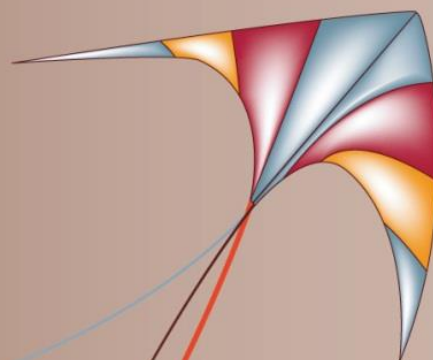


Cabinet conseil en stratégie et management des entreprises
et des organisations



Ville de Le Moule

Rapport de mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage pour la réalisation d'un état
des lieux des associations dans la Ville de Le Moule

Rapport de mission

fortement
différent !

SOMMAIRE

1.	Préambule	2
2.	Introduction	3
2.1.	Le contexte du projet.....	3
2.2.	Principes méthodologiques de l'étude.....	4
3.	L'enquête	5
3.1.	Analyse documentaire.....	5
3.2.	Résultats et analyse.....	5
3.3.	Matrice FFOM	19
3.4.	Quelques préconisations pour accompagner le secteur	19

1. PREAMBULE

Ce document constitue le *rapport de mission* de Delta S.I concernant une *mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage pour la réalisation d'un état des lieux des associations dans la Ville de Le Moule*.

Pour toute information complémentaire, vous pouvez joindre :

Interlocuteur Delta S.I en charge de votre projet

M. Willy Pichegrain

wpichegrain@delta-si.fr

Tél. : 06.96.33.79.42

pour les aspects commerciaux et méthodologiques,

Delta S.I Antilles-Guyane

MBE 136 – Mangot Vulcin

97288 Le Lamentin

Tel : 02 47 25 84 72

Mail : antilles-guyane@delta-si.fr

2. INTRODUCTION

2.1. LE CONTEXTE DU PROJET

L'économie sociale et solidaire combine engagement social et initiative économique pour mettre la personne humaine au centre des activités et replacer l'économie dans son contexte : ***les activités économiques sont un moyen au service d'un projet sociétal.***

Les organisations de l'économie sociale et solidaire permettent de produire, de travailler, d'épargner, de consommer... autrement. En Guadeloupe, elles sont ***présentes dans de multiples secteurs d'activités.***

En France, en 2012, le gouvernement de Jean-Marc Ayrault a reconnu l'importance de l'économie sociale et solidaire en nommant un ministre chargé de ce secteur (Benoit Hamon, ministre délégué auprès du ministre de l'Économie et des Finances, chargé de l'Économie sociale et solidaire et de la Consommation). Un ***projet de loi-cadre sur l'ESS*** a été adopté par le Sénat en novembre 2013 et a été publié au Journal officiel du 1er août 2014. Cette loi pose les bases d'un véritable ***changement d'échelle de l'ESS***, aujourd'hui essentiellement constituée d'organisations de petite taille, en donnant pour la première fois une ***définition de ce mode d'entreprendre spécifique*** et en ***lui attribuant les moyens de se développer.***

Les 5 points clés de la loi :

- ***Définir l'ESS*** : inclusion de l'entrepreneuriat social : l'ESS devient officielle, puisque les entreprises qui voudront en faire partie devront se déclarer comme telles auprès des pouvoirs publics. Cette création d'une identification « entreprise de l'ESS » vise à leur faciliter l'accès à des financements dédiés.
- ***Faciliter le financement du secteur***, d'où également la rénovation prévue par le projet de loi de l'agrément solidaire, qui devient l'agrément « entreprise solidaire d'utilité sociale », et que ne pourront obtenir que des entreprises de l'ESS qui ont un objectif d'utilité sociale reconnue. De manière plus ciblée, le projet de loi rénove ou crée des outils spécifiques afin de faciliter les levées de fonds des structures de l'économie sociale : titre associatif, certificat mutualiste...
- ***Moderniser les institutions et les statuts*** (coopératives)
- ***Développer les coopératives***
- ***Reconnaître les entrepreneurs sociaux***

Quelques chiffres clés de l'ESS en France :

