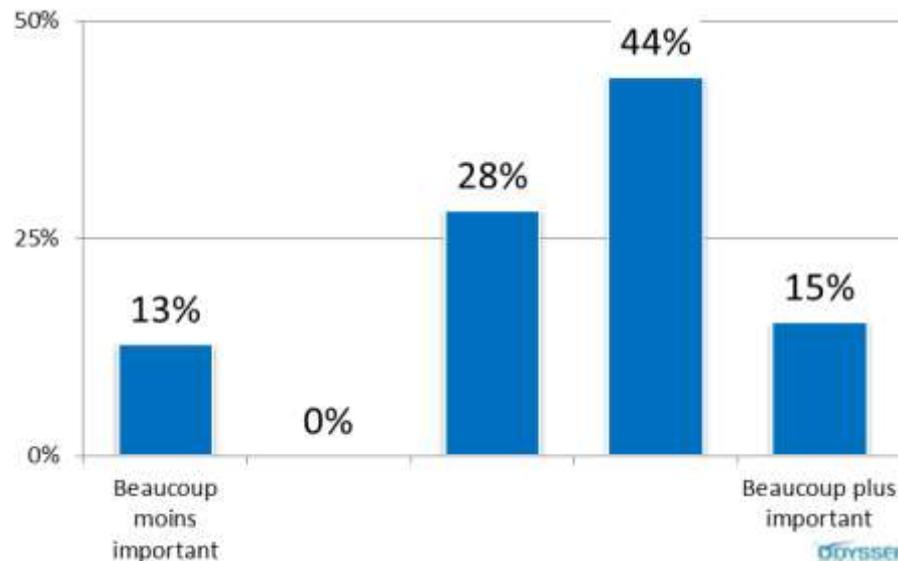
Les défis concernent principalement les moyens à mettre en œuvre pour sécuriser l'accès à la ressource. Pour certains mareyeurs, il est nécessaire de lutter contre la concurrence située à la fois du côté des grossistes (fort pouvoir d'achat sous criée ou via la contractualisation, pas d'atelier de mareyage, ...) et des poissonniers et acheteurs étrangers qui de plus en plus achètent sous criée.

Certains ont évoqué la crainte de la disparition de ce métier trop souvent considéré comme « intermédiaire » et du fait de la concentration des entreprises ; le défi consiste à faire reconnaître leurs savoir-faire et valeur-ajoutée qui ne sont pas toujours clairement perçus. La pression des lobbies environnementaux est considérée comme une véritable menace, notamment par des mareyeurs localisés sur les ports de pêche, défi : « ne pas se faire manger par les écologistes », tout en restant dans une gestion précautionneuse des pêcheries.



II. LES ACTIVITÉS

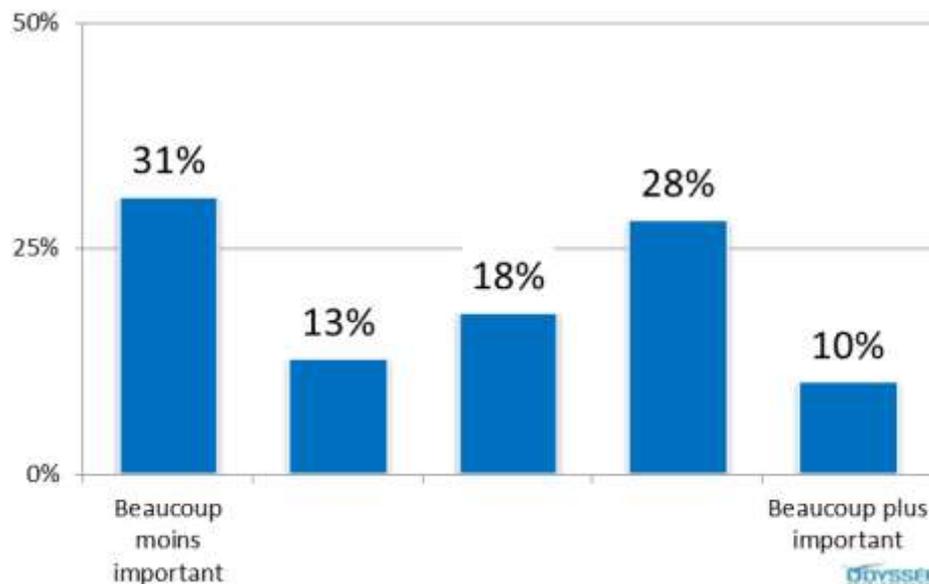




Une majorité de répondants mise, à échéance 5 ans, sur la transformation (considérée ici comme toute intervention sur un produit brut, de la simple découpe jusqu'à surgélation, cuisson, ...) comme source de valeur-ajoutée.

Les mareyeurs ont indiqué que pour les produits de pêche artisanale, la répercussion des coûts (notamment main-d'œuvre) est difficile du fait du prix d'achat élevé et volatil de ces produits haut de gamme donc faiblement adaptés au marché des produits transformés.

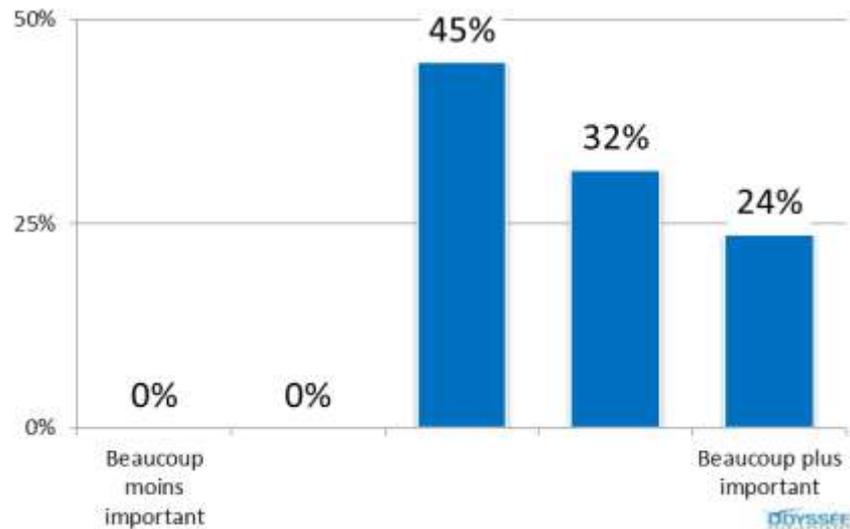




Un frein important est relevé par les mareyeurs réticents à développer l’usage d’outillages mécanisés dans leur atelier du fait des conditions du milieu jugées très agressives pour ces process fragiles : froid, humidité, cadences...

