

Pressemitteilung vom 15. Januar 2020

Sehr geehrte Damen und Herren von der Presse,

seit dem Jahr 2008 – d.h. seit nun über 10 Jahren – führt die ecostra GmbH jährlich eine Befragung von internationalen Markenherstellern durch, welche Mieter in einem Outlet Center in Europa sind. Seit dem Jahr 2012 wird diese Untersuchung in Kooperation mit dem französischen Forschungsinstitut Magdus erstellt. Der Report gilt zwischenzeitlich als „der“ Benchmark für die europäische Outlet-Branche. Die Ergebnisse werden jeweils im sog. **„Outlet Centre Performance Report Europe“** (OCPRE) abgedruckt, welcher über den ecostra-Webshop bezogen werden kann.

Beim OCPRE handelt sich um die einzige europaweite Befragung von Marken zur wirtschaftlichen Performance ihrer Stores in den einzelnen Fabrikverkaufszentren. In das Befragungsportfolio wurden sämtliche Outlet Center in Europa aufgenommen, welche bereits seit mehr als zwei Jahren in Betrieb sind. Teilnehmen an der Befragung durften nur Markenhersteller, die mindestens einen Laden in jeweils drei verschiedenen Outlet Centern in Europa haben. Befragt wurden die Entscheidungsträger (Vertriebsleiter, Expansionsmanager) der Marken in den jeweiligen Unternehmenszentralen, nicht die Storemanager vor Ort, da nur die Erstgenannten die Möglichkeit und den Überblick haben, die Performance ihrer Stores in verschiedenen Centern zu bewerten, die zudem häufig auch noch in verschiedenen europäischen Ländern liegen. Wie auch im Vorjahr haben diesmal insgesamt 76 internationale Markenhersteller an der Befragung teilgenommen, welche in Summe 1.330 Outlet Stores (im Vorjahr: 1.201) in europäischen Outlet Centern betreiben. Da verschiedene dieser Hersteller mehrere Marken führen, stehen diese in Summe für ein Portfolio von ca. 120 Marken, meist aus dem Modesektor.

Über einen Abdruck dieser Pressemitteilung in Ihrer Publikation würden wir uns sehr freuen. Falls Sie hierfür noch weiteres Illustrationsmaterial (z.B. druckfähige Fotos ausgewählter Objekte) benötigen sollten, können wir Ihnen auch diese gerne kostenlos und rechtfrei zur Verfügung stellen.

Bei Rückfragen können Sie sich jederzeit gerne an uns wenden. Ansprechpartner ist bei

- ecostra, Dr. Joachim Will, Tel.-Nr. +49 (0)611 716 95 75-0 bzw. Email info@ecostra.com
- magdus, Dr. Caroline Lamy, Tel.-Nr. +33 (0)6 11 46 54 06 bzw. Email lamy@mardus.fr

Mit freundlichen Grüßen

ecostra GmbH magdus

Outlet Center: das britische Bicester Village erobert sich die Krone der wirtschaftlich erfolgreichsten Center in Europa zurück

Bicester, eine Kleinstadt mit knapp 33.000 Seelen in der britischen Grafschaft Oxfordshire, kann auf eine Geschichte zurückblicken, welche bis in die Römerzeit zurückreicht. National und international bekannt wurde Bicester aber erst durch das 1995 eröffnete Outlet Center, das zwischenzeitlich neben dem Tower in London, Oxford und Stonehenge zu den meistbesuchten Touristenattraktionen des Vereinigten Königreichs zählt und sich zum Pflichtprogramm für viele asiatische Touristen entwickelt hat. Dass sich dies auch in einem beachtlichen wirtschaftlichen Erfolg bemerkbar macht, wurde nun erneut bestätigt. In der seit 2008 jährlich durchgeführten Untersuchung zum Outlet Center Performance Report der Wiesbadener Wirtschaftsberatung ecostra und des französischen Forschungsinstituts magdus wurde das Outlet Center „Bicester Village“ von den befragten Outlet-Mietern nach 2008, 2010 und 2013 zum nun vierten Mal zum wirtschaftlich erfolgreichsten Outlet Center Europas gewählt. Bicester Village löst damit den Vorjahressieger, die „Outletcity Metzingen“, ab.

