



ENQUÊTE SUR LE LIEN SOCIAL ET LA PROXIMITÉ

Novembre 2014



SOMMAIRE

FICHE TECHNIQUE

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

I

ETAT DES LIEUX DU LIEN SOCIAL AUJOURD'HUI

II

LA PROXIMITE QU'EST-CE QUE C'EST ?

III

LES ACTEURS DU LIEN SOCIAL ET DE LA PROXIMITE

IV

LES LIEUX, MOMENTS ET VALEURS DE LA PROXIMITE

V

PROXIMITE ET DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

FICHE TECHNIQUE



Un sondage auprès du **grand public** ...

Une étude menée en deux volets :



... et un sondage auprès d'**élus**

Interrogation

Echantillon de **1000 Français** âgés de 18 ans et plus.



Constitution de l'échantillon

Méthode des quotas, selon le sexe, l'âge et la profession, après stratification par taille de commune et région de résidence.



Mode de recueil

Interrogation par **Internet** (système CAWI)



Dates terrains

Du **lundi 27** au **vendredi 31 octobre 2014**



Interrogation

Echantillon de **400 élus municipaux** (*Maires, 1ers adjoints et adjoints chargés de la vie économique, de l'animation des quartiers ou du réseau de proximité*)

Constitution de l'échantillon

Méthode des quotas, selon la taille de commune et la région

Mode de recueil

Interrogation par **téléphone** (système CATI)

Dates terrains

Du **lundi 27 octobre** au **vendredi 7 novembre 2014**

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS (1/6)

Le lien social aujourd'hui : des Français et Maires positifs sur l'état du lien social mais pointant une forte montée de l'individualisme

Amenés à se prononcer sur l'état du lien social en France, le grand public et les Maires font part d'un constat plutôt mitigé. D'un côté, les relations entre les Français sont jugées plutôt bonnes par le grand public et encore davantage par les Maires. Dans le détail, les rapports au sein des familles enregistrent le plus de réponses positives (76% des Français les jugent « bonnes », 80% des Maires) suivies des relations entre hommes et femmes (75% et 90%), celles entre les différentes générations (58% et 73%) puis celles entre voisins (55% et 65%). Les relations au sein des entreprises semblent en revanche être le parent pauvre de la proximité puisque seuls 39% du grand public et 49% des Maires y jugent les relations bonnes.

Notons par ailleurs qu'un certain nombre de clivages se font jour au sein des Français sur la perception de ces différentes relations. Les 18-24 ans se montrent moins optimistes sur l'état des relations au sein des familles (67% les jugent « bonnes », au lieu de 76% en moyenne) et entre les différentes générations (53% au lieu de 58%), à l'inverse des personnes de 65 ans et plus qui sont elles légèrement plus optimistes sur ces deux points (respectivement 81% et 64%). D'autres phénomènes sont aussi à relever, comme le fait que les hommes soient un peu plus optimistes que les femmes sur l'état des relations hommes / femmes (78% les jugent « bonnes », contre 72% chez les femmes), signe sans doute d'une plus grande sensibilité des femmes aux problèmes persistants dans ce domaine. On peut aussi constater que les relations entre voisins sont plus favorablement perçus dans les communes rurales (56%) que dans l'agglomération parisienne (50%), écart logique tant l'intensité des relations de voisinage varie selon le type de commune. Il est enfin à noter que les relations au sein des entreprises sont vues de façon plus positive chez les salariés, qu'ils soient du public (45%) ou du privé (42%).

Optimistes sur l'état des relations entre Français, les Maires sont par ailleurs plutôt positifs sur l'évolution du lien social dans leur commune puisque plus d'un tiers (36%) considèrent que celui-ci s'est amélioré depuis 10 ans. 36% estiment quant à eux qu'il n'a pas évolué et 26% qu'il s'est au contraire dégradé. A noter sur ce point que les perceptions des maires se révèlent encore plus positives dans les grandes communes, puisque 54% des Maires de communes de plus de 10 000 habitants considèrent que les choses se sont améliorées en la matière.

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS (2/6)

D'un autre côté, ce constat plutôt positif n'empêche toutefois pas le grand public comme les Maires de s'accorder sur le fait que les Français sont plus individualistes qu'il y a dix ans (respectivement 73% et 85%). Les jeunes générations sont toutefois légèrement moins pessimistes à ce sujet (59% au lieu de 73% chez l'ensemble des Français), tout comme les habitants de l'agglomération parisienne (66%). Notons à l'inverse que ce sentiment d'une montée de l'individualisme est encore plus fort chez les Maires qui exercent leur fonction depuis plus longtemps : 92% de ceux qui ont effectué plus de 2 mandats estiment ainsi que les Français sont de plus en plus individualistes (soit 7 points de plus que l'ensemble de l'échantillon Maires).

La proximité : une notion riche de sens et en pleine évolution

Interrogés sur la notion de proximité, le grand public et les Maires font part d'une compréhension sensiblement différente de cette notion. Tandis que les Français en ont une vision assez classique, à savoir qu'il s'agit avant tout de se sentir proche de quelqu'un, même si on n'a pas de contacts réguliers (44%) ou encore d'être proche physiquement, de se voir régulièrement (38%), les Maires ont une lecture probablement marquée par le prisme de leur fonction, à savoir qu'il s'agit selon eux d'abord de s'intéresser aux autres, d'être à l'écoute de leurs besoins (75%) puis aussi, mais de manière secondaire, d'être proche physiquement (53%).

A noter par ailleurs que les visions de la proximité peuvent varier au sein du grand public, preuve que l'on ne perçoit pas forcément la proximité de la même façon selon sa génération ou l'endroit où l'on vit : les 18-24 ans valorisent ainsi avant tout le fait de se sentir proche de quelqu'un avec ou sans contacts réguliers (51%), tandis que la proximité physique l'emporte dans les villes isolées (48%). Les échanges réguliers par Internet ou par téléphone émergent eux plus souvent dans l'agglomération parisienne (46%) ou chez les femmes (40%), ces nouvelles formes de proximité rencontrant donc un certain écho chez une partie des Français. Il est également intéressant de noter que les personnes les plus âgées perçoivent plus souvent la proximité comme le simple fait de partager des idées, des goûts et des valeurs sans nécessairement se connaître (37%). Notons enfin que les Maires de gauche citent eux un peu plus souvent le fait de s'intéresser aux autres (81%, contre 70% de ceux de droite).

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS (3/6)

Une proximité restreinte au cercle « intime » : la famille et les amis

Au-delà des perceptions associées à la proximité, celle-ci semble par ailleurs se manifester de façon assez classique au quotidien pour les Français. Concrètement, les Français se sentent ainsi surtout proches de leur famille (91%, dont 59% « très proches ») et de leurs amis (90%, dont 38% « très proches »). A noter sur ce point que les personnes de plus de 65 ans se sentent plus souvent proches de leur famille, tandis que les plus jeunes se sentent eux plus souvent proches de leurs collègues de travail, attestant ainsi de modes de proximité quelque peu différents selon les générations. **Cette proximité avec la famille et les amis s'explique notamment par le fait qu'ils constituent le premier référent social vers lequel on se tournerait en cas de problème** (respectivement 79% et 52%).

En termes de proximité, ces deux acteurs que sont la famille et les amis sont par ailleurs suivis d'assez loin par les collègues de travail (49%, dont 4% « très proches »), les commerçants de quartier (39%, dont 3%), les habitants de son quartier (36%, dont 4%) et de sa ville (18%, dont 2%). Ces acteurs secondaires ont toutefois une importance plus marquée chez certaines catégories de population : les collègues de travail sont ainsi plus souvent cités comme proches par les salariés (57%) , tandis que les commerçants de quartier semblent jouer un rôle plus important pour les personnes âgées (53% chez les personnes de 65 ans et plus) ou les habitants de communes rurales (44%).

Les petits commerçants, premiers acteurs de la proximité. Le Maire cité par 16% des Français, et 29% des communes rurales.

Si l'on s'intéresse aux acteurs de la proximité dans chaque commune, ce sont cette fois les petits commerçants qui sont selon les Français les plus proches des habitants (48%), devant les médecins et les infirmières (42%), les postiers (29%), les enseignants (23%), les responsables de petites associations (19%) et les pompiers (16%). **A noter que le Maire est également cité par 16% des Français comme un acteur proche des habitants,** arrivant ainsi devant les employés de mairie, les policiers et gendarmes ou les représentants des cultes. **Il est même davantage mis en avant dans les communes rurales (29%) et par les personnes de 65 ans et plus (22%).** Les petits commerçants apparaissent par ailleurs particulièrement populaires chez les moins de 35 ans (60%) tandis que médecins et infirmières sont eux souvent cités par les plus âgés (51% des plus de 50 ans) et les femmes (46%) et que les postiers sont plus valorisés dans les villes isolées (42%), attestant d'un attachement plus important aux services publics de proximité dans les communes rurales.

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS (4/6)

Le sport, créateur de lien social

En termes de valeurs, la capacité à profiter de la vie et la solidarité semblent être les valeurs les plus partagées par les Français, tant auprès du grand public (34% et 25%) que des Maires (43% et 41%). Suivent ensuite côté grand public l'ambition (15%), le sens du travail (15%), la générosité (14%) et la tolérance (13%), tandis que les Maires citent plus souvent la générosité (26%), le partage (21%), le sens du travail (19%) et enfin la tolérance (18%).

Au-delà de ces valeurs, c'est par ailleurs sur le terrain du sport, des loisirs et de la culture que les Français se rencontrent le plus. Dans le détail, la pratique d'un sport ou d'un loisir est citée en premier par les citoyens (33%) tandis que les Maires citent davantage les manifestations sportives et culturelles (44%), suivies des fêtes et animations de quartier (39%). Le travail apparaît par ailleurs comme un vecteur de rencontre plus important aux yeux du grand public (25% contre 15% des Maires), tout comme les fêtes entre amis (24% contre 16%).