Là encore, la mécanisation est surtout prisee par les mareyeurs spécialisés sur les espèces à fileter et peu par ceux installés sur des criées artisanales où le prix moyen est élevé. La mécanisation est pour certains une réponse à la pénurie ou au coût de la main-d’œuvre. Le filetage main est toujours considéré qualitativement.

artisanal bretagne ca charges conditionnement contraignant croissante cuisson
 déjà développer devient électronique
 envisageable evolution facile faits
 filetage filets forces froid homme labo limiter machines
 main manuelle manuellement mécanique milieu
 non nouveaux oeuvre outillages permet possèdent
 process produits qualité réaliser
 reconditionnement reste technique tendance transformation
 transformes tres utilise valorise vieille voir



La traçabilité est majoritairement perçue comme une obligation coûteuse déjà intégrée par les entreprises interrogées.

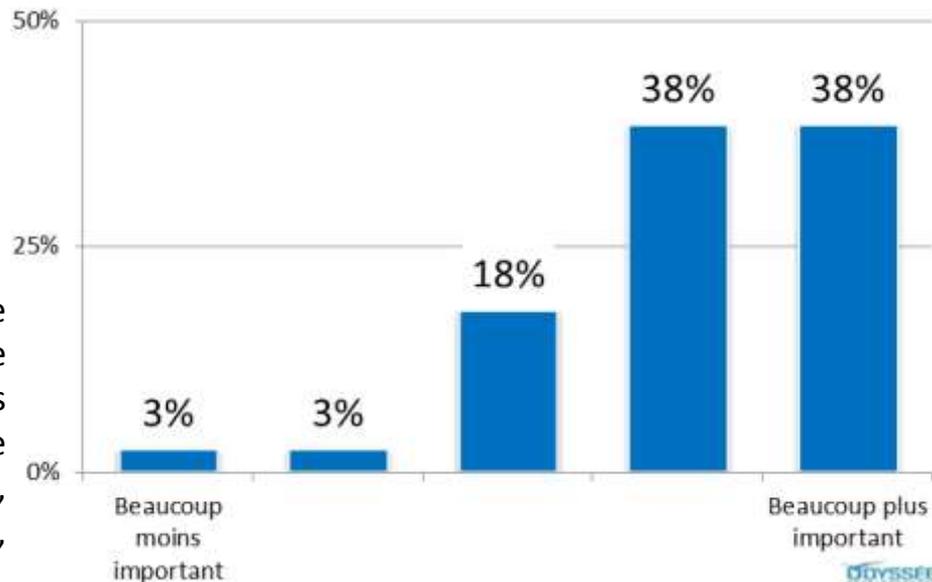
Pour certains la traçabilité ajoute une complexité administrative, un risque important de contrôles sans pour autant répondre à l'attente sociétale de clarification des informations liées au produit. La traçabilité ne garantit pas totalement l'absence de fraudes.

Pour une partie des mareyeurs, la traçabilité fiabilise le processus suivi par le produit, depuis sa pêche jusqu'à sa consommation et ce, en particulier pour les produits « à risques » (poissons en haut de chaîne alimentaire, risque anisakis, ...) et rassure les consommateurs.

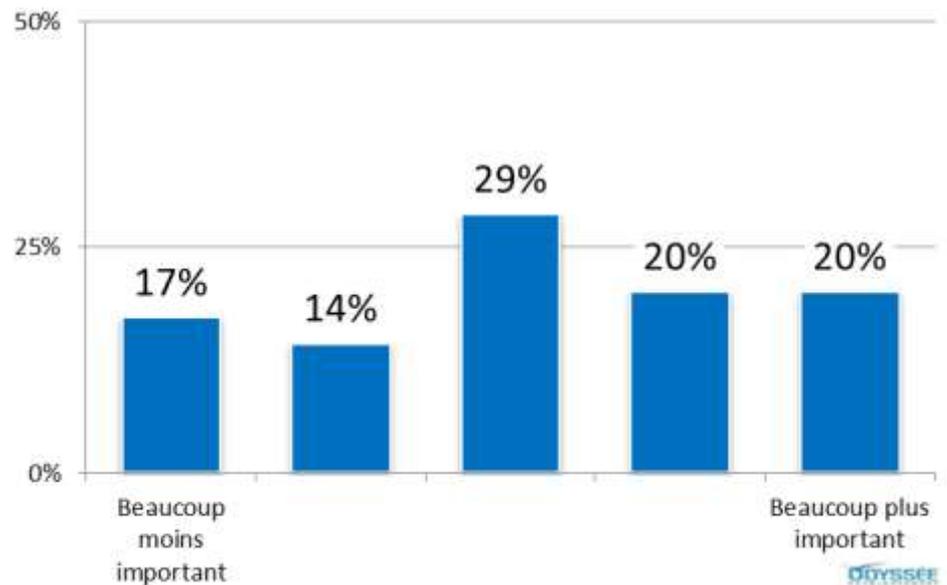
administratif applicable circuits clientèle **clients** conséquences
 consommateur **deja** demande difficile due
 courts **deja** demande difficile due
 enjeux erp faitail fin **fraude** hausse important
importante incitant investissements journalistes
juste lots lourds mieux milieu **obligation** part
 passer pêche positifs possibilité preuve **produits** règle
reglementation reste sociales temps
 tendance terme tres triche volontaire vraiment



L'utilisation d'internet est extrêmement répandue auprès des répondants qui le considère comme « le fax d'aujourd'hui ». A échéance 5 ans, les mareyeurs interrogés pensent que l'augmentation de l'usage d'internet sera dépendant de la fiabilisation – ou non, de l'achat à distance sous les halles à marée, notamment à travers un agréage qualité.



abandonno **achats** achete acheter acheteurs
 agréage bateaux clientele commande connaître coût **criee**
criees deja demain différentes espagnol fax
 fiabilité forcément fort gros halles hausse important
 internet malheureusement maree mieux mis
 none obligation obligatoirement observée parfaitement pêche physiques
place précis produit **qualite** regarder rentabilité
 saturation techniques **telephone** vente vis-à-vis votre yeux