Flächenproduktivität von über 40.000,-- € / m². Glückliche Mieter

Bei der aktuellen Mieterbefragung erzielt Bicester Village sogar als erstes Center überhaupt die mögliche Höchstbewertung. Alle teilnehmenden Mieter gaben dem Center bei der Frage nach den wirtschaftlichen Erträgen ihrer Stores ein „sehr gut“. *„Seit wir diese Untersuchung erstmals 2008*

gestartet haben, hatten wir das noch nie“, kommentiert Dr. Joachim Will, Geschäftsführer der ecostra GmbH, dieses Ergebnis. *„Offensichtlich sind die Mieter von Bicester Village mit den dort erwirtschafteten Umsätzen nicht nur außerordentlich zufrieden, sondern geradezu glücklich, dort Shops zu haben. Und das trotz der bekanntermaßen hohen Mieten, welche der Betreiber Value Retail an diesem Standort aufruft.“* Dabei ist die Leistungsfähigkeit von Bicester Village längst kein Geheimnis mehr. Der französische Investmentfonds Hammerson, der direkt und indirekt einen Anteil von 50 % an dem Center hält, nannte in einem der letzten Geschäftsberichte eine durchschnittliche Flächenproduktivität von über 40.000,- € pro m². Will: *„Damit dürfte Bicester Village auch unter den Outlet Centern weltweit in einer ganz eigenen Liga spielen. Derzeit ist uns kein anderes Center bekannt, das auch nur annähernd solche Werte erreicht.“*

La Vallée Village: ein weiterer „heimlicher Sieger“

Die Firma Value Retail, welche für das Management von Bicester Village verantwortlich ist und ebenfalls Anteile an dem Center hält, kann bei der aktuellen Untersuchung auch noch weitere Erfolge für sich verbuchen. Mit dem nördlich von Barcelona gelegenen Outlet Center „La Roca Village“ (Platz 3), „Ingolstadt Village“ bei München (Platz 11) und „Las Rozas Village“ bei Madrid (Platz 18) konnte Value Retail noch drei weitere seiner insgesamt neun Center in den Top 20 der wirtschaftlich erfolgreichsten Outlet Standorte in Europa platzieren. Das ebenfalls von Value Retail gemanagte „La Vallée Village“ in der Nähe von Disneyland Paris verpasste mit nur vier Mietervoten knapp den Einzug in das Ranking, schaffte dabei aber – wie bereits das Schwestercenter „Bicester Village“ – die Höchstbewertung von 1,0. *„La Vallée Village ist wegen der guten Standortfaktoren, des guten Mieterbesatzes und der Kompetenz des Betreibers seit Jahren ein High-Performer und gilt unzweifelhaft als eines der besten französischen Center. Es hat aufgrund zu weniger Mietervoten den Schwellenwert zur Aufnahme in das Ranking zwar knapp verfehlt, ist aber bestimmt ein ‚heimlicher Sieger‘“,* konstatiert Dr. Caroline Lamy, Inhaberin von magdus, Troyes, welche als profunde Kennerin nicht nur des französischen Outlet-Marktes gilt. Auf dem 2. Platz kam das an der niederländischen Grenze zu Deutschland gelegene „Designer Outlet Roermond“ des europäischen Marktführers McArthurGlen. Roermond hat in den vergangenen Jahren häufig das Ranking angeführt und war immer in der Spitzengruppe vertreten. Bestes deutsches Center ist nach wie vor die „Outletcity Metzingen“, das sich im europäischen Vergleich nun auf Rang 7 befindet.

Neueinsteiger „Honfleur Normandy Outlet“ mit Top-Platzierung

Die Überraschung des Jahres stellt jedoch das französische Center „Honfleur Normandy Outlet“ dar, welches erst im November 2017 an der Mündung der Seine im Süden der Stadt Le Havre, eröffnet wurde und mit etwa 12.000 m² GLA zu den kleineren Outlet Centern zählt. Als Neueinsteiger beim Outlet Centre Performance Report erreichte dieses von Advantail entwickelte und gemanagte Center auf Anhieb den 8. Platz mit einer Bewertung von 2,0. Üblicherweise starten Neueinsteiger erst einmal im Mittelfeld des Rankings, da Outlet Center einige Zeit benötigen, sich innerhalb ihres Marktumfeldes als Einkaufsdestinationen zu positionieren. Caroline Lamy: *„Das Center hatte einen guten Start und verzeichnete im vergangenen Jahr eine weitere außerordentlich dynamische Entwicklung. Die Zahl der Besucher stieg um 11 % und der Umsatz legte sogar um 23 % zu. Das ist ein sehr beachtlicher Erfolg!“* Der Betreiber Advantail plant nun, das „Honfleur Normandy Outlet“ in den nächsten Jahren deutlich zu erweitern.