- 10 % du PIB, réalisés par 200 000 organisations
- 2 360 000 salariés, représentant 54 milliards de chiffres d'affaires
- 12 % des emplois privés
- + 24% d'emplois privés depuis treize ans (soit 5 fois plus que hors ESS)
- 600 000 recrutements d'ici 2020 en raison des départs à la retraite

La Ville du Moule compte ***environ 130 associations*** sur son territoire. Ces associations sont évidemment essentielles pour le ***maintien du lien social et pour l'animation du territoire moulien.*** Mais, malgré le soutien important de la Ville au secteur, il est difficile aux responsables de l'édilité, d'avoir une vision globale et précise de l'activité associative sur son territoire.

ENJEUX ET OBJECTIFS

Ainsi, les enjeux pour la Ville du Moule sont :

- ***D'avoir une photographie précise du secteur associatif sur son territoire ;***
- ***De mieux identifier les interlocuteurs au sein de ces associations ;***
- ***De définir le potentiel d'activité économique et sociale ;***
- ***D'optimiser ses ressources pour dynamiser le secteur.***

Le Cabinet de conseil en stratégie a été retenu à l'issue d'une procédure d'appel d'offre pour réaliser l'étude.

2.2. PRINCIPES METHODOLOGIQUES DE L'ETUDE

2.2.1. METHODOLOGIE GENERALE

Pour répondre au besoin, notre méthodologie générale s'est appuyée sur 3 types d'outils :

- L'analyse documentaire sur la base des données déjà disponibles chez le commanditaire ;
- L'enquête "papier" et/ou informatique permettant de recueillir des données à distance auprès des associations sans générer des frais importants à partir de questionnaires préétablis mis en ligne ou transmis par voie dématérialisée ;
- L'enquête "terrain" permettant de rencontrer les associations, de confirmer ou infirmer si nécessaire les éléments recueillis à distance mais surtout de recueillir des données qualitatives et quantitatives pour l'état des lieux.

Ainsi, à partir de ces données, des enseignements peuvent être tirés :

- **Sur la réalité de la vie associative** : activité ;
- **Sur leur organisation** : fonctionnement (gouvernance, bénévolat, emplois...),
- **Et d'autres** : sur le potentiel d'activité et d'emplois...

Pour réaliser la mission, nous avons travaillé à partir d'outils et de ressources disponibles et fournis par les services municipaux :

- Listes et coordonnées des associations du territoire ;
- Coordonnées des dirigeants et responsables.

3. L'ENQUETE

3.1. ANALYSE DOCUMENTAIRE

La première partie de notre travail a démarré par un recueil de documents auprès des services de la Ville du Moule.

Un fichier de coordonnées associatives nous a été transmis contenant 169 dénominations d'associations. Après vérification et analyse, nous avons pu nous rendre compte qu'une même structure pouvait se retrouver identifiée sur ce fichier, un premier regroupement a permis d'aboutir à 153 dénominations différentes.

Nous avons ensuite procédé à une vérification auprès du personnel communal et à une prise de contact avec les associations à partir des coordonnées disponibles. Ceci nous a permis de nous rendre compte que plusieurs des structures identifiées n'étaient plus actives. Ainsi, une seconde mise à jour permettait d'aboutir à une liste de 126 associations.

Il est à noter que l'appel d'offre du commanditaire faisait état de 130 associations identifiées sur le territoire de la Ville du Moule. Ainsi, nous avons pu définir qu'il fallait 38 réponses à notre questionnaire pour la validité de notre questionnaire (échantillon de 30% de la population de départ).

Notre phase de contact a ensuite montré que seules 87 associations possédaient des coordonnées valides. Avec l'accord du commanditaire, nous avons alors, revu l'échantillonnage à partir de cette population soit **27 réponses au questionnaire à obtenir**.

Nous avons contacté les 87 associations figurant sur le listing définitif et au cours de la phase d'enquête en présentiel, 58 ont été visitées. Après plusieurs relances, 25 associations ont répondu au questionnaire soit 29% de la population étudiée.

