

Assurer la consommation collaborative

Automobile, Habitation

Quelle offre équilibrée et innovante proposer en 2016 sur le marché français ?

*Présentation de l'étude
1ère édition, France*

- 102 pages
- 2.818 utilisateurs de consommation collaborative interrogés

Présentation

Si les mutuelles bénéficient d'une légitimité et d'une crédibilité sur le potentiel avéré du marché des assurances sur les plateformes de consommation collaborative, ce seront les acteurs qui sauront orchestrer au mieux les garanties et services qui performeront

Le marché croissant des plateformes de consommation collaborative

1 Français sur 4 a eu recours à la consommation collaborative au cours des 12 derniers mois, automobile en premier lieu (20%), puis habitation (14%). Une utilisation qui devrait continuer de progresser pour concerner près de 3 Français sur 10 en 2017. Un potentiel de non utilisateurs à convaincre en améliorant la connaissance de ces plateformes et en levant leur défiance. Le co-voiturage est le plus prisé sur les plateformes automobiles, devant la location. L'essor de l'auto-partage, pratique en retrait pour le moment, est prometteur. La location de logement est de loin la forme la plus utilisée sur les plateformes habitation. Pour autant, les solutions d'échange ou couchsurfing enregistrent un intérêt croissant sur les 12 prochains mois.

En habitation, un potentiel de souscription 2 fois plus important chez les propriétaires que chez les locataires, identique dans le domaine automobile

Que ce soit en matière automobile ou d'habitation, ce sont les utilisateurs masculins, CSP +, les plus favorables à la souscription d'assurance sur les plateformes de consommation collaborative. Auprès des locataires&utilisateurs, c'est dans le sud-ouest qu'on trouve le plus d'intérêt (pour l'automobile) et auprès des urbains pour l'habitation. Auprès des propriétaires, c'est la population d'Ile-de-France qui s'y montre plus favorable et ce, que ce soit pour l'automobile ou l'habitation. Que ce soit pour la notoriété et l'utilisation, en automobile et en habitation, 1 seul leader incontestable performe très largement en tête respectivement chacun dans son domaine.

En volume, le marché des assurances en matière de plateformes de consommation collaborative se concentre auprès des propriétaires d'habitation et des locataires&utilisateurs d'automobiles

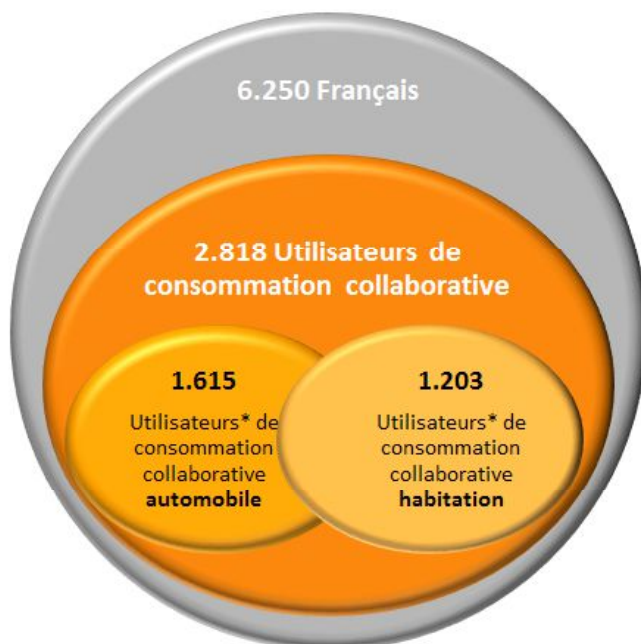
L'intérêt pour les assurances habitation sur les plateformes collaboratives est notoire notamment pour les propriétaires puisque 78% d'entre eux envisagent d'y souscrire (52% pour les locataires). Cet intérêt est plus faible sur les plateformes automobiles puisque moins d'1 utilisateur sur 2 (propriétaire et locataire&utilisateur) se déclare intéressé par ces assurances. Le double emploi avec l'assurance actuelle et le budget sont très nettement avancés par les conducteurs assurés. Parmi les 31 garanties soumises aux propriétaires d'habitations, c'est clairement « l'indemnisation en cas de blessure » et les « services d'assistance » qui arrivent en tête. Auprès des utilisateurs de la consommation collaborative automobile (locataire et propriétaire), c'est le « rachat de franchise » et « l'appel automatique de l'assistance en cas de choc » qui arrivent en tête. Pour ce qui concerne la légitimité et la crédibilité à proposer une offre de consommation collaborative, les mutuelles tirent particulièrement bien leur épingle du jeu et cela autant pour les propriétaires que pour les locataires, autant pour l'automobile et que l'habitation.