Center in Nordspanien am unteren Ende des Rankings

Schlusslicht und damit Träger der „roten Laterne“ ist diesmal „Coruna The Style Outlets“ im nordspanischen Concello de Culleredo. Das von Neinver betriebene Center löst das bisher Letztplatzierte „Marques Avenue Troyes Mode“ in Saint-Julien-les-Villas in Frankreich ab, das seinen Standort östlich von Paris hat und sich nun auf dem zweitletzten Platz befindet. Caroline Lamy: *„Der Betreiber Marques Avenue hat auf diese Situation bereits reagiert und vor Kurzem das Flächenkonzept ebenso wie die Mieterstruktur überarbeitet. Erste Reaktionen von Mietern und Besuchern zeigen, dass hier wahrscheinlich die richtigen Maßnahmen ergriffen wurden und zukünftig eine verbesserte Platzierung im Ranking zu erwarten sein wird.“*

Seriensieger McArthurGlen in der Betreiberbewertung

Als leistungstärkster Betreiber von Outlet Centern in Europa wurde von den befragten Mietern – wie bereits in den Vorjahren – McArthurGlen eingestuft. Der europäische Marktführer betreibt derzeit 23 Outlet Center in den Ländern Westeuropas, weitere 5 Standorte sind entweder bereits in Bau oder im fortgeschrittenen Planungsstadium. An zweiter Stelle folgt mit der Holy AG der Betreiber der Outlecity Metzgingen und an dritter Stelle Value Retail.

Anhaltend hohe Expansionsfähigkeit, aber Zahl der geplanten Outlet Stores geht leicht zurück

Aus Sicht der Markenhersteller performen die Outlet Stores weiterhin nicht nur deutlich besser als die eigenen Standorte in den innerstädtischen Geschäftsstraßen sowie die eigenen Online-Stores. Der Abstand hat sich im vergangenen Jahr sogar nochmals etwas vergrößert. Insofern entwickeln sich die Outlet Stores für die Marken zunehmend zum profitabelsten Vertriebskanal, wenngleich das gesamte Absatzvolumen gegenüber dem Einzel- und Großhandel weiterhin noch deutlich geringer ist. Entsprechend wird auch weiterhin bei den Outlets kräftig expandiert, wenngleich sich das Standortwachstum etwas abgeschwächt hat. Die befragten Markenhersteller planen im Jahr 2020 durchschnittlich die Eröffnung von 3,3 Outlet Stores in Europa (Vorjahr: Ø 3,7 Stores), wobei die expansivste Marke gleich 20 Stores eröffnen will. Gleichzeitig sollen durchschnittlich 1,0 Outlet Stores geschlossen werden (Vorjahr: Ø 1,2 Stores), wobei der Maximalwert einer Marke hier bei 6 Stores liegt. Damit zeigt sich auch in diesem Markt, dass manche Marken ihr Vertriebsnetz bereits etwas überdehnt haben und nun eine Bereinigung der Standorte eingesetzt hat.

Zielmarkt ist vor allem Deutschland. Brexit für die Marken meist kein Problem

Deutschland stellt für die Markenhersteller nach wie vor den bevorzugten Zielmarkt zur Eröffnung neuer Outlet Stores dar. Knapp 60 % der befragten Hersteller wollen in den nächsten 3 Jahren dort Outlet Stores anmieten. Deutschland wird gefolgt von Frankreich und den Niederlanden (beide ca. 27 %), wobei im Jahresvergleich vor allem das Interesse an den Niederlanden zugenommen hat. Aber auch Italien (21 %) ist als Zielmarkt gegenüber dem Vorjahr wieder stärker in den Fokus geraten. Aus gegebenem Anlass wurden die Markenhersteller auch gefragt, ob der Brexit für die weitere Expansion ein Hindernis darstellt. Knapp 20 % der Marken sehen den Brexit als mehr oder weniger starkes Hemmnis, etwa 40 % können im Brexit kein Problem für die weitere Expansion erkennen und knapp 16 % wollten sich hierzu nicht äußern.