La pratique d'un sport ou d'un loisir est ainsi particulièrement mise en avant dans les villes isolées (45% au lieu de 33% en moyenne), attestant ainsi de son importance pour le lien social dans les communes les moins dotées en équipements et services de proximité, tandis que les catégories socioprofessionnelles supérieures et les 25-34 ans citent eux plus souvent le travail (34% tous les deux, au lieu de 25%), étant sans doute parmi les mieux intégrées dans la sphère professionnelle. Autres résultats assez logiques, on constate que les fêtes et animations de quartier sont plus valorisées dans les communes rurales (30% au lieu de 24%), que les réunions de famille le sont plus chez les personnes de plus de 65 ans (29% au lieu de 22%) et que les 18-24 ans accordent une plus grande importance aux réseaux sociaux (25% au lieu de 20%).

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS (5/6)

Le sport semblant décidément être un grand moment de rencontre pour les Français, ceux-ci citent en premier lieu les grands événements sportifs se déroulant en France quand on les interroge sur les grands événements qui les rassemblent le plus (46%, dont 51% chez les hommes), suivis de près par les succès des sportifs français (45%) et les grandes fêtes populaires annuelles (45%). De manière plus secondaire sont également mentionnés les moments de solidarité après des événements dramatiques (34%) et les grandes causes caritatives (32%). Pour autant, les moments autour desquels les Français préfèrent se retrouver au quotidien demeurent des événements surtout familiaux ou amicaux, à savoir les fêtes de fin d'année (57%), les mariages et fêtes de famille (38%) ou encore un bon dîner (38%). Les événements sportifs arrivent quant à eux en quatrième position (21%) suivis des apéros après le travail (17%).

Notons enfin que les Maires signalent pour leur part l'importance des établissements scolaires pour le lien social dans leur commune, cité en première position par 48% d'entre eux. **Les espaces culturels (42%) et les espaces sportifs (30%) sont également cités par une part non négligeable des Maires, démontrant ainsi la place essentielle du sport et de la culture,** devant les petits commerçants de quartier (26%) et les marchés (17%). **Les Maires se montrent cependant partagés sur l'évolution du nombre de lieux de rassemblement dans leur commune,** 33% estimant qu'il y en a de plus en plus, 30% de moins en moins et 37% autant qu'avant. Notons tout de même le plus grand optimisme des Maires de grandes communes : 54% des Maires de communes de plus de 10 000 habitants ont ainsi le sentiment que leurs administrés ont de plus en plus de lieux pour se rassembler et échanger entre eux.

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS (6/6)

Les petits commerces, lieux essentiels pour la vitalité économique des communes

Les Français et les Maires se montrent très attachés aux petits commerces : 90% des Maires et 70% des élus pensent ainsi que ce modèle est préférable à celui des grandes zones commerciales pour le développement économique d'une commune. Cet attachement est encore plus prononcé chez les personnes de plus de 50 ans (76% au lieu de 70% en moyenne), tandis que les jeunes générations sont à l'inverse un peu plus attirées par le modèle des grandes zones commerciales (40% au lieu de 29% en moyenne).

Ainsi, les petits commerces arrivent en tête des lieux importants pour la vitalité d'une commune, et ce autant pour les Français que pour les Maires. 95% des Français et 99% des Maires les considèrent ainsi comme des lieux importants pour la vitalité économique d'une commune, une nette majorité d'entre eux les considérant même comme « très importants » (59% pour les Français et 79% pour les Maires). Ils devancent ainsi, et de loin, des cafés et restaurants (considérés comme importants par 92% des Français, dont 42% de « très importants », et par 91% des Maires, dont 45% de « très importants »), les marchés en extérieur (87% dont 42% pour les Français, 83% dont 40% pour les Maires), les bars-tabacs presse (85% dont 37% pour les Français, 81% dont 37% pour les Maires) et les cinémas, musées et théâtres (84% dont 33% pour les Français, 67% dont 22% pour les Maires), des lieux donc tous considérés comme importants mais moins souvent comme « très importants ». Les grands centres commerciaux ferment la marche, étant tout de même considérés comme importants par 69% des Français (dont 17% « très importants ») et par 53% des Maires (dont 13%).

RÉSULTAT DE L'ÉTUDE



I

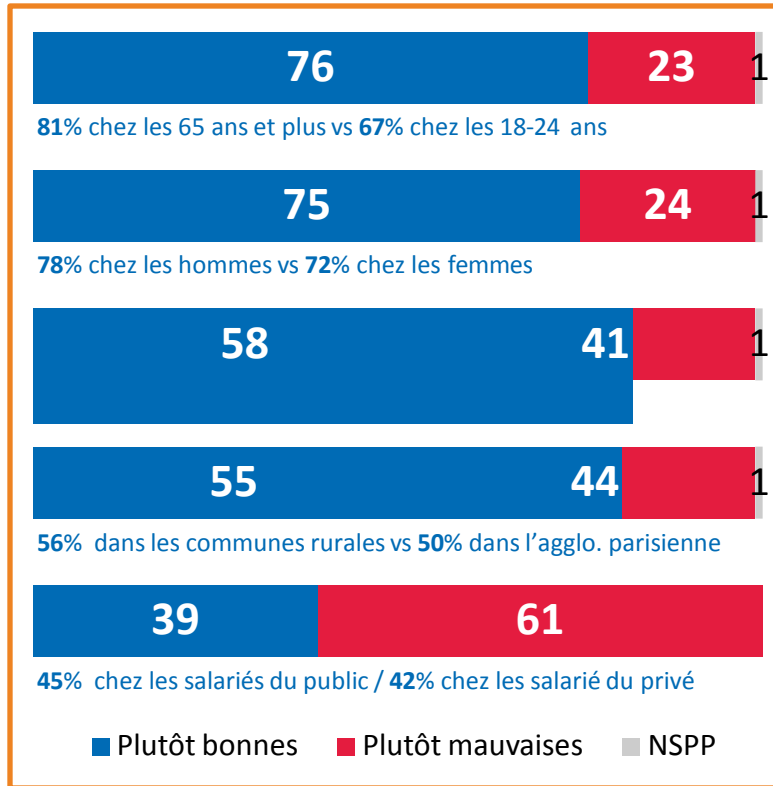
ETAT DES LIEUX DU LIEN SOCIAL AUJOURD'HUI

**UN CONSTAT MITIGÉ :
LES RELATIONS ENTRE FRANÇAIS JUGÉES PLUTÔT BONNES
MÊME SI L'ON POINTE UNE FORTE MONTÉE DE L'INDIVIDUALISME**

LES ÉLUS PLUS OPTIMISTES QUE LEURS ADMINISTRÉS SUR L'ÉTAT DU LIEN SOCIAL, ALORS QUE L'ENTREPRISE SEMBLE ÊTRE LE PARENT PAUVRE DE CE DOMAINE ...



QUESTION – En France, comment jugez-vous aujourd'hui les relations ... ?



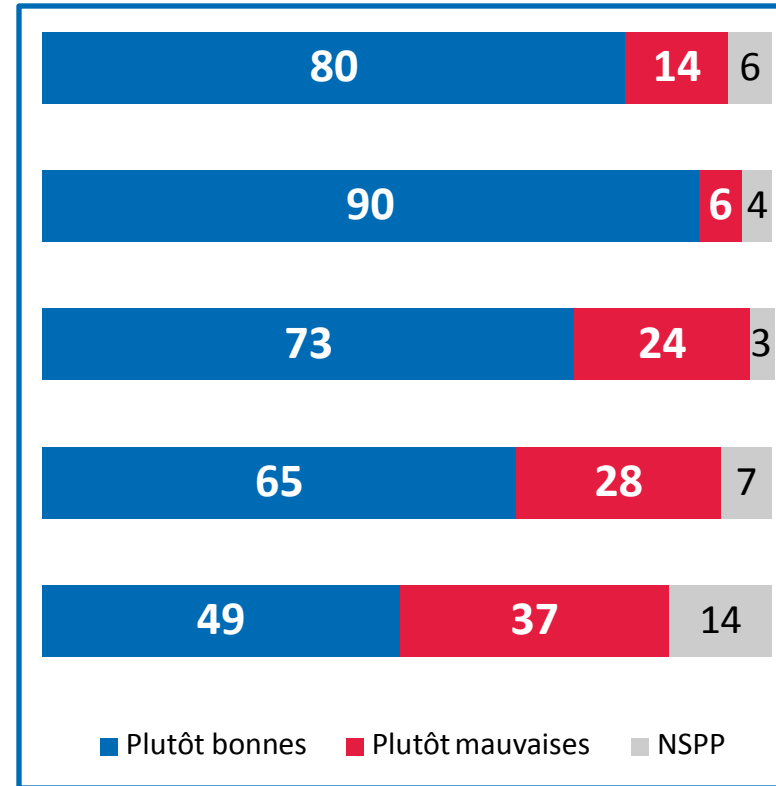
Au sein des familles

Entre les hommes et les femmes

Entre les différentes générations

Entre voisins

Au sein des entreprises



Les jeunes ont une vision généralement plus pessimiste des relations entre Français, les femmes étant également plus pessimistes sur les relations hommes/femmes et dans l'entreprise.

Les élus femmes sont un peu moins optimistes que les Maires hommes sur les relations entre hommes et femmes (78% de « plutôt bonnes » contre 93%).