3.2. RESULTATS ET ANALYSE

3.2.1. DES DIFFICULTES ADMINISTRATIVES OU UN DESINTERET ?

Malgré plusieurs phases de relance (téléphonique ou par mail), malgré de nombreux contacts avec les associations de la liste, malgré une assistance proposée pendant toute la période d'enquête, **nous n'avons pu recueillir "que" 25 réponses au questionnaire**.

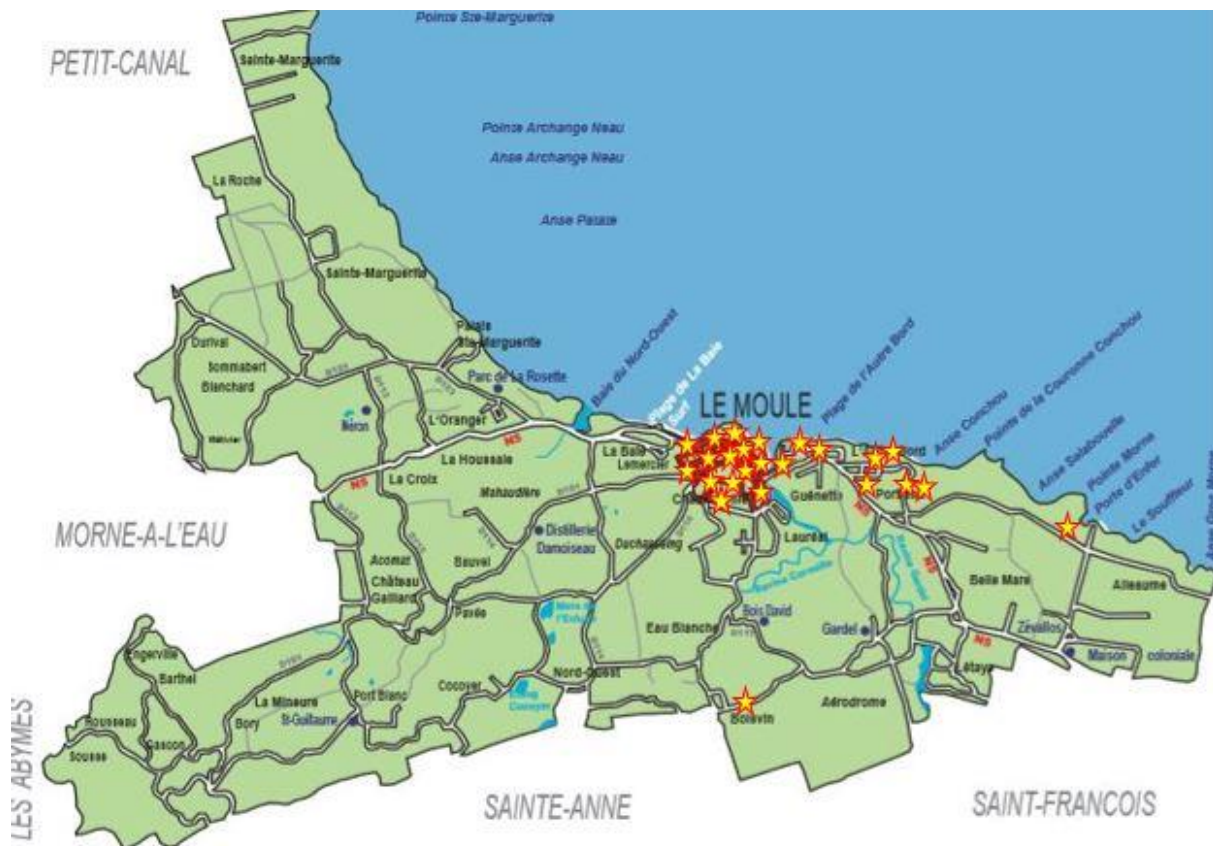
Ce résultat nous a amené à penser que beaucoup des associations ne se sont pas senties suffisamment concernées par l'étude qui nous a été confiée au point de répondre au questionnaire. Aucune, parmi celles qui n'ont pas répondu ne l'a affirmé et ont systématiquement répondu qu'elles nous transmettraient le document complété mais ce ne fût pas le cas.

Pouvait-on, à partir de là, penser que ces associations n'ont pas souhaité participer à l'étude pour exprimer une forme de protestation, est une option que nous pouvons retenir.