Echantillon

2.818 utilisateurs* de consommation collaborative ont été interrogés par Internet entre le 25 janvier et le 1er février 2016 auprès de 6.250 personnes représentatives de la population française âgée de 18 à 75 ans.

Plus précisément, la décomposition des sous-échantillons se présentait de la façon suivante :



Les répondants à l'enquête sont tous membres de notre communauté de 60.000 panélistes : <http://www.panelia.fr> (propriété ARCANE Research).



**Utilisateurs réel (au cours des 12 derniers mois) ou potentiels (au cours des 12 prochains mois)*

59 garanties et services soumis à analyse

28 garanties «automobile» soumis à analyse

1. Bris de glace
2. Renfort de bris de glace, qu'en pensez-vous ?
3. Renfort bris de glace
4. Incendie
5. Vol du véhicule
6. Evènements climatiques
7. Catastrophes naturelles reconnues
8. Catastrophes technologiques (usine, chantier,...)
9. Dommages au véhicule tous risques
10. Dommages matériels subis par le véhicule assuré lorsqu'ils résultent d'un choc entre le véhicule assuré et un corps fixe ou mobile (un autre véhicule, un animal, un piéton...) ou d'une immersion, avec ou sans collision préalable, qu'en pensez-vous ?
11. Pannes mécaniques (frais de réparation liés à une panne d'origine fortuite)
12. Vandalisme
13. Equipements complémentaires, accessoires hors-série»(appareils audiovisuels, jantes spéciales, attache caravane, galerie toit ouvrant, rideaux...),
14. Valeur d'achat
15. Indemnisation renforcée (après l'expiration du délai de la garantie valeur d'achat)
16. Dommages au véhicule en cas de location avec option d'achat ou location longue durée
17. Vol des effets personnels et accessoires qui couvre le vol des effets et objets personnels transportés par le véhicule assuré
18. Dommage aux effets personnels et accessoires» qui couvre les dommages causés aux effets et objets personnels transportés par le véhicule assuré
19. Achat / Revente qui protège l'assuré des pertes financières survenues lors de l'achat ou de la revente du véhicule assuré
20. Fidélité qui a pour objet le versement d'une indemnité financière suite à la destruction totale du véhicule, déclaré irréparable par un expert (indemnité accordée seulement si vous assurez le nouveau véhicule auprès du même intermédiaire d'assurance),
21. Recherche du véhicule volé qui permet dans le cas d'un vol du véhicule assuré, dès déclaration et réception du dépôt de plainte auprès des autorités de police ou de gendarmerie, de déclencher la recherche du véhicule grâce à un boîtier installé, qui localise le véhicule
22. Rachat de franchise qui permet de diminuer voire supprimer complètement la franchise, moyennant une augmentation de la prime
23. Assistance aux personnes classiques (ex : lorsqu'un bénéficiaire est blessé, tombe malade lors d'un déplacement, ou rencontre des difficultés à l'étranger)
24. Assistance au véhicule en cas de panne ou d'accident (dépannage, remorquage, l'envoi de pièces détachées, l'hébergement des passagers immobilisés par la panne ou leur rapatriement, ainsi que le rapatriement du véhicule, etc..),
25. Assistance au véhicule 0km
26. Appel automatique de l'assistance en cas de choc qui a pour objet de détecter un accident potentiel et d'alerter le prestataire d'assistance à l'aide d'un boîtier installé à cet effet
27. Véhicule de remplacement (mis à disposition de l'assuré en cas d'accident, de panne ou de vol
28. Renfort véhicule de remplacement» (jusqu'à 2 ou 3 semaines)