Der vollständige Berichtsband des „Outlet Centre Performance Report Europe 2019“ mit allen Detailauswertungen und ausführlichen Kommentierungen kann ab etwa Ende Januar 2020 im ecostra-Webshop zum Preis von 150,- € (zzgl. MwSt.) bestellt werden.

Übersicht: Die Top 20 der aus Mietersicht ökonomisch erfolgreichsten Outlet Center in Europa 2019

Rang Europa	Outlet Center (Betreiber)	Land	Ø-Bewertung**	Anzahl Bewertungen
1	Bicester - Bicester Village (Value Retail)	Vereinigtes Königreich	1,00	7
2	Roermond - McArthurGlen Roermond (McArthurGlen)	Niederlande	1,48	33
3	La Roca del Vallès - La Roca Village (Value Retail)	Spanien	1,63	8
4	Noventa di Piave - McArthurGlen Noventa di Piave (McArthurGlen)	Italien	1,67	9
5	Parndorf - McArthurGlen Parndorf (McArthurGlen)	Österreich	1,90	30
6	Ellesmere Port - McArthurGlen Cheshire Oaks (McArthurGlen)	Vereinigtes Königreich	1,92	13
7	Metzingen - Outletcity Metzingen (Holy AG)	Deutschland	1,95	22
8*	Honfleur - Honfleur Normandy Outlet (Advantail)	Frankreich	2,00	8
8*	Serravalle Scrivia - McArthurGlen Serravalle (McArthurGlen)	Italien	2,00	15
8*	Madrid - Getafe The Style Outlets (Neinver)	Spanien	2,00	5
11*	Roppenheim - The Style Outlets (Neinver)	Frankreich	2,04	27
11*	Ingolstadt - Ingolstadt Village (Value Retail)	Deutschland	2,04	24
13*	Movidas / Vila do Conde - Vila do Conde Fashion Outlet (VIA Outlets)	Portugal	2,10	10
13*	York - McArthurGlen York (McArthurGlen)	Vereinigtes Königreich	2,10	10
15	Zweibrücken - Zweibrücken Fashion Outlet (VIA Outlets)	Deutschland	2,12	34
16	Biatorbágy - Premier Outlet (ROS)	Ungarn	2,14	7
17	Wustermark - McArthurGlen Berlin (McArthurGlen)	Deutschland	2,19	21
18*	Las Rozas - Las Rozas Village (Value Retail)	Spanien	2,20	5
18*	London - London Designer Outlet (Realm)	Vereinigtes Königreich	2,20	5
20	Ochtrup - Designer Outlet Ochtrup (McArthurGlen)	Deutschland	2,22	23

* Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
 ** Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)

Quelle: ecostra / magdus 2019

Die Spitzenreiter in ausgewählten europäischen Ländern:
Top 3 in Frankreich 2019

Rang F	Rang Europa	Outlet Center (Betreiber)	Ø-Bewertung**	Anzahl Bewertungen
1	8*	Honfleur - Honfleur Normandy Outlet (Advantail)	2,00	8
2	11*	Roppenheim - The Style Outlets (Neinver)	2,04	27
3*	50*	Coquelles - Channel Outlet Store (Advantail)	2,75	8
3*	50*	Talange - Marques Avenue (Marques Avenue)	2,75	16

* Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
 ** Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)

Quelle: ecostra / magdus 2019

Top 3 in Deutschland 2019

Rang D	Rang Europa	Outlet Center (Betreiber)	Ø-Bewertung**	Anzahl Bewertungen
1	7	Metzingen - Outletcity Metzingen (Holy AG)	1,95	22
2	11*	Ingolstadt - Ingolstadt Village (Value Retail)	2,04	24
3	15	Zweibrücken - Zweibrücken Fashion Outlet (VIA Outlets)	2,12	34

* Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
 ** Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)