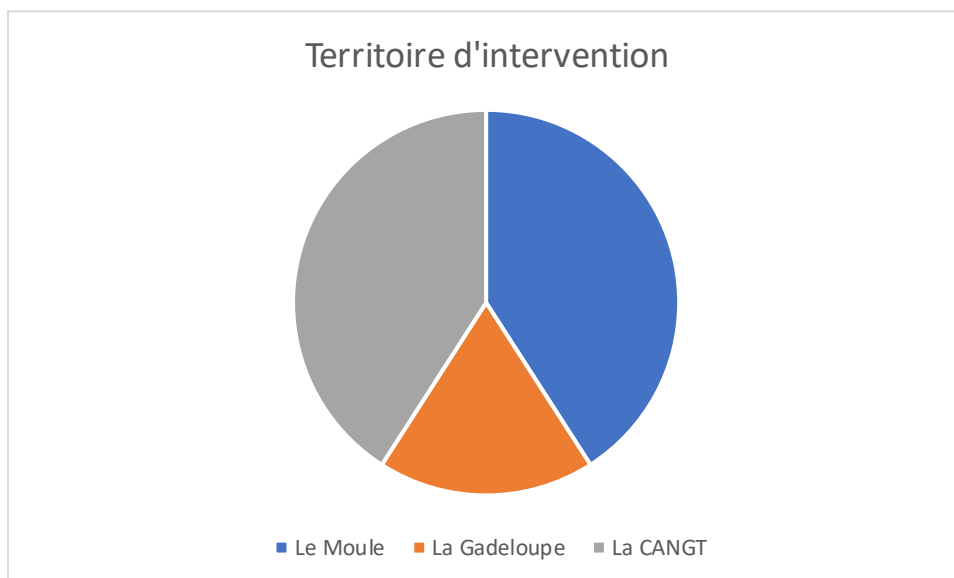
Une autre explication peut se trouver dans le fait que beaucoup d'association ont probablement une organisation embryonnaire ne leur permettant sans doute pas de répondre. Nous pensons que ces associations donnent la priorité à l'activité qu'elles proposent et n'ont pas perçu l'intérêt de nous répondre. Nous tâcherons de vérifier si les résultats corroborent cette hypothèse.

3.2.2. COORDONNEES ET DISTRIBUTION SUR LE TERRITOIRE

3.2.2.1. DISTRIBUTION GEOGRAPHIQUE ET ZONE D'INFLUENCE

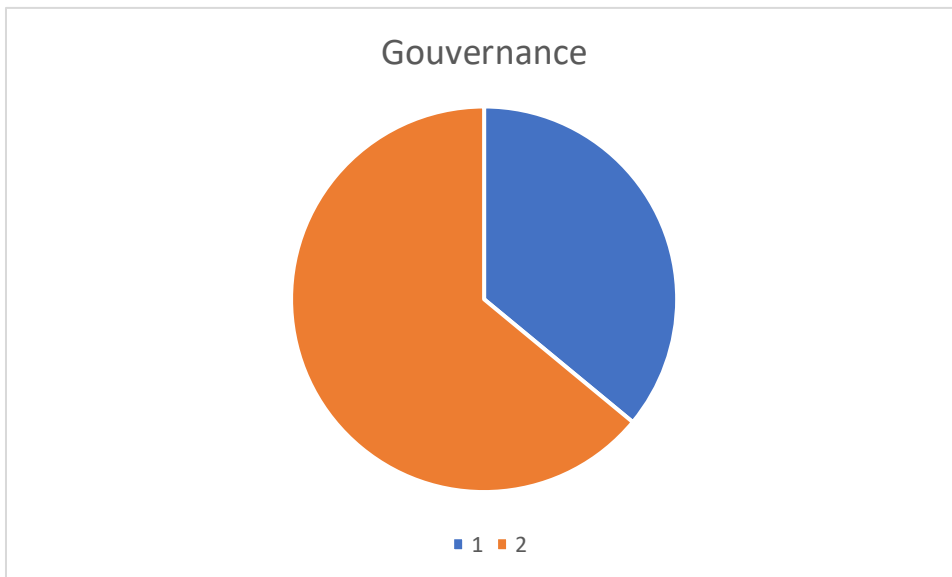


L'essentiel des associations possède leur siège dans le bourg de la Ville ou dans la périphérie. Très peu sont dans les sections éloignées du centre-ville.