31 garanties «habitation» soumis à analyse

1. Indemnisation à la « valeur de reconstruction » du logement (prix de reconstruction au moment du sinistre, auquel on retranche ensuite la valeur estimée de la vétusté)
2. Indemnisation à la « valeur à neuf » c'est-à-dire sans appliquer de vétusté quel que soit l'âge du bien
3. Capital mobilier automatiquement accordé en cas d'incendie, d'événements climatiques ou de catastrophes naturelles
4. Indemnisation en valeur à neuf de meubles et objets de valeur en cas de sinistre
5. Indemnisation en valeur à neuf d'équipement électroménager, vidéo, hi-fi, informatique dans une limite d'âge maximum (jusqu'à 5 ans) en cas de sinistre
6. Extension de la garantie incendie au mobilier en plein air
7. Prise en charge des enfants mineurs en cas de sinistre
8. Prise en charge des animaux de compagnie (chiens et chats) en cas de sinistre
9. Indemnisation en cas de blessure intervenue lors d'un sinistre dans le domicile
10. Accompagnement psychologique pour aider à surmonter un traumatisme en cas de sinistre
11. Prise en charge du retour d'urgence au domicile si vous étiez absent au moment du sinistre
12. Avance de fonds en cas de sinistre pour régler les frais de première nécessité suite au passage de l'expert
13. Remboursement d'emprunt ou de loyer : mensualités prises en charge pendant le temps nécessaire à la remise en état de l'habitation
14. Prise en charge des frais de relogement si votre habitation est inhabitable suite à un sinistre
15. Aide à la recherche d'un logement provisoire en orientant vos recherches vers les organismes compétents, et en vous guidant dans vos différentes démarches
16. Prise en charge des pertes pécuniaires annexes en cas de sinistre (honoraires des décorateurs, des bureaux d'études, de l'expert que vous avez désigné pour estimer vos biens sinistrés,...)
17. Transfert du mobilier dans un garde-meuble, si votre mobilier doit être entreposé hors de votre logement sinistré
18. Tempête (prise en charge des frais d'abattage des arbres)
19. Inondation (plus besoin d'attendre un arrêté Catastrophe Naturelle)
20. Avalanche
21. Alerte SMS (en cas de tempête, inondations, fortes chutes de neige, ...)
22. Dégâts des eaux
23. Installations extérieures et dépendances
24. Installations et équipements intérieurs
25. Equipements électroniques nomades
26. Equipements de sports - loisirs
27. Biens de valeur
28. Biens médicaux ou professionnels
29. Sécurité dans et hors domicile
30. Assistance
31. Juridique



Une vingtaine d'assureurs et mutuelles analysés en termes de notoriété et d'image

Automobile

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| 1. AG2R LA MONDIALE | 15. GENERALI |
| 2. ALLIANZ | 16. GMF |
| 3. ALL SECUR (notoriété seulement) | 17. GROUPAMA |
| 4. AMAGUIZ.COM | 18. ID MACIF (notoriété seulement) |
| 5. APRIL (notoriété seulement) | 19. LA BANQUE POSTALE |
| 6. AVIVA | 20. LCL |
| 7. AXA | 21. MACIF |
| 8. BANQUE POPULAIRE | 22. MAAF |
| 9. BNP PARIBAS | 23. MAIF |
| 10. CAISSE D'EPARGNE | 24. MATMUT |
| 11. CREDIT MUTUEL | 25. MMA |
| 12. DIRECT ASSURANCE | 26. PACIFICA |
| 13. EUROFIL (notoriété seulement) | 27. SOCIETE GENERALE |
| 14. GAN | 28. SWISSLIFE |