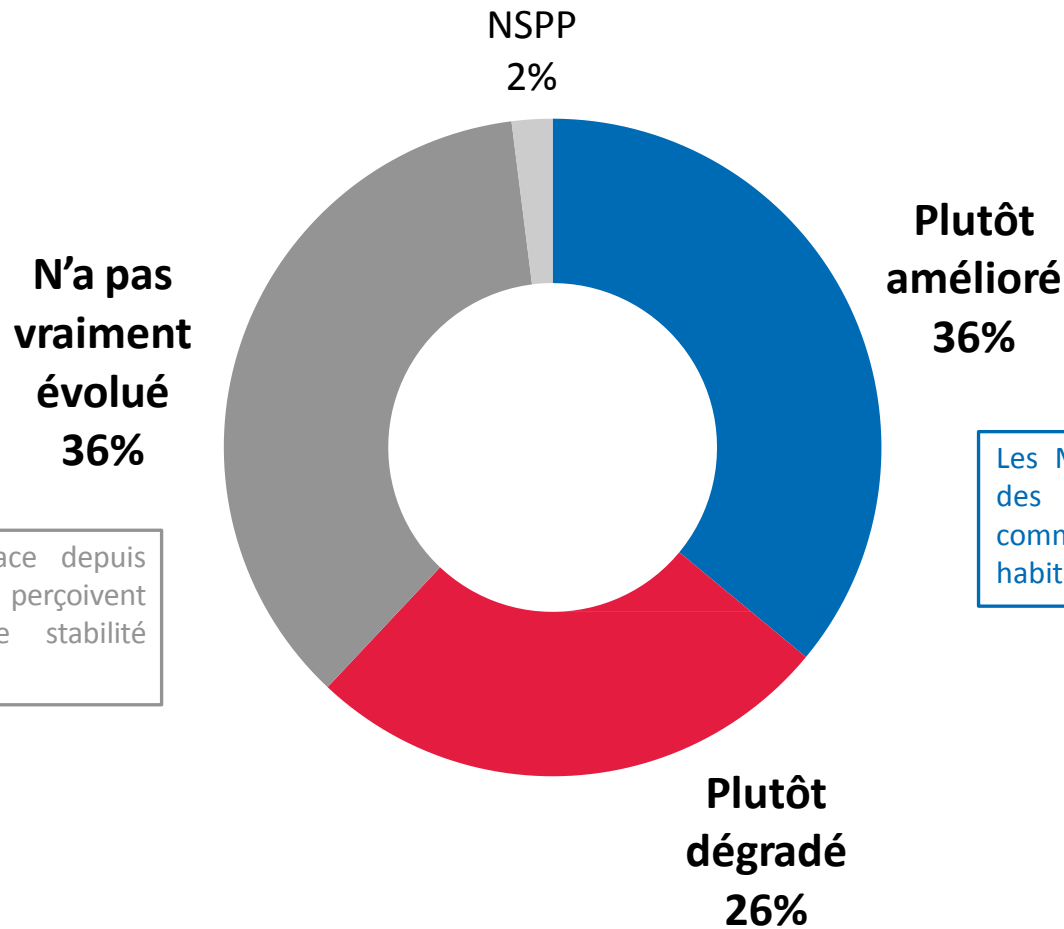
... UN TIERS DES ÉLUS ESTIMANT PAR AILLEURS QUE LE LIEN SOCIAL S'EST PLUTÔT AMÉLIORÉ DANS LEUR COMMUNE DEPUIS 10 ANS



QUESTION – Dans votre commune, avez-vous le sentiment que le lien social, c'est-à-dire les bonnes relations et les échanges entre les habitants, s'est plutôt amélioré, dégradé ou n'a pas vraiment évolué depuis 10 ans ?



Question posée
seulement aux
Maires



Les Maires en place depuis plus de 2 mandats perçoivent plus souvent une stabilité (44%).

Les Maires perçoivent plus souvent des améliorations dans les communes de plus de 10 000 habitants (54%).

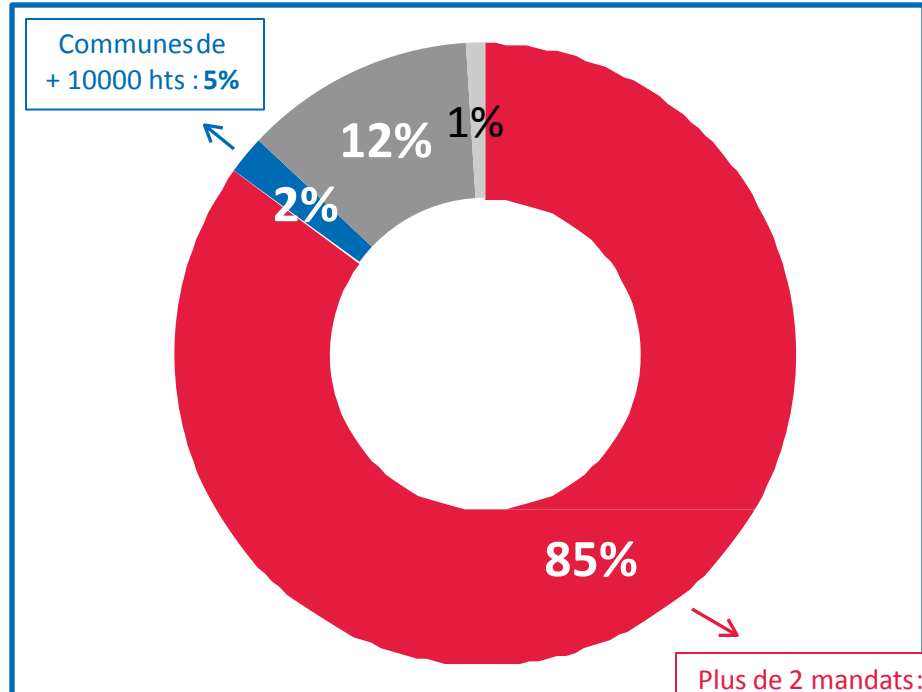
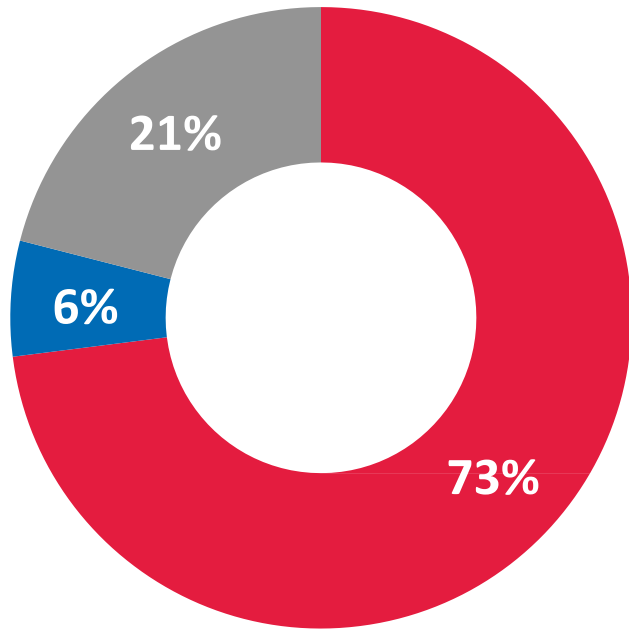
ELUS ET CITOYENS S'ACCORDENT TOUTEFOIS LARGEMENT SUR LE FAIT QUE LES FRANÇAIS SONT DE PLUS EN PLUS INDIVIDUALISTES



QUESTION – Et diriez-vous que, de manière générale, les Français sont plus individualistes qu’il y a 10 ans, moins individualistes qu’il y a dix ans ou que cela n’a pas vraiment changé ?



Le pessimisme est un peu moindre chez les jeunes générations (34% des 18-24 ans pensent que cela n’a pas vraiment changé) et dans l’agglomération parisienne (seuls 66% de pessimistes)



■ Plus individualistes qu’il y a 10 ans

■ Moins individualistes qu’il y a 10 ans

■ Cela n’a pas vraiment changé

■ NSPP



II

**LA PROXIMITÉ QU'EST-CE QUE
C'EST ?**

UNE VISION ASSEZ CLASSIQUE DE LA PROXIMITÉ POUR LE GRAND PUBLIC, MÊMES SI DE NOUVELLES FORMES DE PROXIMITÉ À DISTANCE ÉMERGENT. L'INTÉRÊT POUR L'AUTRE D'AVANTAGE MIS EN AVANT PAR LES MAIRES