Quelle: ecostra / magdus 2019

Top 3 in Italien 2019

Rang I	Rang Europa	Outlet Center (Betreiber)	Ø-Bewertung**	Anzahl Bewertungen
1	4	Noventa di Piave - McArthurGlen Noventa di Piave (McArthurGlen)	1,67	9
2	8*	Serravalle Scrivia - McArthurGlen Serravalle (McArthurGlen)	2,00	15
3	22	Castel Romano - McArthurGlen Castel Romano (McArthurGlen)	2,27	11

* Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
 ** Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)
 Quelle: ecostra / magdus 2019

Top 3 in Spanien 2019

Rang E	Rang Europa	Outlet Center (Betreiber)	Ø-Bewertung**	Anzahl Bewertungen
1	3	La Roca del Vallès - La Roca Village (Value Retail)	1,63	8
2	8*	Madrid - Getafe The Style Outlets (Neinver)	2,00	5
3	18*	Las Rozas - Las Rozas Village (Value Retail)	2,20	5

* Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
 ** Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)
 Quelle: ecostra / magdus 2019

Top 3 im Vereinigten Königreich 2019

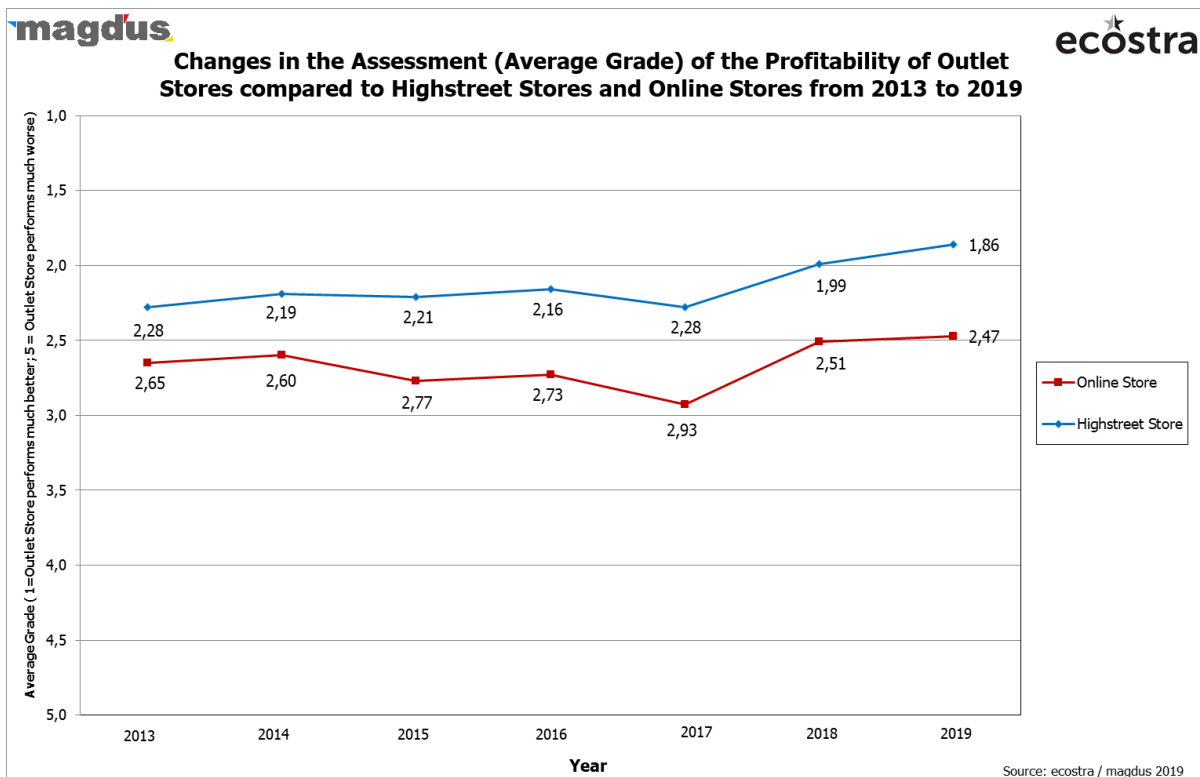
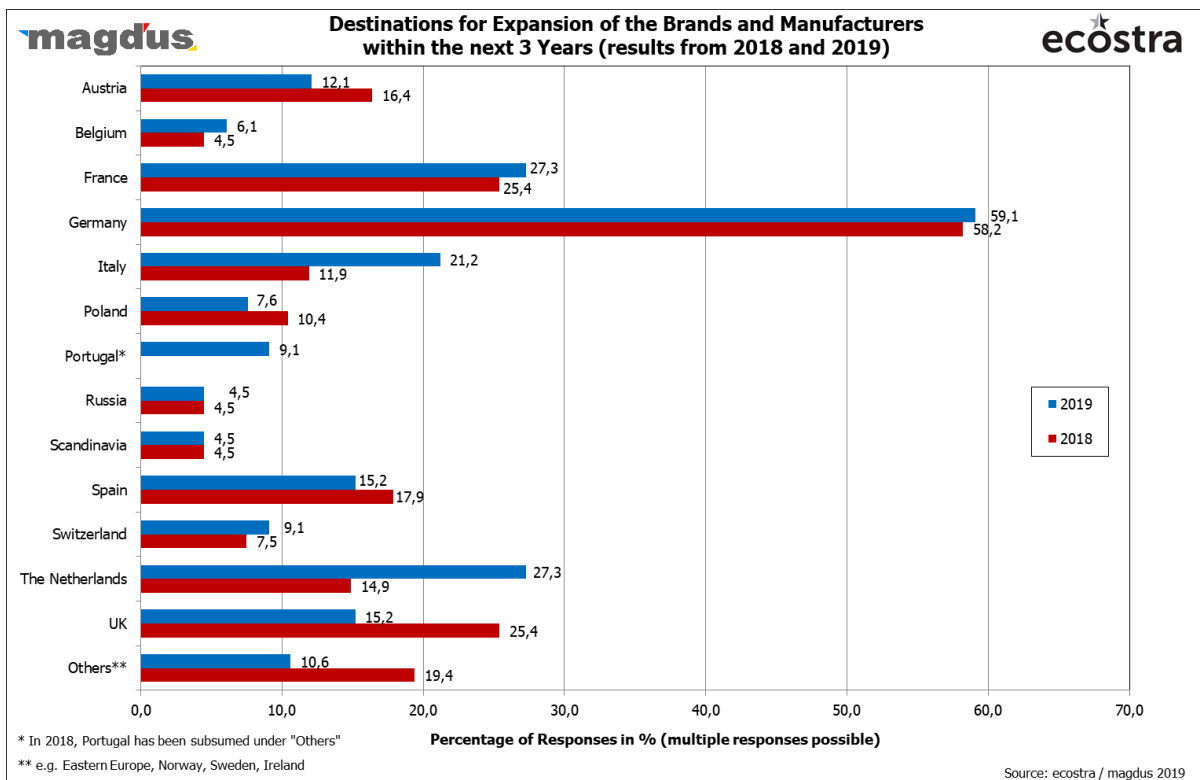
Rang UK	Rang Europa	Outlet Center (Betreiber)	Ø-Bewertung**	Anzahl Bewertungen
1	1	Bicester - Bicester Village (Value Retail)	1,00	7
2	6	Ellesmere Port - McArthurGlen Cheshire Oaks (McArthurGlen)	1,92	13
3	13*	York - McArthurGlen York (McArthurGlen)	2,10	10

* Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
 ** Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)
 Quelle: ecostra / magdus 2019

Übersicht: Die 10 untersuchten Outlet Center in Europa mit der schwächsten ökonomischen Performance 2019

Rang Europa	Outlet Center (Betreiber)	Land	Ø-Bewertung**	Anzahl Bewertungen
96*	Bordeaux - Quai des Marques (Marques Avenue)	Frankreich	3,40	5
96*	Hatfield - The Galleria (Land Securities)	Vereinigtes Königreich	3,40	5
98	Rzgów (Lodz) - PTAK Outlet (PTAK S.A.)	Polen	3,43	7
99*	Messancy - McArthurGlen Luxembourg (McArthurGlen)	Belgien	3,50	8
99*	Agira - Sicilia Outlet Village (Arcus Real Estate Srl)	Italien	3,50	8
99*	Marratxi - Mallorca Fashion Outlet (VIA Outlets)	Spanien	3,50	6
102*	Molfetta - Puglia Outlet Village (Multi Outlet)	Italien	3,60	5
102*	Järfälla - Stockholm Quality Outlet Barkaby (JLL)	Schweden	3,60	5
104	Saint-Julien-les-Villas - Marques Avenue Troyes Mode (Marques Avenue)	Frankreich	3,71	7
105	Concello de Culleredo - Coruna The Style Outlets (Neinver)	Spanien	3,83	6

* Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
 ** Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)
 Quelle: ecostra / magdus 2019



Definition Outlet Center:

Outlet Center sind eine Agglomeration vieler Ladeneinheiten innerhalb eines einheitlich geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängenden Anlage mit einer gesamten Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m² (= ca. 6.000 m² GLA) und mit mehr als 20 Outlet Stores, in denen Markenhersteller und vertikal integrierte Einzelhändler Auslaufmodelle, 2.-Wahl-Produkte, Überschussproduktionen etc. unter Umgehung des Einzelhandels an Endverbraucher absetzen. Alle Waren werden mit einem Preisabschlag von mindestens 25 % verkauft, wobei eine doppelte Preisauszeichnung („High Street Price“ / „Outlet Price“) mietvertraglich vorgeschrieben ist. Das Marketing ist auf einen überregionalen Kundenkreis ausgerichtet. Die Koordination, Organisation und das Marketing erfolgt durch ein Centermanagement.

ecostra-Unternehmensprofil

Die ecostra GmbH zählt zu den führenden Unternehmensberatungen im Bereich der Immobilienwirtschaft und des Einzelhandels. Neben Consultingaufgaben, wie z.B. die Optimierung des Filialnetzes von Handelsunternehmen, Erstellung von Standortanalysen und Studien zur Expansionsplanung sowie Machbarkeits- und Rentabilitätsuntersuchungen für Projektentwickler und Investoren erarbeitet ecostra auch marktfähige Flächen- und Nutzungskonzepte für Einkaufszentren bzw. analysiert die Chancen und Risiken z.B. des Relaunch von notleidenden Zentren. Neben der Privatwirtschaft arbeitet ecostra auch für öffentliche Auftraggeber – z.B. Städte, Gemeinden, Verwaltungsgerichte, Kammern – und bietet Sachgutachten für Genehmigungs-, Verwaltungs- und Kartellgerichtsverfahren. Das räumliche Betätigungsfeld umfasst alle Länder Europas, Sitz des Unternehmens ist die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden.

Einen besonderen Schwerpunkt der Einzelhandelsforschung stellt bei ecostra neben den klassischen Shopping- und Fachmarktzentren die Vertriebsform Factory Outlet Center dar. Hier hat ecostra neben diversen Grundlagenuntersuchungen – u.a. auch für das deutsche Bundesbauministerium – verschiedene Fachpublikationen zu den Standortanforderungen, der betrieblichen Funktionsweise wie auch zu den Auswirkungen auf den regionalen Handel veröffentlicht.

magdus-Unternehmensprofil

Die Stadt Troyes, ca. 150 km östlich von Paris gelegen, gilt durch die hier vorhandene Ballung von Fabrikverkaufsstellen und Outlet Centern als das „Metzingen“ Frankreichs. Im Jahr 2003 hat die Stadtverwaltung von Troyes zusammen mit der Industrie- und Handelskammer („Chambre de Commerce et d’Industrie de Troyes et de l’Aube“) beschlossen, eine Forschungseinrichtung für Factory Outlet Center zu gründen, welche den Namen „magdus“ erhielt. Magdus hat zwischenzeitlich eine enorme Datenbasis zu allen Fragestellungen rund um Outlet Center aufgebaut und versteht sich als Forum für Debatten und Diskussionen zur Bedeutung und Entwicklung der Factory Outlet Center in Europa.

Ansprechpartner:

ecostra GmbH
Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa
Dr. Joachim Will
Bahnhofstrasse 42
D-65185 Wiesbaden
Tel.: +49 - (0)611 71 69 57 50
Fax: +49 - (0)611 71 69 57 525
Email: office@ecostra.com
www.ecostracom

magdus
European Factory Outlet
Centres Observatory
Dr. Caroline Lamy
11 Rue Gautherin
F-10000 Troyes
Tel.: +33 - (0)6 11 46 54 06
Email: lamy@magdus.fr
www.magdus.fr