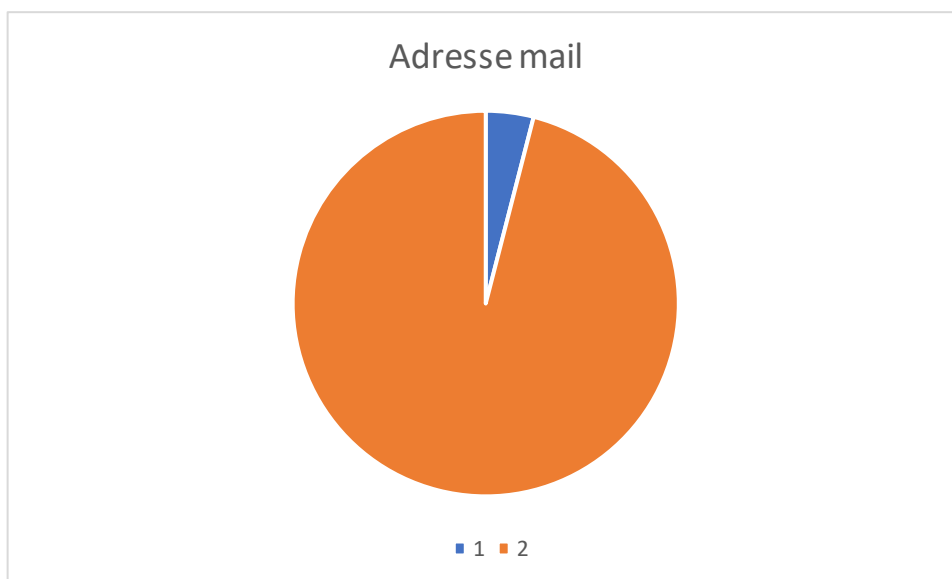


Seules 39% des associations déclarent n'avoir que la Ville du Moule comme unique territoire d'intervention. Les autres interviennent sur plusieurs communes dont celles qui avoisinent et pour 17% d'entre elles, c'est toute la Guadeloupe qui est le territoire d'intervention.

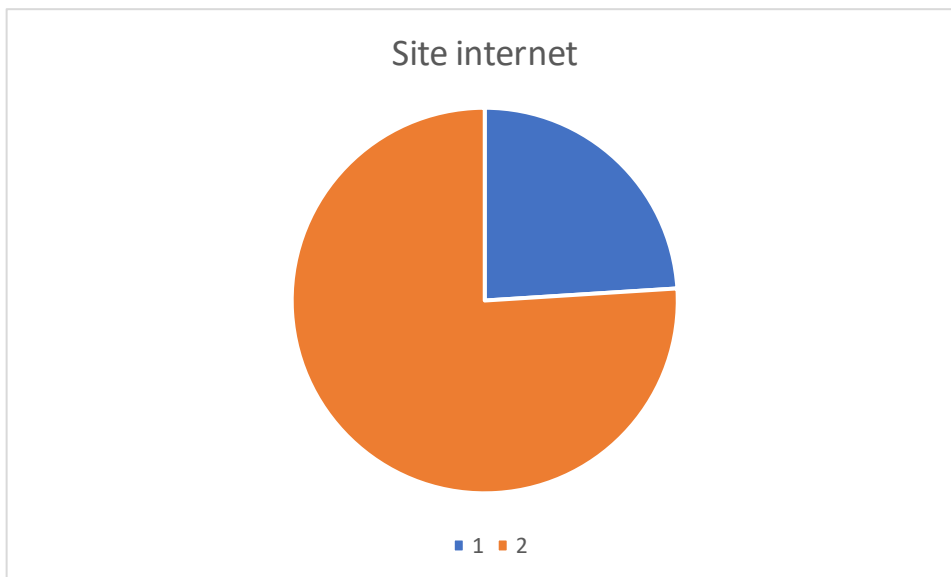
3.2.2.2. CONTACT, COORDONNEES MAIL ET SITE INTERNET DES ASSOCIATIONS



36% (en bleu) des associations qui ont répondu, ne citent que le nom du président quand on demande les noms des dirigeants.