Grand public

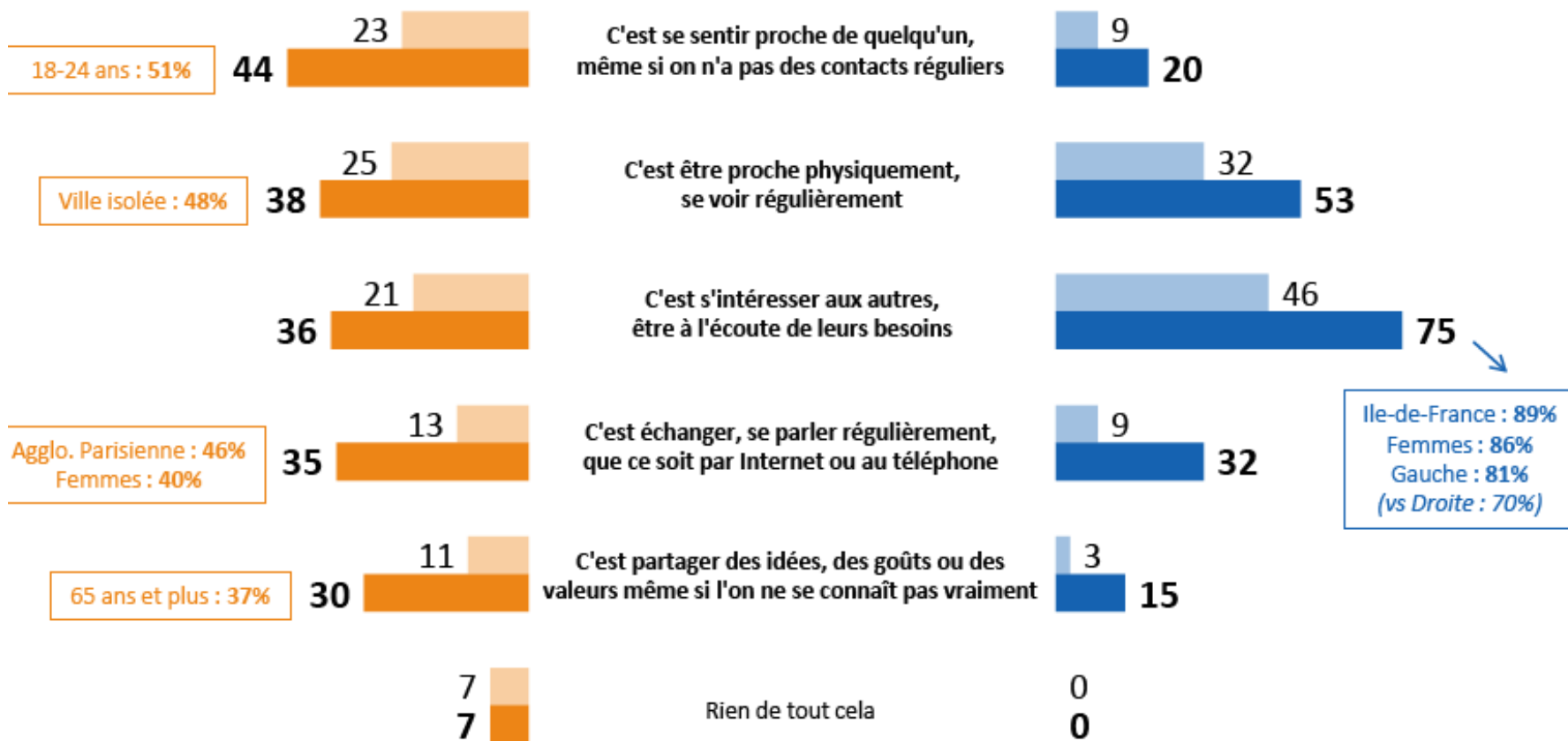


QUESTION – Pour vous, à quoi correspond la proximité ?



Elus

En premier
Total des réponses



Ile-de-France : 89%
Femmes : 86%
Gauche : 81%
(vs Droite : 70%)



III

LES ACTEURS DU LIEN SOCIAL ET DE LA PROXIMITÉ

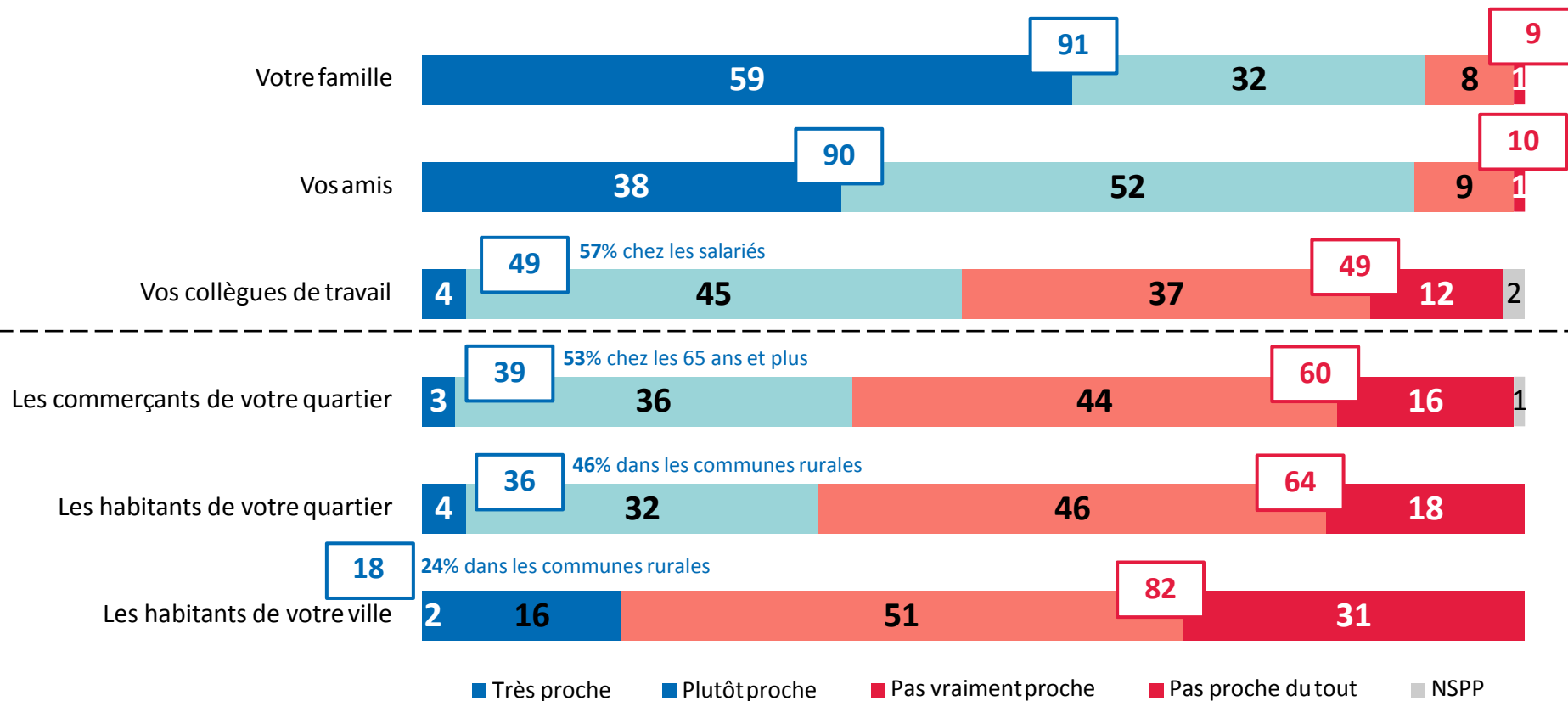
LA FAMILLE, PREMIÈRE CELLULE DE PROXIMITÉ
LES PETITS COMMERÇANTS, PROFESSION DONT ON SE SENT LE PLUS
PROCHE ET LE MAIRE ÉGALEMENT CITÉ PAR UNE PARTIE DES FRANÇAIS

UNE « PROXIMITÉ » RESTREINTE À LA FAMILLE ET AUX AMIS ...



QUESTION – Diriez-vous que vous vous sentez très proche, plutôt proche, pas vraiment proche ou pas proche du tout des personnes suivantes ?

Question posée
seulement
au grand public



Les personnes de plus de 65 ans se sentent plus souvent proches de leur famille ou des habitants et commerçants de leur quartier, tandis que les plus jeunes se sentent eux plus souvent proches de leur collègues de travail.

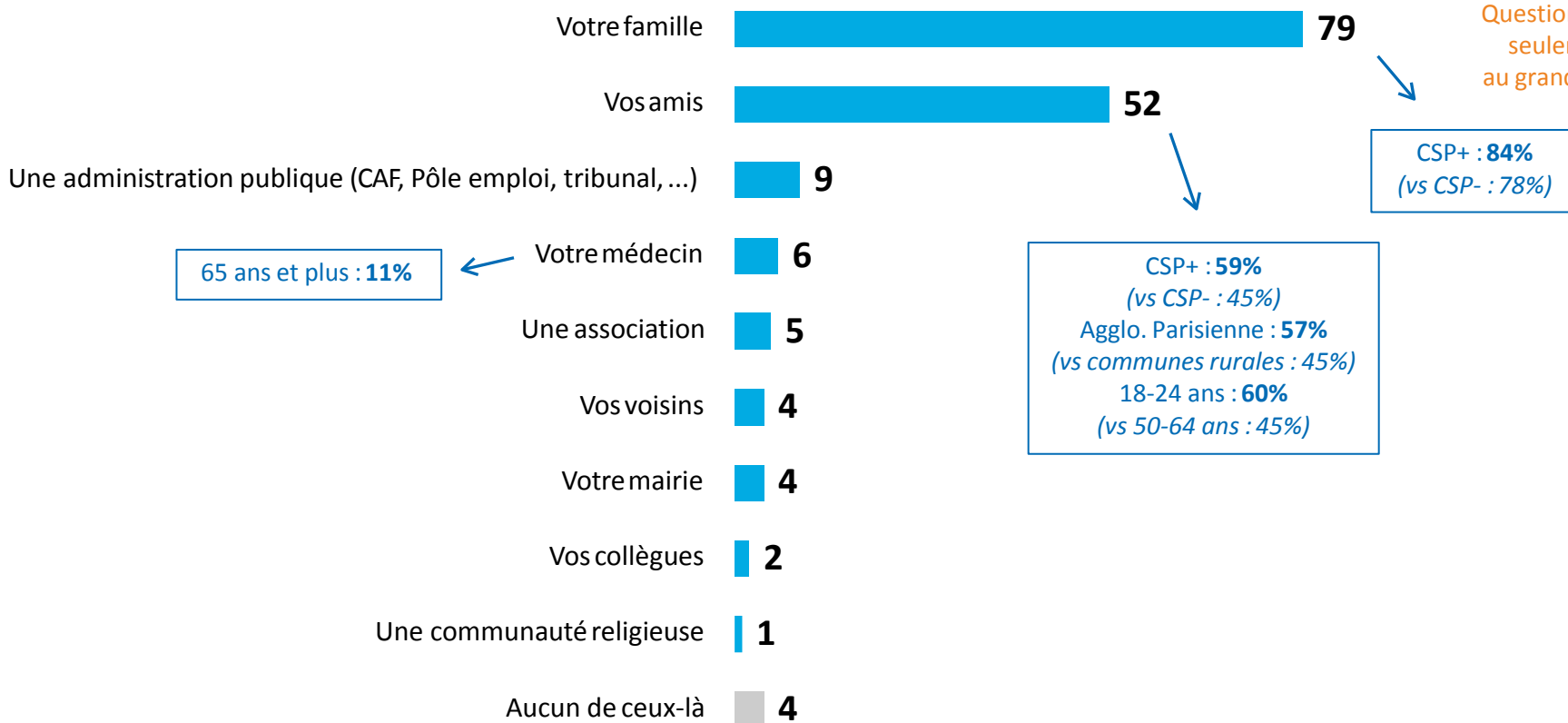
... LA FAMILLE ET LES AMIS ÉTANT ÉGALEMENT LE PREMIER RÉFÉRENT SOCIAL VERS LEQUEL ON SE TOURNERAIT EN CAS DE PROBLÈME