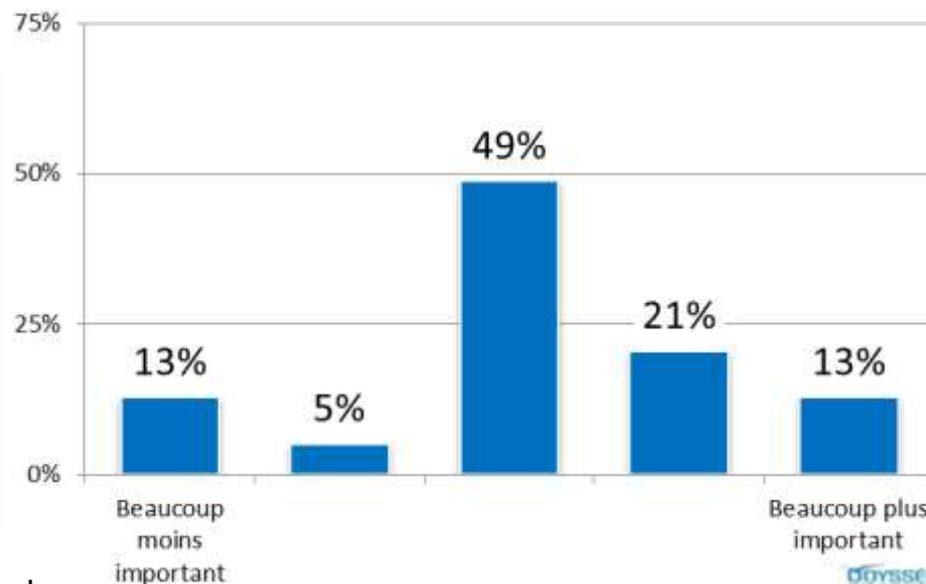


L'utilisation d'internet est plus contrastée au niveau des ventes. Beaucoup de mareyeurs ont indiqué que leurs actions commerciales sont encore majoritairement effectuées par téléphone. Cette question a permis d'insister sur le fait qu'un mareyeur a une action de vente proactive vers ses clients pour leur proposer « la cueillette du jour » à la différence du grossiste qui reçoit une commande, indépendamment des apports sous les halles à marée.

achats achètent ancienne appel attente
besoin centrales chefs **clients**
 commande commandes **contact** cotes
 cotinière cuisine déjà distribution fax fidèles hausse
 hauts histoire idem impersonnel info **internet** ligne
 logistiquement marchand mareyeur
 métier **non** objectif **place** présente
 presque produits propre relations résultats sait semble supplémentaire
 système **telephone** uniquement
 utilisent vente vivant vrai



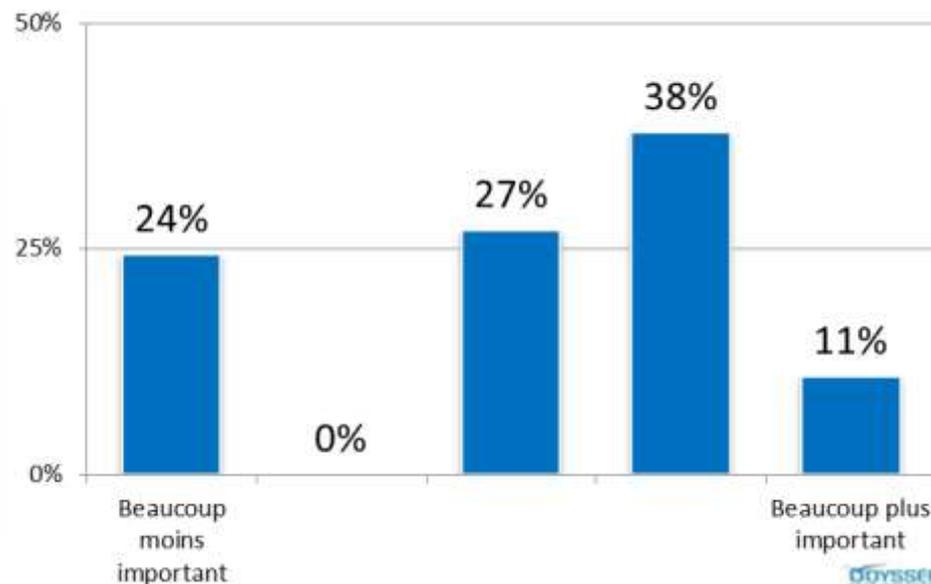
17. La grande distribution



Pour une grande majorité des répondants, la Grande Distribution est un client important sans pour autant être un axe de développement dans les 5 ans.

Les mareyeurs distinguent la politique des plateformes de celles des magasins qui organisent leurs achats. Beaucoup ont indiqué être à la recherche de nouveaux modes de commercialisation (direct / internet / via de nouveaux produits : sushi shop, bar à crevettes, ...). Cette tendance est liée à la nature et au prix des produits qu'ils travaillent, notamment des espèces de petite pêche ou pêche côtière dont la variabilité des prix et des volumes ne correspond pas aux exigences de la GMS.