Habitation

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| 1. ALLIANZ | 13. GENERALI |
| 2. AMAGUIZ.COM | 14. GMF |
| 3. AVIVA | 15. GROUPAMA |
| 4. AXA | 16. LA BANQUE POSTALE |
| 5. BANQUE POPULAIRE | 17. LCL |
| 6. BNP PARIBAS | 18. MACIF |
| 7. CAISSE D'EPARGNE | 19. MAAF |
| 8. CREDIT AGRICOLE | 20. MAIF |
| 9. CREDIT MUTUEL | 21. MATMUT |
| 10. DIRECT ASSURANCE | 22. MMA |
| 11. EUROFIL | 23. SOCIETE GENERALE |
| 12. GAN | 24. SWISSLIFE |



Sommaire du rapport

1. Le marché de la consommation collaborative automobile et habitation

- 1.1. Identification des utilisateurs de consommation collaborative
- 1.2. Freins à l'utilisation des plateformes de consommation collaborative automobile
- 1.3. Freins à l'utilisation des plateformes de consommation collaborative habitation

2. Assurer la consommation collaborative dans le domaine de l'automobile

2.1. Qualification de l'utilisation des plateformes location / covoiturage (propriétaires / locataires)

- 2.1.1. Motifs d'utilisation des plateformes de consommation collaborative automobile
- 2.1.2. Formes de consommation collaborative
- 2.1.3. Taux de notoriété des principales plateformes collaboratives
- 2.1.4. Taux d'utilisation et désirabilité des principales plateformes collaboratives
- 2.1.5. Marques de voitures louées
- 2.1.6. Modèles de voitures louées
- 2.1.7. Organisation de la dernière location de véhicule
- 2.1.8. Fréquence de location de véhicule
- 2.1.9. Durée de location de véhicule
- 2.1.10. Kms parcourus lors de la dernière location
- 2.1.11. Budget de location de véhicule
- 2.1.12. Budget dépensé / généré par la location de véhicule

2.2. Assurances sur le marché des plateformes de location / covoiturage

- 2.2.1. Connaissance des assurances sur les plateformes de consommation collaborative automobile
- 2.2.2. Opinion sur les assurances des plateformes de consommation automobile
- 2.2.3. Intérêt pour les assurances de consommation collaborative automobile
- 2.2.4. Intention de souscription pour une assurance de consommation collaborative automobile
- 2.2.5. Potentiel réel de souscription pour une assurance de consommation collaborative automobile selon le sexe, l'âge et la CSP (locataire vs propriétaire)
- 2.2.6. Potentiel réel de souscription pour une assurance de consommation collaborative automobile selon les revenus, la région et le type de commune (locataire vs propriétaire)
- 2.2.7. Potentiel réel de souscription pour une assurance de consommation collaborative automobile selon le type de consommation collaborative automobile déjà utilisée, le type de consommation collaborative déjà envisagée, le type de véhicule loué et la durée de location (locataire vs propriétaire)
- 2.2.8. Freins à la souscription d'assurance de consommation collaborative automobile
- 2.2.9. Motifs concernant la souscription d'assurance de consommation collaborative automobile



- 2.2.10. Budget en € accordé à la souscription d'assurance de consommation collaborative automobile
- 2.2.11. Notoriété des assureurs et assureurs actuels
- 2.2.12. Image des assureurs selon les locataires / utilisateurs de consommation collaborative automobile
- 2.2.13. Image des assureurs selon les propriétaires de consommation collaborative automobile
- 2.2.14. Perception du rôle des assureurs