QUESTION – Vous personnellement, si vous étiez contraint de demander de l'aide, vers qui vous tourneriez-vous en priorité ? *Deux réponses possibles*



Question posée seulement au grand public



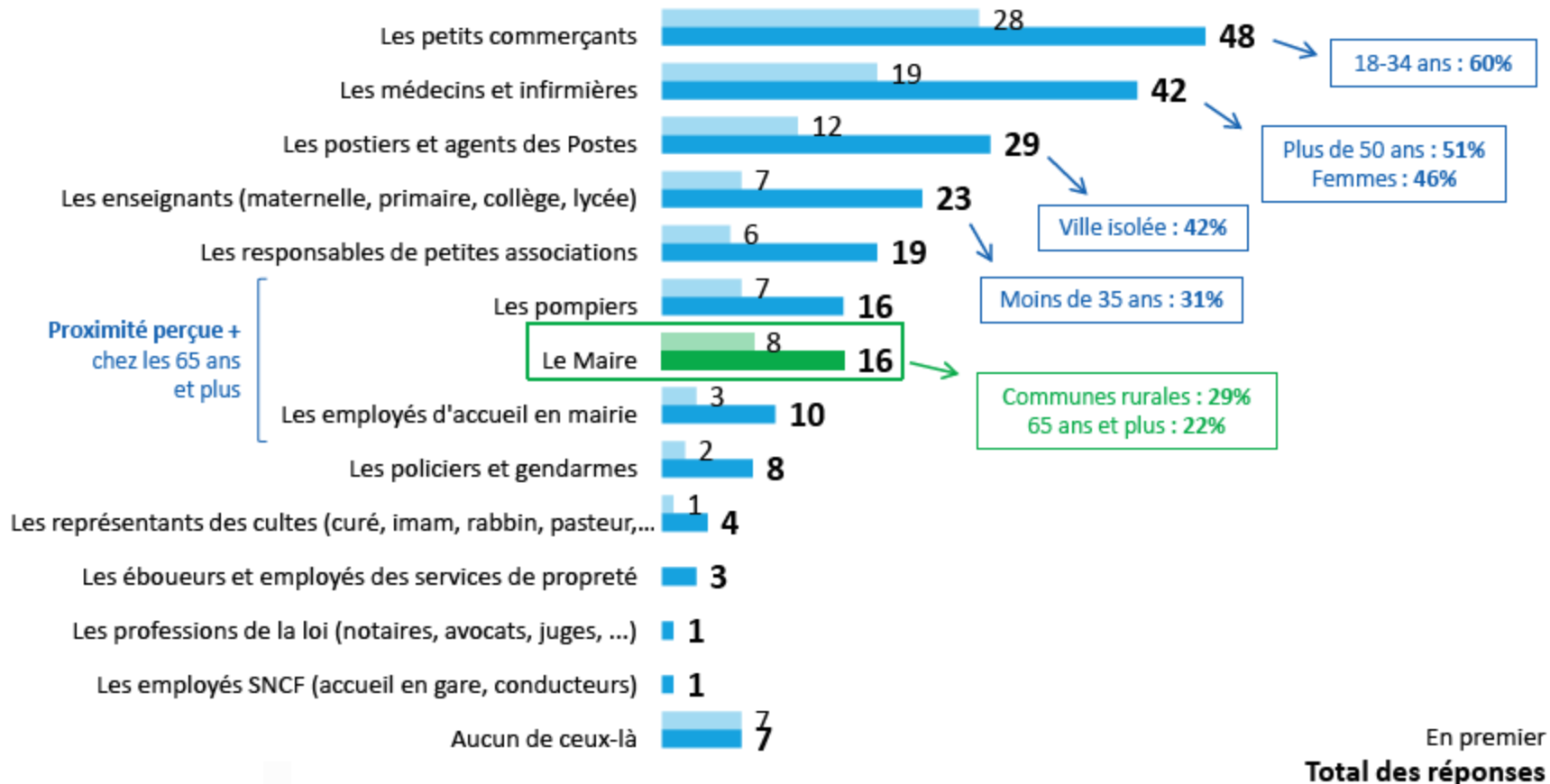
Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner 2 réponses

LES PETITS COMMERÇANTS SONT QUANT À EUX LES ACTEURS DE PROXIMITÉ DONT ON SE SENT LE PLUS PROCHE TANDIS QUE LE MAIRE OCCUPE ÉGALEMENT UNE PLACE IMPORTANTE, NOTAMMENT DANS LES COMMUNES RURALES



QUESTION – Parmi ces professions, quelle est pour vous celle qui est la plus proche des habitants dans une commune ? *Trois réponses possibles*

Question posée
seulement
au grand public



Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner 3 réponses

IV

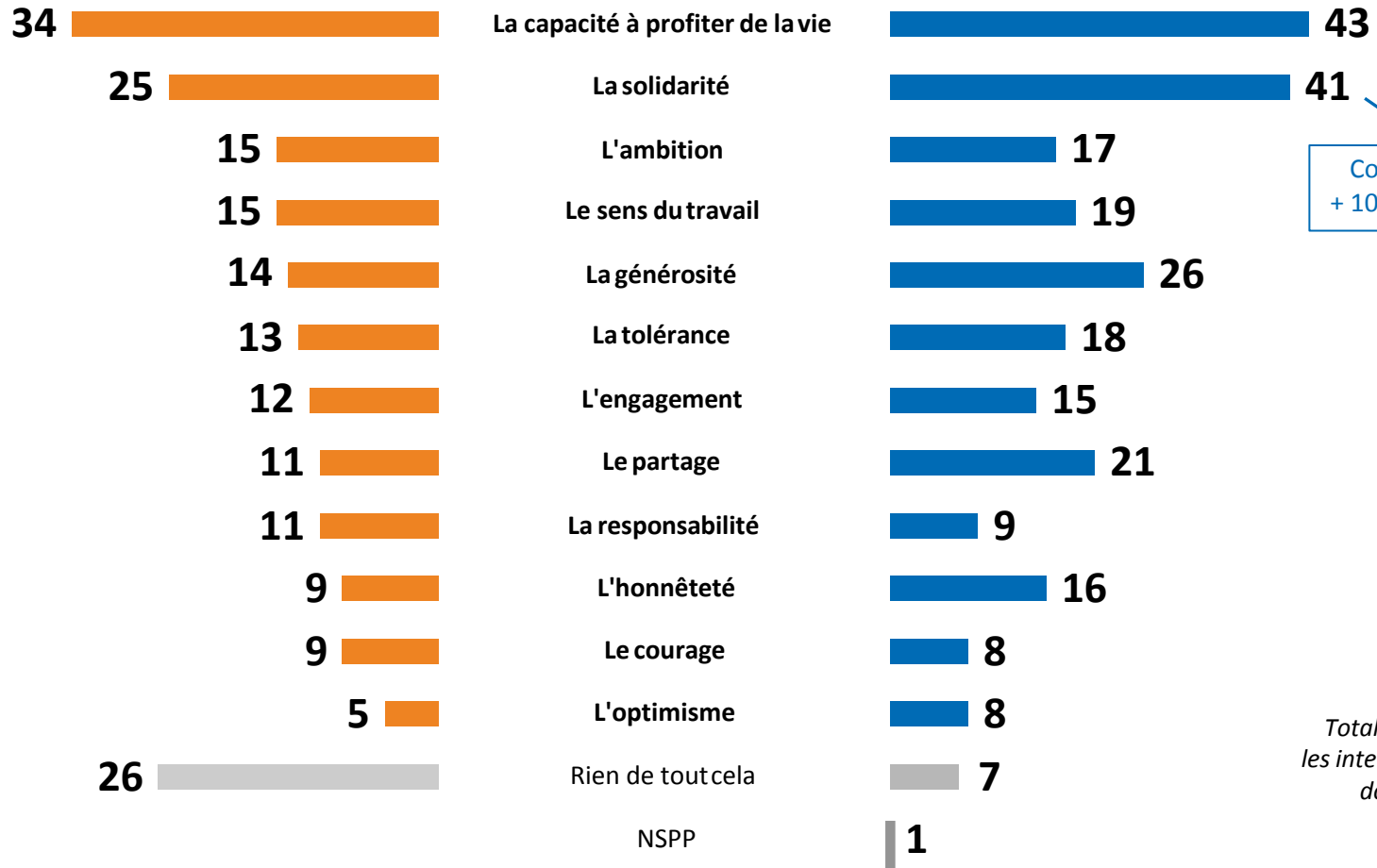
LES LIEUX, MOMENTS ET VALEURS DE LA PROXIMITÉ

L'IMPORTANCE DU SPORT POUR RASSEMBLER LES FRANÇAIS,
PAR AILLEURS DÉCRITS COMME UN PEUPLE HÉDONISTE ET SOLIDAIRE

L'HÉDONISME ET LA SOLIDARITÉ : LES VALEURS QUI RASSEMBLENT LE PLUS LES FRANÇAIS, AUTANT SELON LES ÉLUS QUE LES CITOYENS



QUESTION - Et quelles sont selon vous les valeurs que les Français partagent le plus ?
Trois réponses possibles