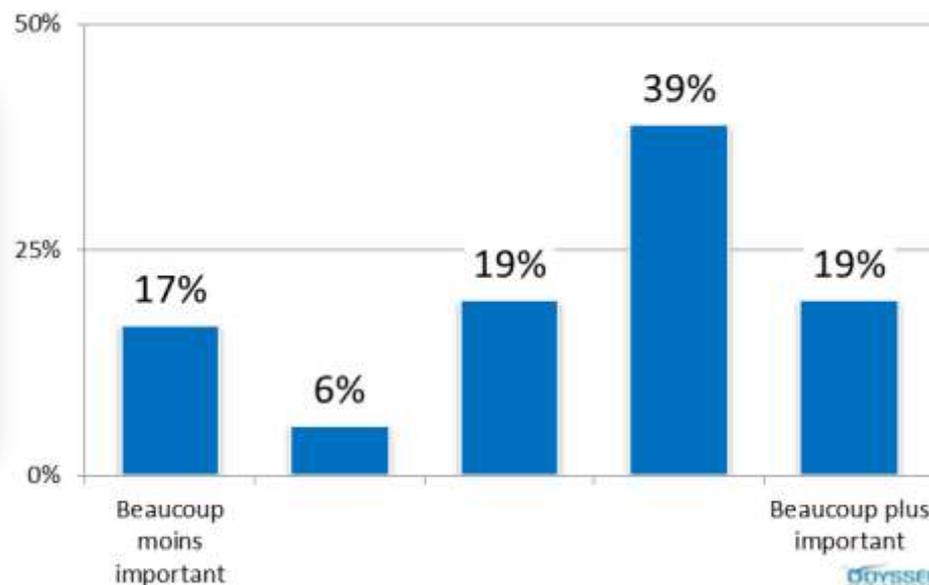


La restauration hors domicile est un secteur d'avenir pour plusieurs mareyeurs de grande taille qui s'appuient sur l'évolution des usages français en matière alimentaire. Ainsi la RHD en restaurants collectifs est en augmentation, et la restauration gastronomique suit également une tendance ascendante en appui sur la société des loisirs en développement (sauf évènement majeur). L'absence d'informations sur le produit au niveau des restaurants favorise cependant les produits surgelés, voire transformés et pour partie, l'importation et l'aquaculture.

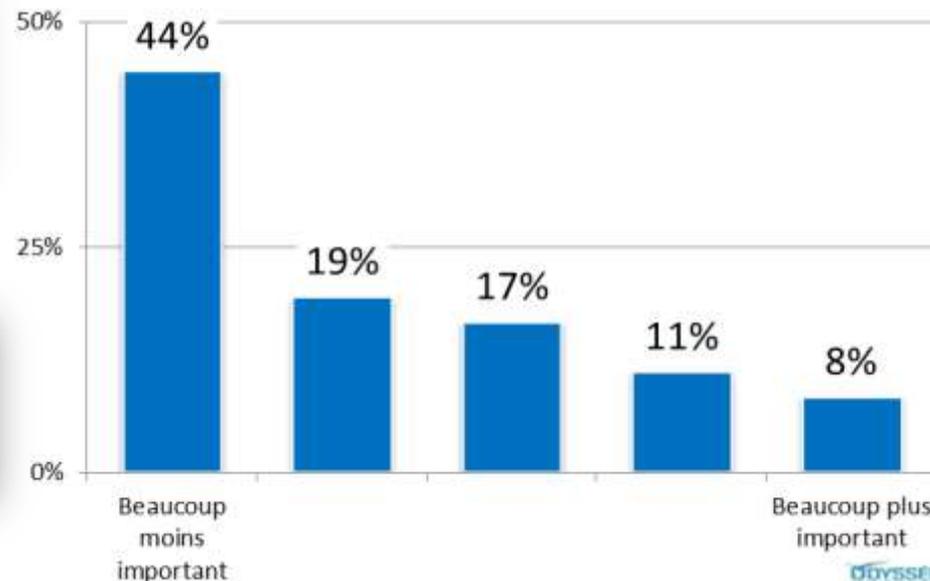
adaptees clientele
 infrastructures kg non
 prevu restauration
 absence adaptées aimerait aquaculture augmenter bénéficiaire
 besoin chaînes commerciale concurrence congelé
 consommateur contexte développer fermier fournissent grèves importation
 moyennes nombre paye payer poche poupe pousser
 structures tirée traiteur transport très uniquement vendre vent vie



Historiquement le mareyage français s'est situé entre les fortes zones de production de Nord Europe et les grandes zones de consommation du Sud, avec une priorité pour l'Espagne et l'Italie qui sont très demandeurs de produits de la mer. L'attractivité du marché français et les difficultés économiques de ces pays sont à l'origine d'une attractivité moindre de ces zones d'exportation. L'export est citée comme une orientation d'avenir intéressante par près de 60 % des personnes interrogées. Les zones considérées attractives sont l'Allemagne, les pays de l'Est et du Nord de l'Europe.



activite activites adaptent allemagne assistante bonnes change
 clientele consommateurs contraintes cours crée danger débarques depend
 développer diversifiée économique **espagne** experience
 export exporter filiales fragile gamme gros importants
italie langue locales malheureuse mise non nouvelles offre
 opportunité opportunités **pays** perspectives portugal possible produits
 recherche recrutée remise reste semble sources tendance vocation



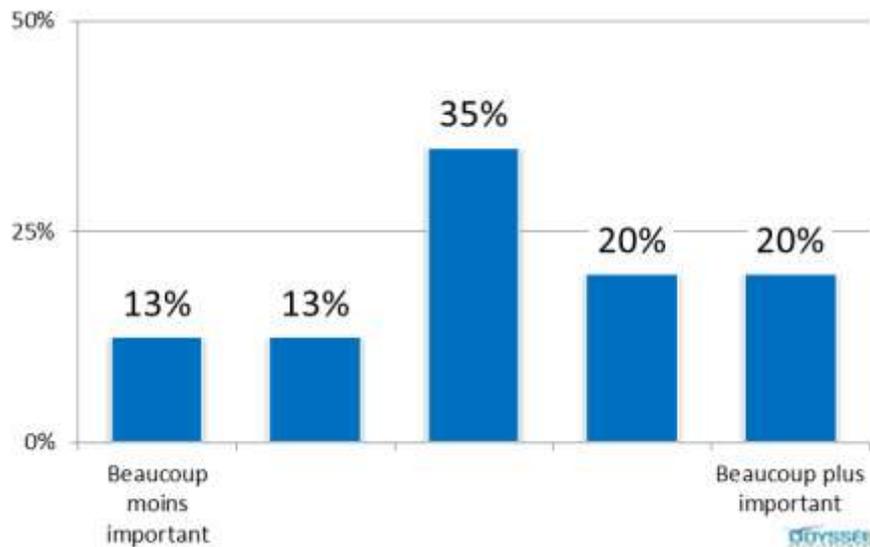
Peu d'entreprises situent leur développement d'activité en direction de l'export hors Europe. Les raisons sont liées à l'attractivité de la demande nationale et la relative facilité d'accès aux marchés européens. Le « Grand Export » est considéré attractif sur la question des prix qui y sont pratiqués (Golfe persique ...) et de l'importance de certains marchés (Chine, Asie en général). Ce marché international requière un vrai savoir-faire pour s'affranchir des contraintes réglementaires (sanitaires, douanières, ...), des coûts et aléa de transport et de la barrière linguistique et culturelle.