2.3. Design de l'offre la plus équilibrée et innovante et caractéristiques du contrat d'assurance selon le profil

- 2.3.1. Analyse stratégique de l'offre d'assurance à proposer sur le marché des plateformes automobile (Partie Propriétaire)
- 2.3.2. Mapping stratégique de l'offre d'assurance à proposer sur le marché des plateformes automobile (Partie Propriétaire)
- 2.3.3. Analyse stratégique de l'offre d'assurance à proposer sur le marché des plateformes automobile (Partie Locataire)
- 2.3.4. Mapping stratégique de l'offre d'assurance à proposer sur le marché des plateformes automobile (Partie Locataire)

3. Assurer la consommation collaborative dans le domaine de l'habitation

3.1. Qualification de l'utilisation des plateformes de location de logements (propriétaires, locataires)

- 3.1.1. Motifs d'utilisation des plateformes de consommation collaborative habitation
- 3.1.2. Formes de consommation collaborative habitation
- 3.1.3. Taux de notoriété des principales plateformes collaboratives habitation
- 3.1.4. Taux d'utilisation et désirabilité des principales plateformes collaboratives habitation
- 3.1.5. Caractéristiques des logements loués
- 3.1.6. Fréquence de location de logement
- 3.1.7. Durée de location de logement
- 3.1.8. Budget de location de logement
- 3.1.9. Budget dépensé / généré par la location de logement

3.2. Assurances sur le marché des plateformes de location de logements

- 3.2.1. Connaissance des assurances sur les plateformes de consommation collaborative habitation
- 3.2.2. Opinion sur les assurances des plateformes de consommation collaborative habitation
- 3.2.3. Intention de souscription pour une assurance de consommation collaborative habitation
- 3.2.4. Potentiel réel de souscription pour une assurance de consommation collaborative habitation selon le sexe, l'âge et la CSP (locataire vs propriétaire)
- 3.2.5. Potentiel réel de souscription pour une assurance de consommation collaborative habitation selon les revenus, la région et le type de commune (locataire vs propriétaire)



- 3.2.6. Potentiel réel de souscription pour une assurance de consommation collaborative habitation selon le type de consommation collaborative habitation déjà utilisée, le type de consommation collaborative déjà envisagée, le pays et le type de logement (locataire vs propriétaire)
- 3.2.7. Potentiel réel de souscription pour une assurance de consommation collaborative habitation selon la situation, la fréquence de location et la durée de location
- 3.2.8. Freins à la souscription d'assurance de consommation collaborative habitation
- 3.2.9. Motifs concernant la souscription d'assurance de consommation collaborative habitation
- 3.2.10. Budget accordé à la souscription d'assurance de consommation collaborative habitation
- 3.2.11. Notoriété des assureurs et assureurs actuels
- 3.2.12. Image des assureurs selon les locataires / utilisateurs de consommation collaborative habitation
- 3.2.13. Image des assureurs selon les propriétaires de consommation collaborative habitation
- 3.2.14. Perception du rôle des assureurs

3.3. Design de l'offre la plus équilibrée et innovante et caractéristiques du contrat d'assurance selon le profil

- 3.3.1. Analyse stratégique de l'offre d'assurance à proposer sur le marché des plateformes habitation (Partie Locataire)
- 3.3.2. Mapping stratégique de l'offre d'assurance à proposer sur le marché des plateformes habitation (Partie Locataire)
- 3.3.3. Analyse stratégique de l'offre d'assurance à proposer sur le marché des plateformes habitation (Partie Propriétaire)
- 3.3.4. Mapping stratégique de l'offre d'assurance à proposer sur le marché des plateformes habitation (Partie Propriétaire)

Annexes

Profil socio-démographique des utilisateurs de consommation collaborative automobile

- Sexe
- Age
- CSP
- Revenus
- Composition du foyer
- Région UDA 5
- Type de commune

Profil socio-démographique des utilisateurs de consommation collaborative habitation

- Sexe
- Age
- CSP
- Revenus
- Composition du foyer
- Région UDA 5
- Type de commune



Livrables

Un rapport synthétique, quantifié, prêt pour vos présentations

- Un rapport synthétique : l'information essentielle est hiérarchisée.
- Un rapport chiffré et précis : l'information est systématiquement quantifiée.
- Un rapport directement exploitable pour vos présentations : format Power Point.