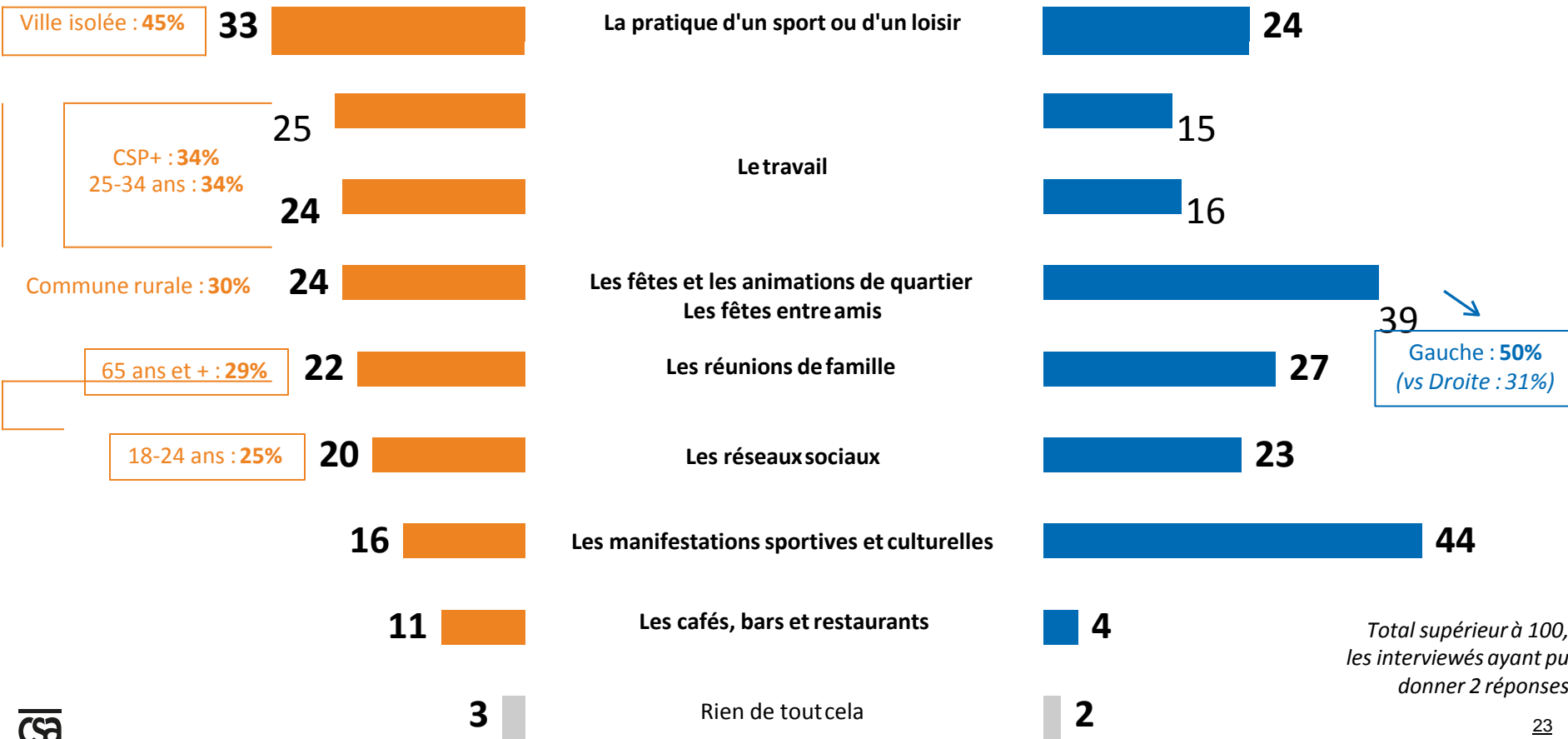
Communes de + 10000 hts : 84%

Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner 3 réponses

LE SPORT, LES LOISIRS ET LA CULTURE, PREMIERS VECTEURS DE RENCONTRE ENTRE FRANÇAIS SELON LES ÉLUS ET LES CITOYENS



QUESTION - D'après vous, qu'est-ce qui favorise aujourd'hui le plus les rencontres et les échanges entre les Français ?
Deux réponses possibles



Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner 2 réponses

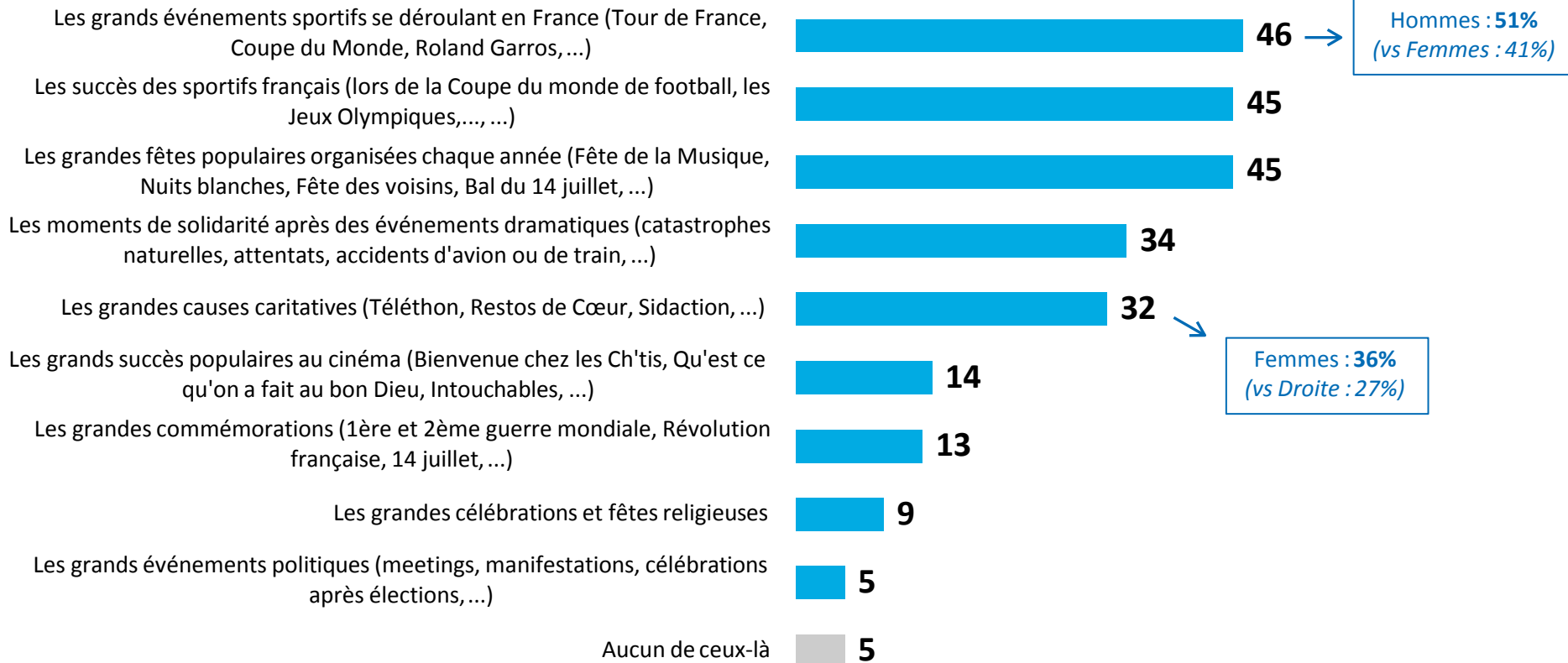
LE SPORT ET LES GRANDES FÊTES POPULAIRES, LES MOMENTS QUI RASSEMBLENT LE PLUS LES FRANÇAIS

...



QUESTION – Parmi les événements suivants, quels sont selon vous ceux qui rassemblent le plus les Français ? *Trois réponses possibles*