administratif almerait avenir bar barrières charges chelle complexe
complique comprennent cours courte dépend devenir douanes
 exporter faiblesse faudrait français genre grande intéressants kg langage ligne local
 locales mal masse mise niche **non** normes opportunités organise
prix produits rentable revient saumons secu structurée
 surgelés tetes **transport** tres vague valeur valorisation valorisées



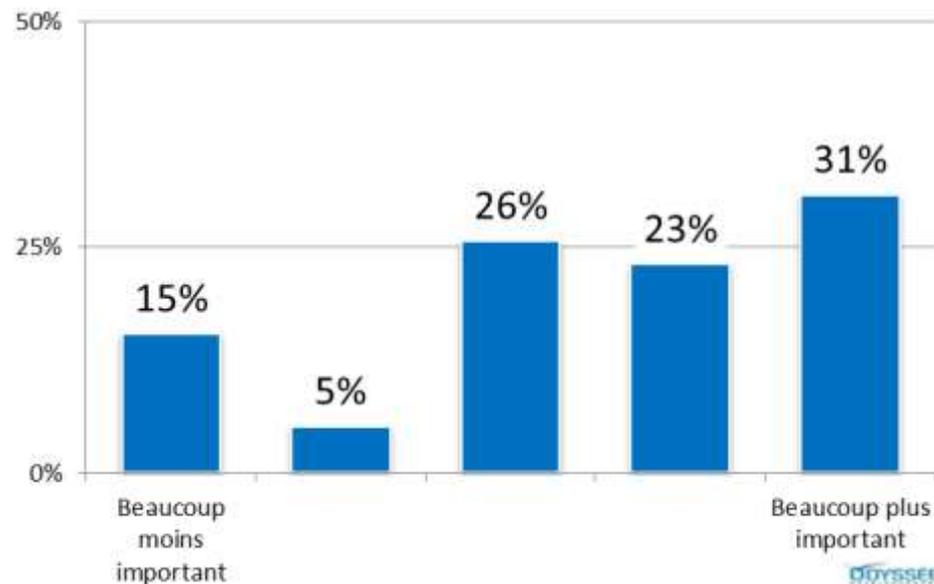
III. LES MARCHÉS (TYPE DE PRODUIT)





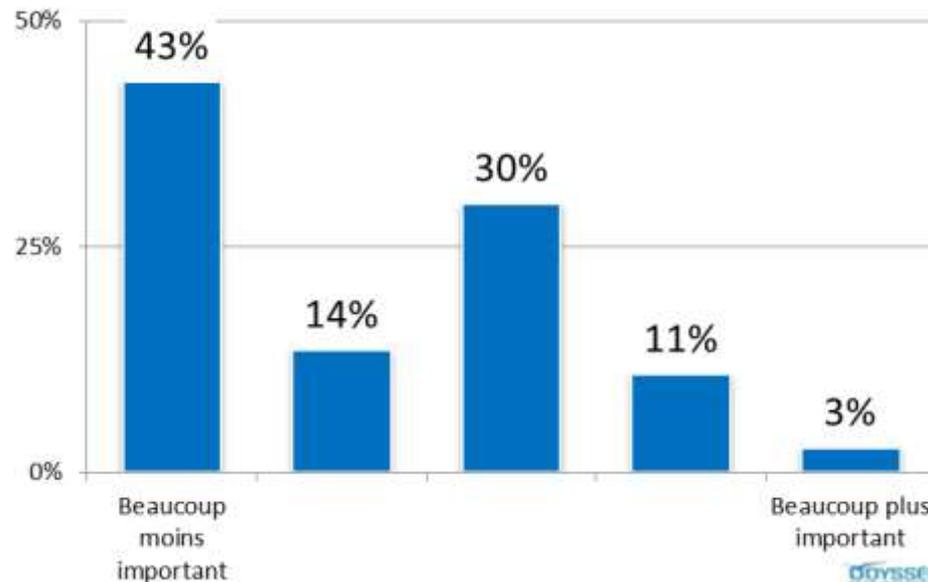
Pour beaucoup d'entreprises interrogées, aucun changement n'est prévu sur la gamme de produits travaillés. A échéance cinq ans, les produits entiers sont considérés comme conservant de la valeur vis-à-vis des attentes du marché, notamment pour les espèces de petite pêche à forte valeur-ajoutée (sole, bar, maigre, dorades, ...). Le produit entier est pour beaucoup « le cœur de métier », même si les jeunes consommateurs sont moins en demande sur cette gamme de produits.





Une majorité d'entreprises souhaite augmenter leur gamme de produits transformés sans forcément que ceux-ci ne se substituent aux produits entiers. Pour les mareyeurs installés sur les ports, la transformation s'entend souvent comme de la découpe / valorisation « à façon », en s'adaptant à la demande de chaque client. Ce travail spécifique « à la demande » est un élément de différenciation vis-à-vis des grossistes, qui proposent un catalogue de produits qui est figé.

actuellement adapter avenir axe chaîne client
 clients demande conserve cuire darnes
 français hausse marche mareyeur métier non oui poissonniers position prêts
 produit quasiment recherchent recherches savoir-faire
 semi-fini soles spécifique transformés valorisant vendent

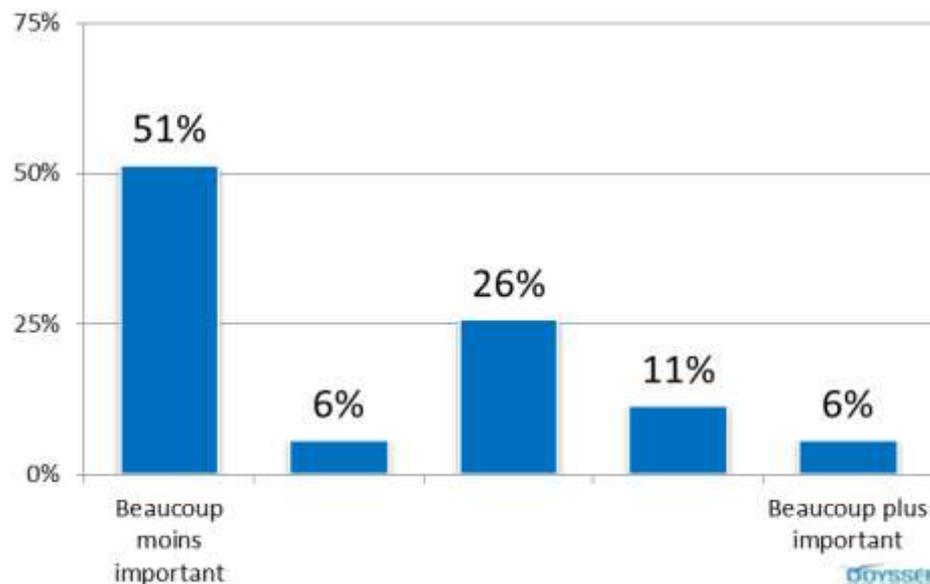


La grande majorité des répondants ne projette pas de développer la surgélation qui reste un mode complémentaire de conservation des produits et non un axe de valorisation. Cette réponse est particulièrement marquée pour les mareyeurs localisés sur les ports de pêche qui ont accès à des produits de pêche fraîche à qualité et valeur-ajoutée fortes.