Accompagnement personnalisé :

Une fois les livrables restitués, notre équipe est disponible sans aucune limite de temps pour faire les traitements complémentaires et apporter toutes les précisions nécessaires (présentation orale incluse pour les résultats complets, en option pour l'accès par catégorie)

arcane research

Expert en montage d'études multi-clients et en études ad-hoc basées sur la réinterrogation de cibles.

Notre offre multi-clients répond à 3 principes :

- Proposer des études thématiques sur des marchés connus et maîtrisés,
- Mutualiser les coûts (terrain partagé)
- Proposer une offre plus flexible, plus "ad hoc" et plus qualitative que les études en souscription traditionnelles

La maîtrise du principe de l'enquête mutualisée depuis 1993 :

- Une équipe impliquée et compétente sur les domaines.
- Plus de 30 observatoires réalisés chaque année.
- Une relation durable et de confiance avec les acteurs les plus significatifs des marchés étudiés.

www.arcane-research.com

arcane research est un institut d'études indépendant spécialisé depuis 1993 dans les études quantitatives.

Vos contacts



Hervé GUINGANT

Votre contact commercial

herve.guingant@arcane-research.com

Direct : 02.41.60.37.68



Coline LE BIHAN

Votre contact pour l'étude

coline.lebihan@arcane-research.com

Direct : 02.41.20.08.76

Références : 3A – 3M – ABBOTT – ABRIBLUE – ACADEMIE – ACOVA – AG2R – AGIR GRAPHIC – AIRPAC – ALAIN AFFLELOU – ALCONLABS – ALDES AERAUILLIQUE – ALES GROUPE – ALGOTHERM – ALLERGAN – ALLIANZ VIE – ALSACE LAIT – AMDIPHARM – ANDROS – AO SOLA – APEX – APICIL – ARISTON THERMO GROUP – ARTENAY CEREALS – ASSURANCES DU CREDIT MUTUEL – ASTRA ZENECA – ATLANTIC – ATOL – AUDIOPTIC – AXA – BARILLA – BAUSCH&LOMB – BAYER – BAYER PHARMA – BEIERSDORF – BFORBANK – BIOCOCODEX – BIODERMA – BIOGARAN – BIORGA – BLEDINA – BNP PARIBAS – BOEHRINGER-INGELHEIM – BOIRON – BOIRON SURGELATION – BONCOLAC – BROTHIER – BSN MEDICAL – CA CONSUMER FINANCE – CAISSE D'EPARGNE – CANDIA – CARDINAL HEALTH – CARL ZEISS – CARREFOUR – CASINO – CEPHALON – CHARAL – CIPF CODIPAL – CLARINS – CNBPF – COLGATE PALMOLIVE – COLUMBIA – CONTINENTAL – COOPER – COSMETIQUE ACTIVE INTERNATIONAL – COTY – COVEA – DAIKIN – DE DIETRICH – DECLEOR – DIRECT ASSURANCE – DPAM – DIAFARM – NPC – DOUGLAS – DUC – E. LECLERC – EA-PHARMA – ECOVER – EDF – EFFIK – ELLA BACHE – ENTENDRE – ES ENERGIES – ESSILOR – ESTHEDERM – EUCERIN – EUGENE PERMA – EUROSIMA – EXACOMPTA – EXPANS-CIENCE – FEU VERT – FINDUS – FLORETTE – FNH – FNM – FORD – FORTE PHARMA – France FARINE – FRANCK PROVOST – GABA – GASTRONOME – GEDEON RICHTER – GENERALI – GENEVRIER – GEORGIA PACIFIC – GILLETTE – GRAND OPTICAL – GROUPE APPRO – GSK – GUERLAIN – GUINOT – HALIEUTIS – HAMELIN – HELLY HANSEN – HENKEL – HOYA LENS – HRA – HUMANIS-IMA – ING – INNOTHERA – INTERMARCHÉ – INTERVET – IPRAD SANTE – IPSEN – JANSSEN CILAG – JARDILAND – JEAN MARTIN – JENNY CRAIG – JUVA SANTE – KRYS GROUP – LABORATOIRE DE LA MER – LACTALIS – LAITA – LAFUMA – LAMY – LAPEYRE – LCL – LDC – LEA NATURE – LEHNING – LE TANNEUR – L'ASSIETTE BLEUE – LEVER FABERGE – LEXEL – L'OCCITANE – L'OREAL PROFESSIONNEL – LUISSIER BORDEAUX CHESNEL – LONGCHAMP – LUNETIERS DU JURA – LVMH – MAAF – MACIF – MAIF – MALAKOFF MEDERIC – MARIA GALLAND – MARINE HARVEST – MARY COHR – MATINES – MATIS – MATMUT – MAYOLY SPINDLER – MEAD JOHNSON – MEDA PHARMA – MEDICA – MENARINI – MERCK MEDICATION FAMILIALE – MERIAL – MGEN – MILLET – MITI-MITSUBISHI – MMA – MONDIAL ASSISTANCE – MONOPRIX – MR BRICOLAGE – NATIXIS – NATU-RENVIE – NEGMA-WOCKARDT – NESTLE – NESTLE PROTEIKA – NIKE ACG – NISSAN – NOFIMA – NORAUTO – NORWEGIAN SEAFOOD COUNCIL – NOVARTIS – NUTRITION ET SANTE – OLIVES & CO – OENOBIOL – OMEGA PHARMA – OMNICOM – O'NEILL – OPTIC 2000 – ORANGINA SCHWEPPESS – OXBOW – PATAGONIA – PAUL HARTMANN – PEPSICO – PFIZER – PHYTOMER – PICOT – PIERRE FABRE DERM COSMETIQUE – PIERRE FABRE MEDICAMENT – PIERRE FABRE ORAL CARE – PIERRE FABRE SANTE – PREVOIR – PROCTER GAMBLE – PSA – QUIKSILVER – RCIA – RECKITT BENCKISER – REUNICA – REVLON – RIP CURL – ROGE CAVAILLES – ROSSIGNOL – ROTTAPHARM – SACLA – SAINT HUBERT – SALOMON – SANOFI-AVENTIS – SANTECLAIR – SARBEC – SCA – SCHOLL – SEMES MARQUE VERTE – SERVIER – SEVRE LOIRE HABITAT – SIGVARIS – SIMONE MAHLER – SMITH & NEPHEW – SODEBO – SODIAAL – SODILAC – SOGECAP – SOLI-NEST – SOTHYS – SOVIBA – SSP – STABLO – STALLERGENES – STANHOME – STERILOR – STGA – STIEFEL – STOEFFLER – SUN STAR – SVR – SWISS LIFE – SYSTEME U – TEOXANE – TERRA SANTE – TEVA – TEXIER – THALGO – THUASNE – TOP PHARM – UMBRO – UNILEVER – UNIMA – UNITED BISCUITS – UPSA – URGO – VANIA – VENDOME – VISAUDIO – VOLCOM – VW – VW BANK – WEIGHT WATCHERS – WELDOM – WELEDA – WELLA – WINTHROP – YVES ROCHER,...

ARCANE Research - 26, boulevard du Maréchal Foch - 49100 Angers
Angers, ville laboratoire pour les marchés tests)

Tél : 02.41.33.12.49 - Fax : 02.41.60.57.86 - contact@arcane-research.com