Question posée
seulement
au grand public



Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner 3 réponses

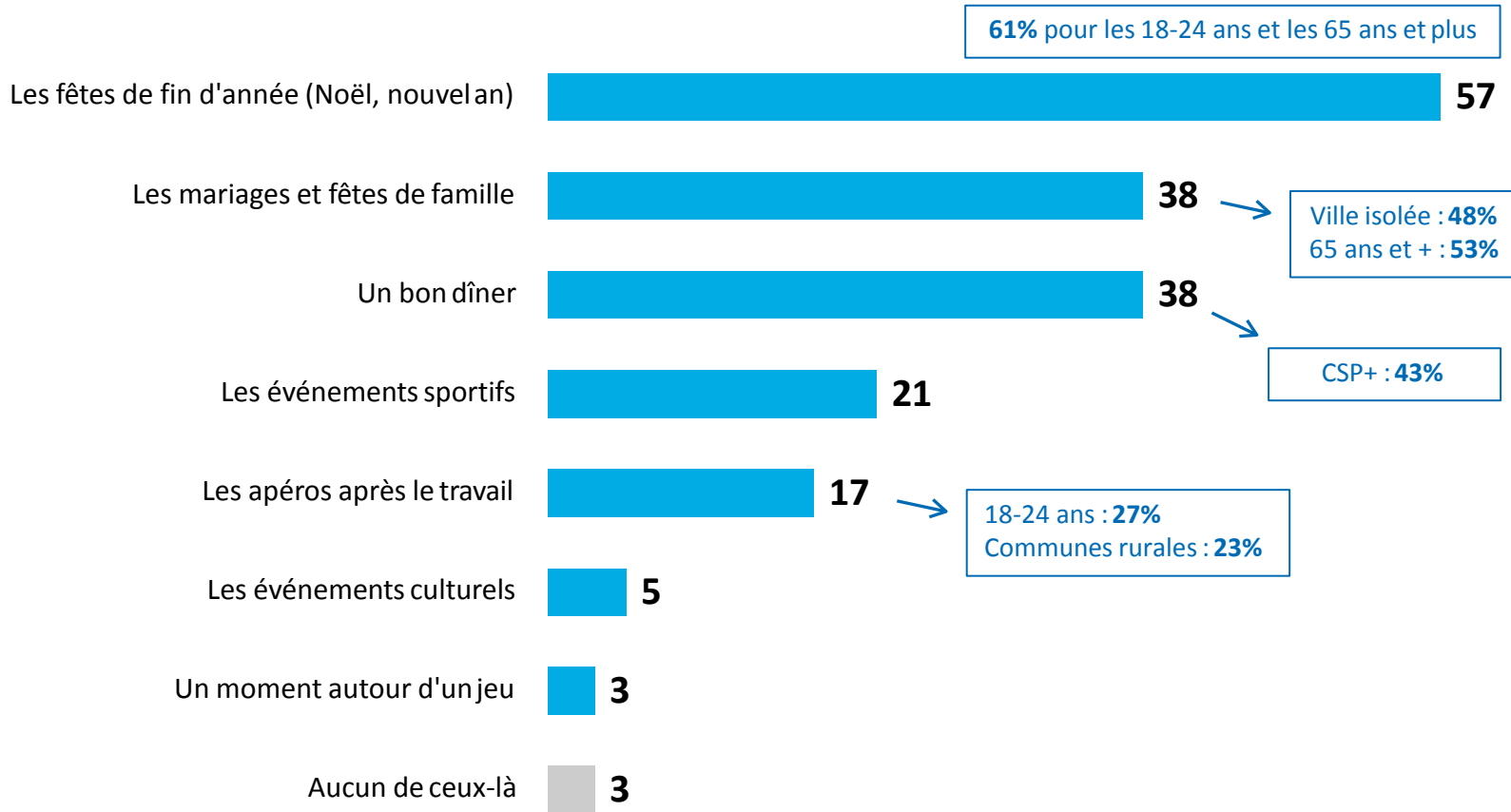
... TANDIS QUE LES FÊTES DE FIN D'ANNÉE SONT LE MOMENT AUTOUR DUQUEL ILS PRÉFÈRENT SE RETROUVER



QUESTION – Et selon vous, quels sont les moments autour desquels les Français préfèrent se retrouver ?
Deux réponses possibles



Question posée
 seulement
 au grand public



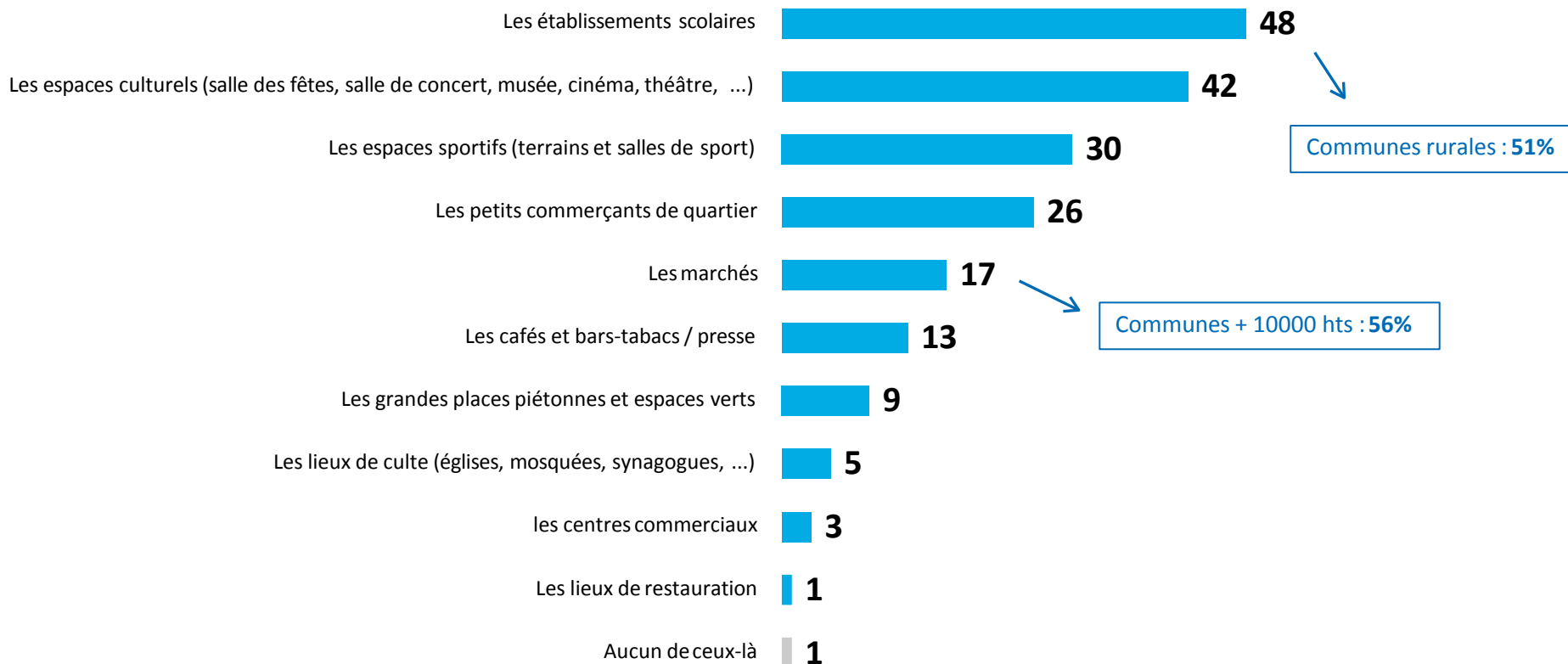
Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner 2 réponses

L'ÉCOLE ET LES ESPACES CULTURELS, PREMIERS ESPACES DU LIEN SOCIAL SELON LES ÉLUS



QUESTION – Quels sont les lieux qui contribuent le plus au lien social entre les habitants dans votre commune ? Deux réponses possibles

Question posée
seulement aux
Maires



Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner 2 réponses

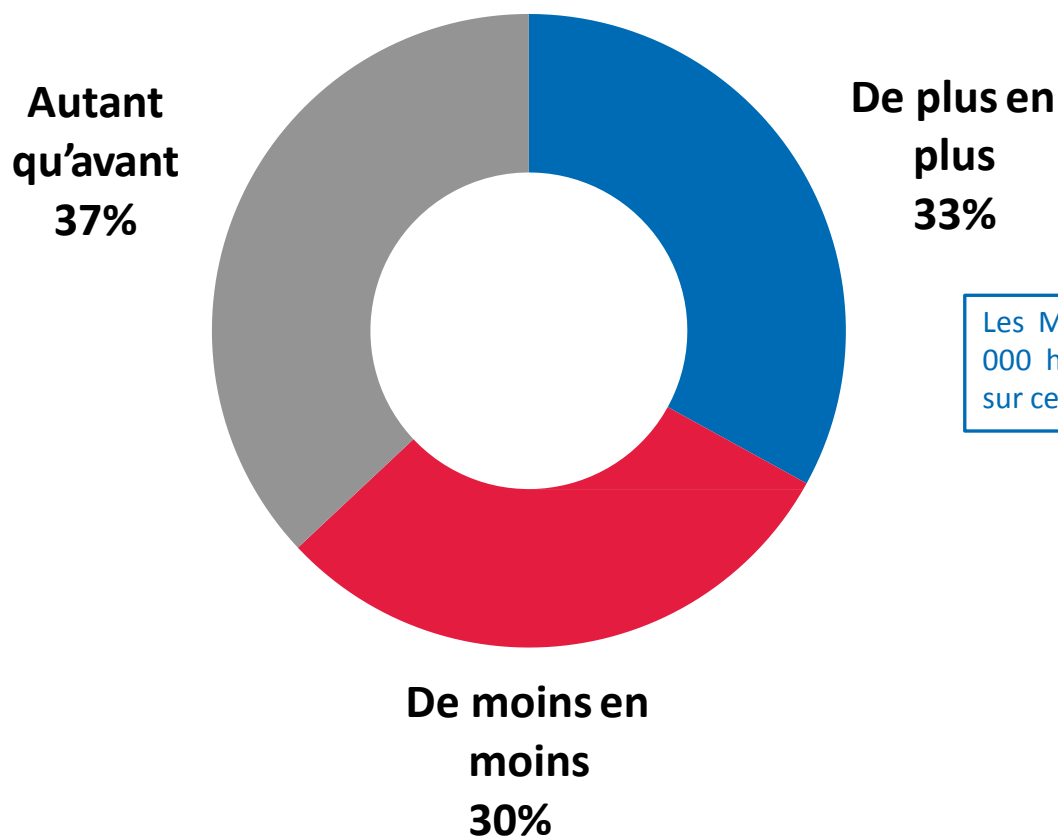
LES ÉLUS SE MONTRENT PAR AILLEURS TRÈS PARTAGÉS SUR L'ÉVOLUTION DU NOMBRE DE LIEUX DE RASSEMBLEMENT DANS LEUR COMMUNE



QUESTION – Et avez-vous le sentiment qu'il y a de plus en plus, de moins en moins, ou autant qu'avant de lieux où les habitants de votre commune peuvent se rassembler et échanger entre eux ?



Question posée seulement aux Maires



Les Maires de communes de + de 10 000 habitants sont les plus optimistes sur cette évolution (54%).