La surgélation permet de lisser la forte volatilité (en prix et en volume) de certaines espèces comme les poissons bleus et les céphalopodes.

adapte année approvisionnement atelier bar cible client complément
 conditionnement délicate demande effets effondrement exactement façon fêtes
 fin **frais** français gambas gamme gestion jamais justes langoustine lies
 lineariser liser majoritairement même memes mieux **non**
 organisation **oui** pièce préféré production remarque saisonnalité sait semble
 significatives sous-traiter stagnation structure très valorisées vendre **ventes**





A l'exception de la production de soupe et dans certains cas de la conserverie, les mareyeurs interrogés ne s'orientent pas vers les produits traiteurs considérant que c'est un autre métier que le leur, qui nécessite des outillages et des savoir-faire qu'ils ne possèdent pas forcément. Le métier du mareyeur reste axé sur le produit frais (« la cueillette du jour ») et sa valorisation par une mise en œuvre rapide sur le marché de destination.

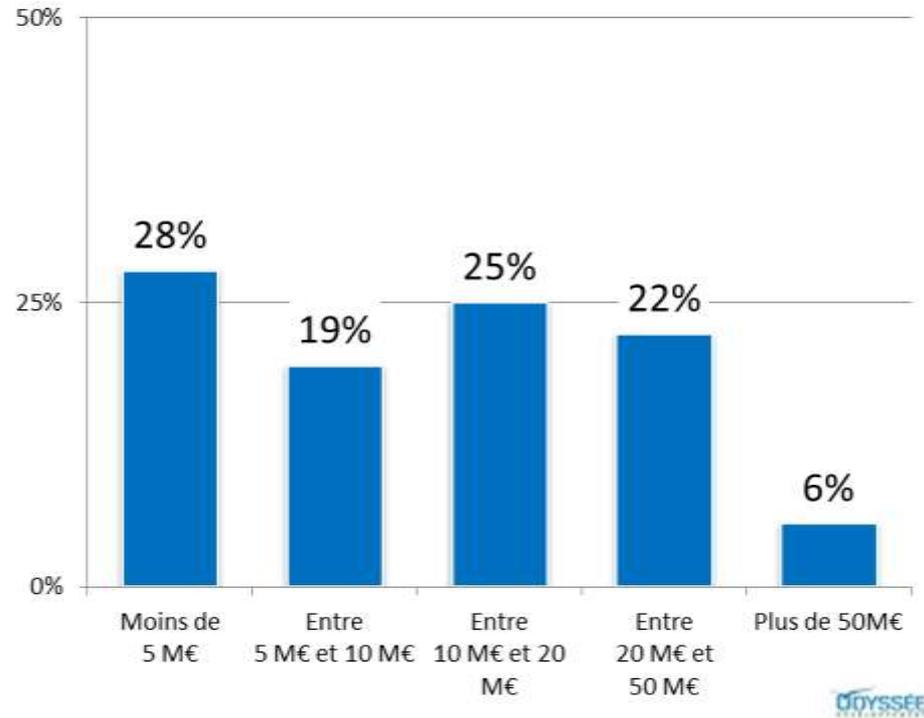
absolument, adaptes avenir charcutiers clientele competitiv concernes developpe
difficile eleves exemplif facile francaise gamme grandes marche mareyage
mareyeurs matiere metier mieux **non** oui part
premiere prix progresse rapport reussir **soupe** specifics structure
structures traditionnelles traditionnels vendent vente vite





IV. L'ENTREPRISE

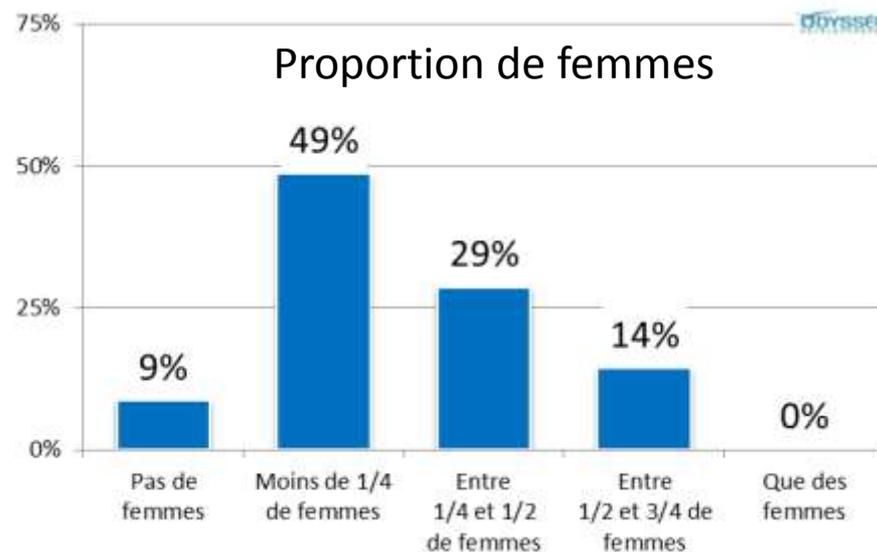
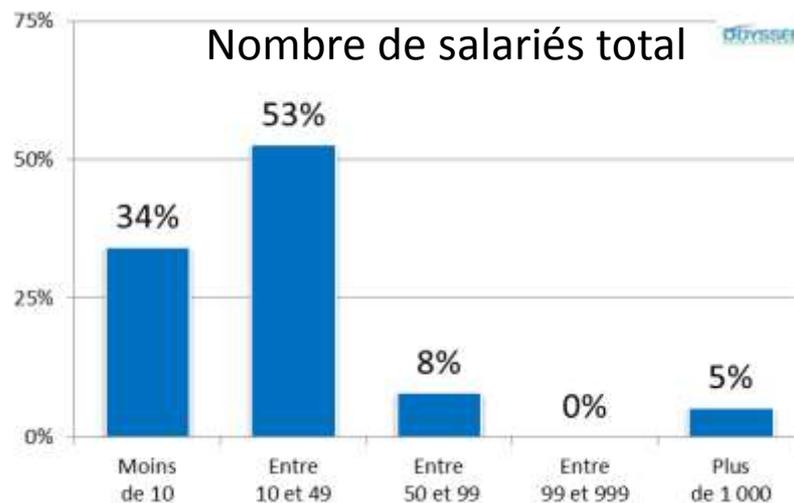




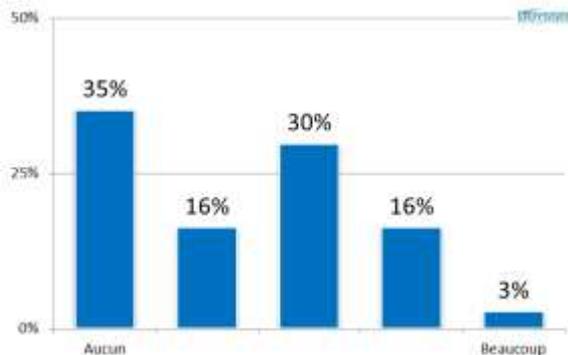


Pour les entreprises interrogées, la part des femmes dans l'effectif global reste faible. Les postes pourvus par des femmes sont souvent concentrés dans l'administratif, la RH et la gestion financière chez les mareyeurs.

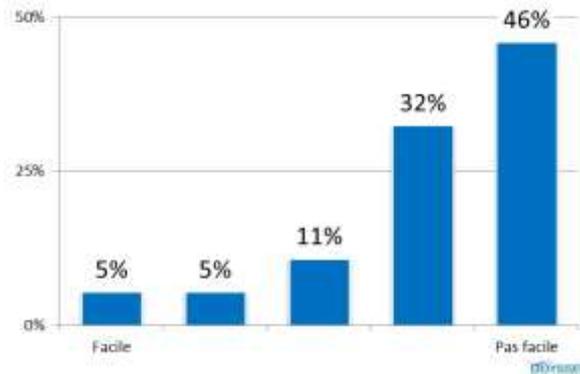
Pour les métiers d'ouvrier de marée, les postes sont spécialisés H/F en fonction notamment de la pénibilité (poids et taille des espèces). Pour rappel, tous secteur confondus le taux de féminisation pour l'ensemble de l'économie française est de 49 % (2013).



Nombre de recrutement



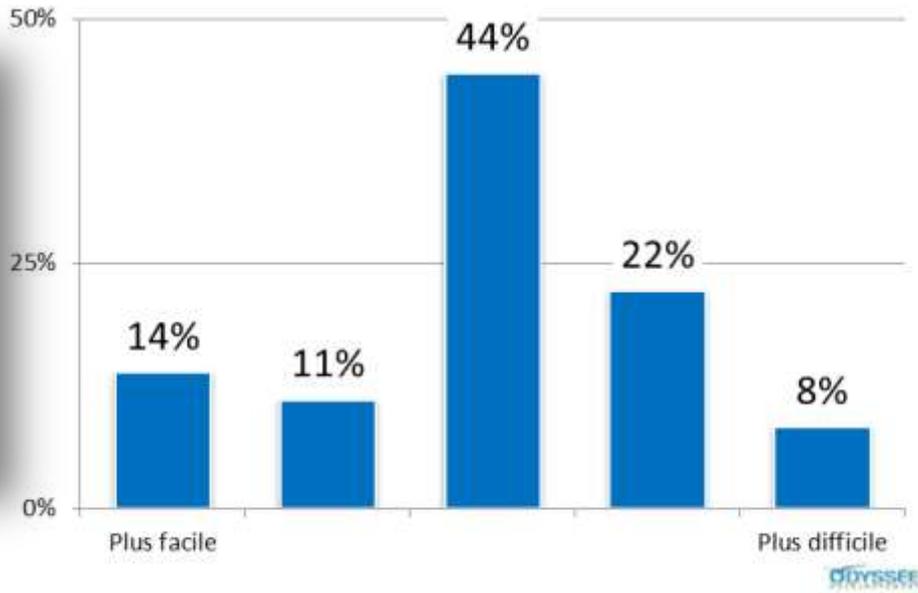
Facilité de recrutement



Pour une majorité d'entreprises, le recrutement de collaborateurs qualifiés rencontre de vraies difficultés. Pour certains, elles sont dues aux caractéristiques du métier et à sa pénibilité en termes d'horaires et de cadence de travail. Pour d'autres, il existe un frein géographique notamment lié à la difficulté pour les conjoints de trouver un emploi en zone peu urbanisée et au coût des loyers en région touristique. La difficulté de recrutement concerne principalement les emplois d'ouvriers du mareyage et, dans une moindre mesure, les commerciaux et les fonctions support. Le recrutement est particulièrement difficile chez les jeunes peu attirés par ces métiers.

affiche alternance ans attrayant changeants commercial
 compliqué compliqués conditions conjoint contraintes
 difficile dispose embauche entreprises
 entreprise évidente facile faut formations forme français
 froid garde géographique horaires
 jeunes le lieu loyer malgré manque même
 métier noir nuit offre sterron pleins poisson politique
 problématique qualifiés sites sociales suivi travail
 travailler très trouver