V

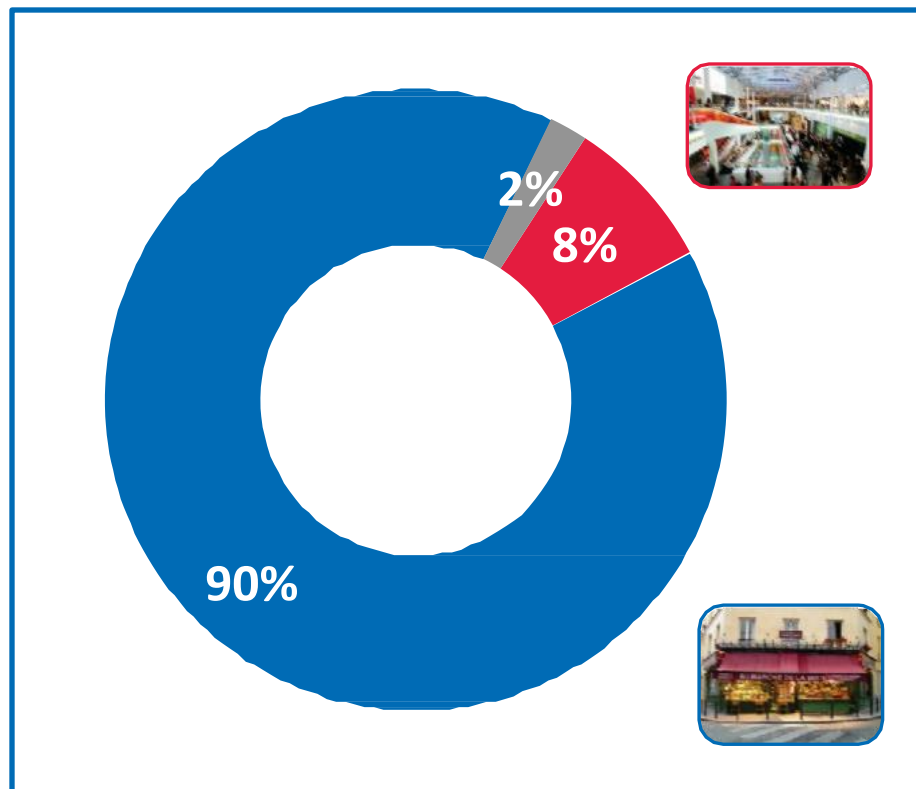
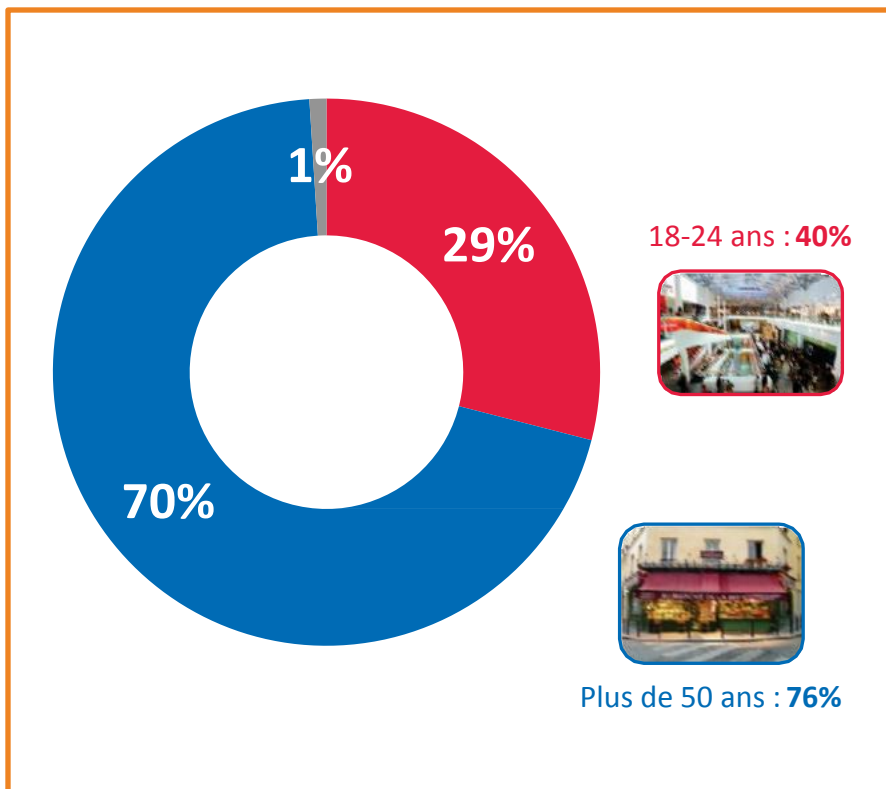
PROXIMITÉ ET DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

**LES PETITS COMMERCE JUGÉS ESSENTIELS POUR LA VITALITÉ
ÉCONOMIQUE DES COMMUNES LES GRANDES ZONES COMMERCIALES,
UN MODÈLE QUI SÉDUIT DAVANTAGE LES JEUNES**

ELUS ET CITOYENS JUGENT LES PETITS COMMERCE PRÉFÉRABLES AUX ZONES COMMERCIALES POUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DES COMMUNES, LES JEUNES SE MONTRANT PLUS FAVORABLES AUX ZONES COMMERCIALES



QUESTION – De manière générale, diriez-vous qu’il vaut mieux pour le développement économique d’une commune avoir quelques grandes zones commerciales, plutôt en périphérie, ou avoir beaucoup de petits commerces, plutôt en centre-ville?

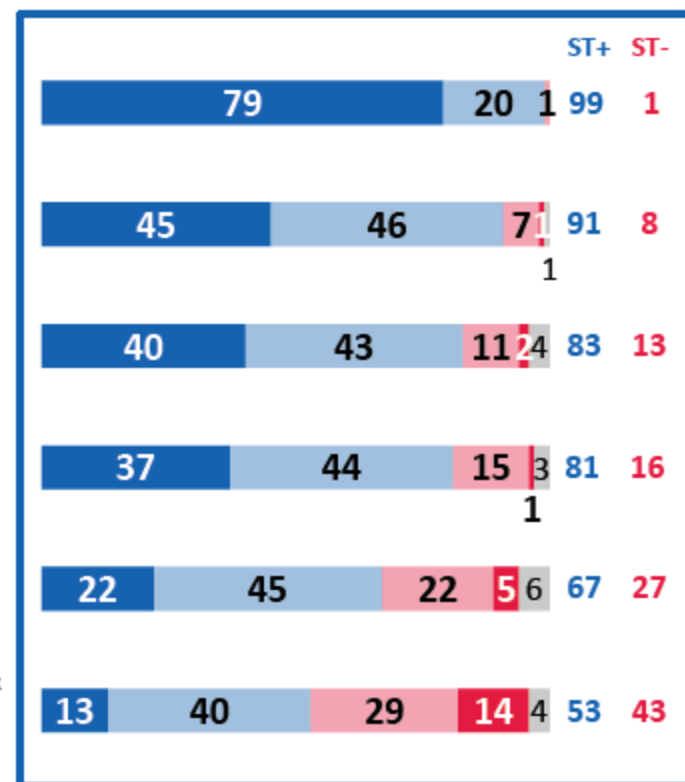
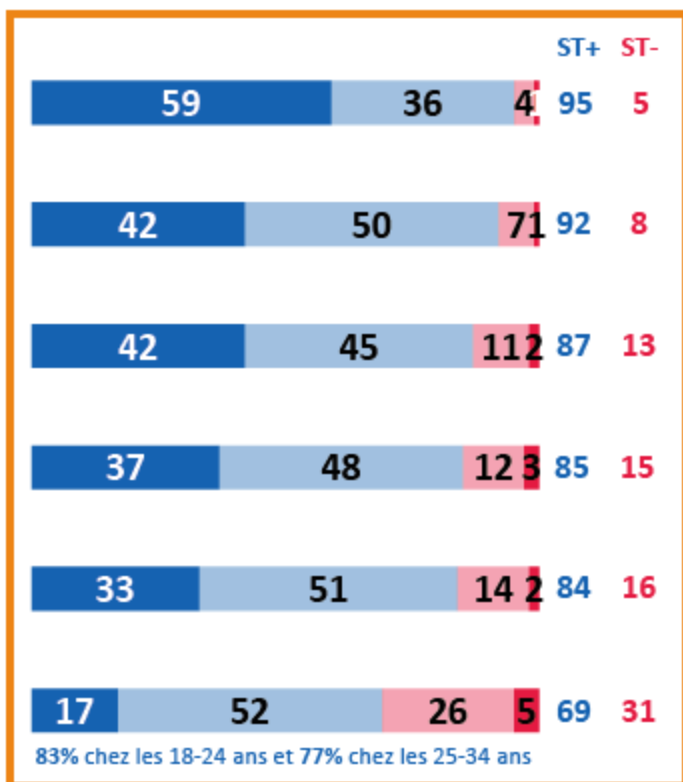


- Avoir quelques grandes zones commerciales, plutôt en périphérie
- Avoir beaucoup de petits commerces, plutôt en centre-ville
- NSPP

LES PETITS COMMERCE JUGÉS ESSENTIELS POUR LA VITALITÉ ÉCONOMIQUE D'UNE COMMUNE, LES CAFÉS, MARCHÉS, BAR-TABACS PRESSE ET CINÉMAS ÉTANT ÉGALEMENT JUGÉS IMPORTANTS



QUESTION – Pour chacun des lieux suivants, diriez-vous qu'ils sont ... pour la vitalité économique d'une commune ?



■ Très importants ■ Assez importants ■ Pas vraiment importants ■ Pas importants du tout ■ NSPP

Contacts CSA – Pôle Opinion Corporate :

Julie GAILLOT – Directrice de clientèle julie.gaillot@csa.eu

Nicolas FERT – Chef de groupe nicolas.fert@csa.eu

en savoir plus : www.csa.eu - @InstitutCSA

10, rue Godefroy - 92800 Puteaux

Tel . : 01.57.00.58.00 - Fax : 01.57.00.58.01