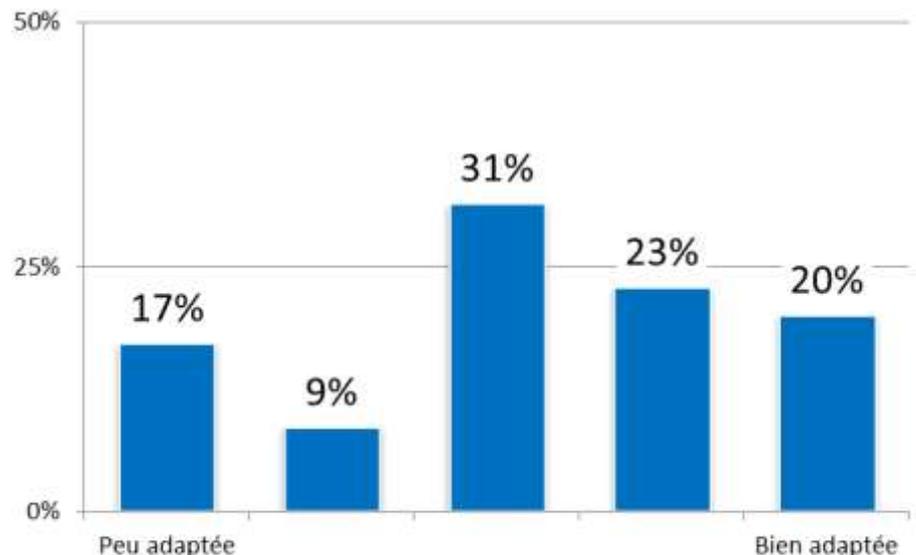




La plupart des entreprises a indiqué ne pas avoir de difficultés à fidéliser leur personnel à l'exception des plus jeunes. Le turn-over est ainsi rapide et fort chez les nouveaux entrants dans les métiers du mareyage ce qui est imputé aux contraintes de ce secteur en terme d'horaires notamment et de pénibilité pour certaines tâches. Ce point est pour toutes les entreprises interrogées un enjeu important.

actuelle âgées ancienne bonne difficile difficulté emplois entreprise
 équipe évaluer facile fidèle fidèles grande
 important jeunes maintenance mal
 management mois nouveaux null **over** pense personnel personnes
 postes recrutements restent technique tenir travaille **turn** **turn-over** tres





La formation professionnelle ne pose pas de problème pour la plupart des entreprises. Un volume assez important précise que les formations dispensées sont bien adaptées, en particulier via l'apprentissage.

Certaines entreprises ayant beaucoup de personnel ont préféré internaliser les formations en particulier pour les recrues les plus jeunes.

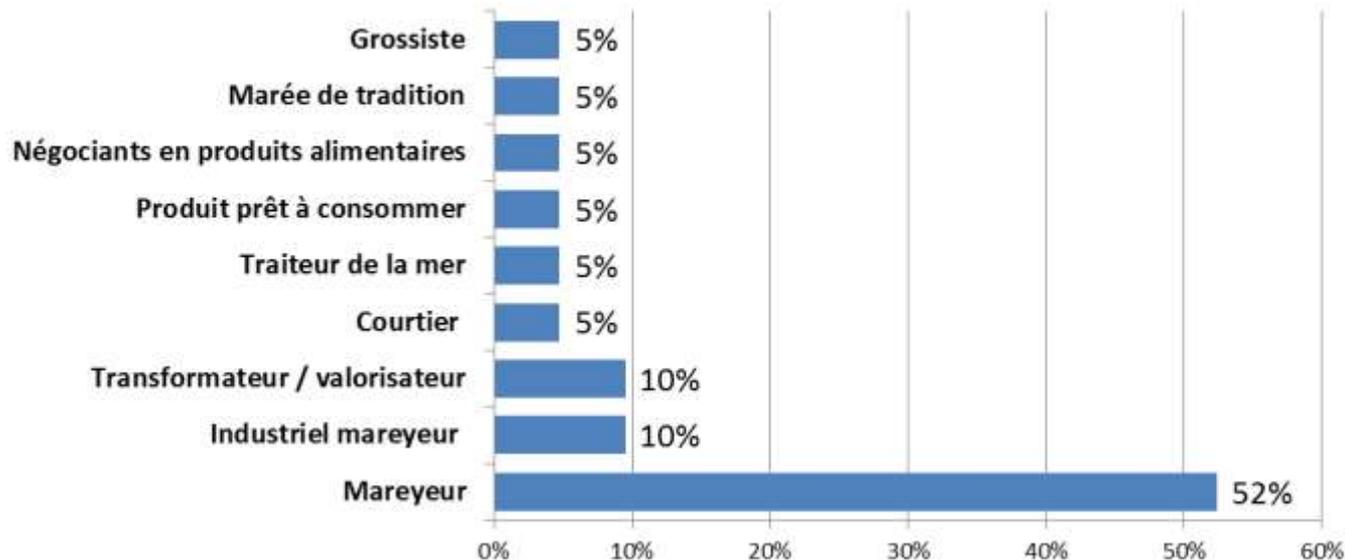
adaptee alternance année apprendre apprentissage
 attirer bonnes cas centre centres conditionnement connaissent
 connaître délibérée difficultés empirique emplois existe filetage formées
 grande initiale **interne** jeunes jours langues lycées
 mal mareyage mareyeur maritimes mauvaise métiers motivation noms
 ok ouvriers personnes place poisson prévoient problème
 professionnels profits
recrutement tas transformation tres
 volonté voudraient



avancer circuits commercialisation **complique** coroscience
consommer davantage différencier
distribution ecosais ensemble entreprise faut fidéliser filières fonction formation
forme gemmes **gms gros** handicap foratres
investissements irremplacable limitent **mareyage**
marges metier mondialisation non
personnel poisson prendre pret **prix**
probleme produits profession reconversion réduction risquent
saumon statistiques technique **tres**
trouver vite voit vrai



Quel sera le nom du métier dans 5 ans ?



activite alimentaires brut changement completives correspond
 courtier cul deja derriere difficile disparition encheres europeennes evoluer
 evolution
 juridique marche maree mareyage
mareyeur meme mer
 metier mondialisee normes obligation pleine poisson poissonnier
 pret probleme produit produits rapport ressources specialise terme
 touche tracabilite traiteur vrai

Cette question a donné à réfléchir. **Beaucoup de mareyeur sont attachés au nom historique de leur métier** même s'ils concèdent qu'il est en évolution, pour certains vers un rôle de « courtier-négociant » ou de « valorisateur ». **L'intérêt pour ce métier est ici ressorti de façon forte.**

Métier exigeant considéré comme un « métier de passion » qui doit s'adapter aux exigences du marché, à l'attente des jeunes salariés et à un contexte où l'environnement est une préoccupation majeure.



Fin

**Merci de votre
attention.**

Réalisé par l'équipe Odyssee Développement
Présenté par Leslie WIDMANN, Directrice-fondatrice
www.odysseedev.com