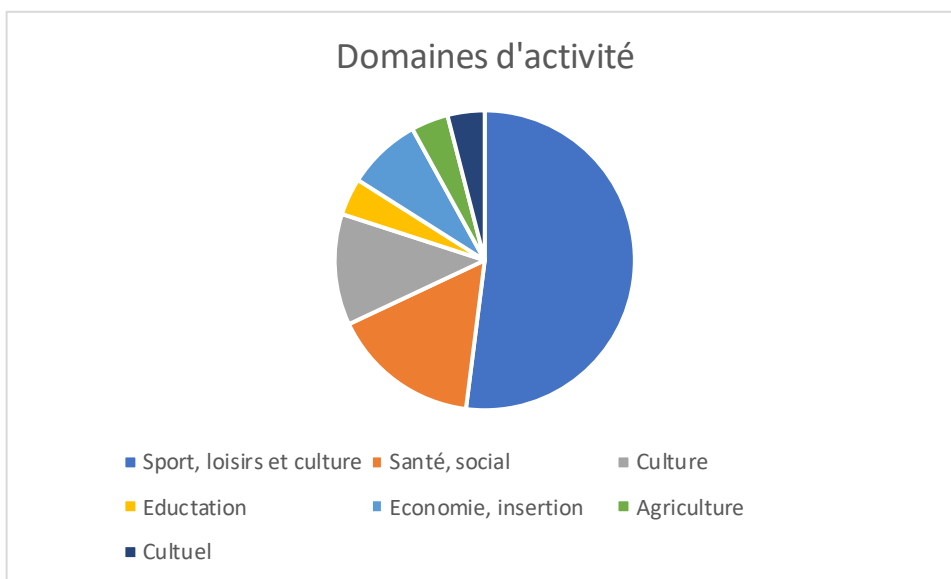


4% des associations (en bleu) ne fournissent pas de coordonnées mail. L'essentiel peut être contacté par ce biais.



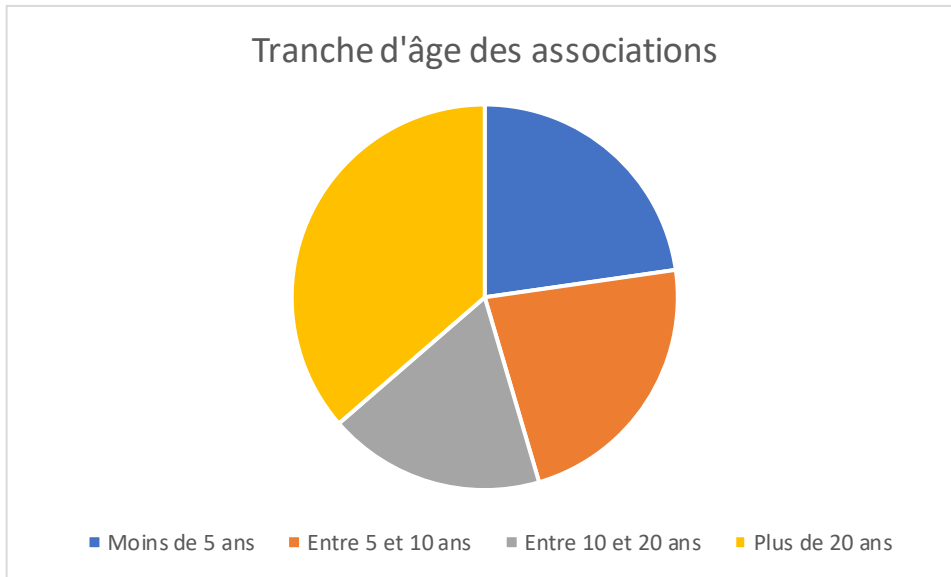
24% (en bleu) des associations possèdent un site internet.

3.2.3. DOMAINES ET SECTEURS D'ACTIVITE



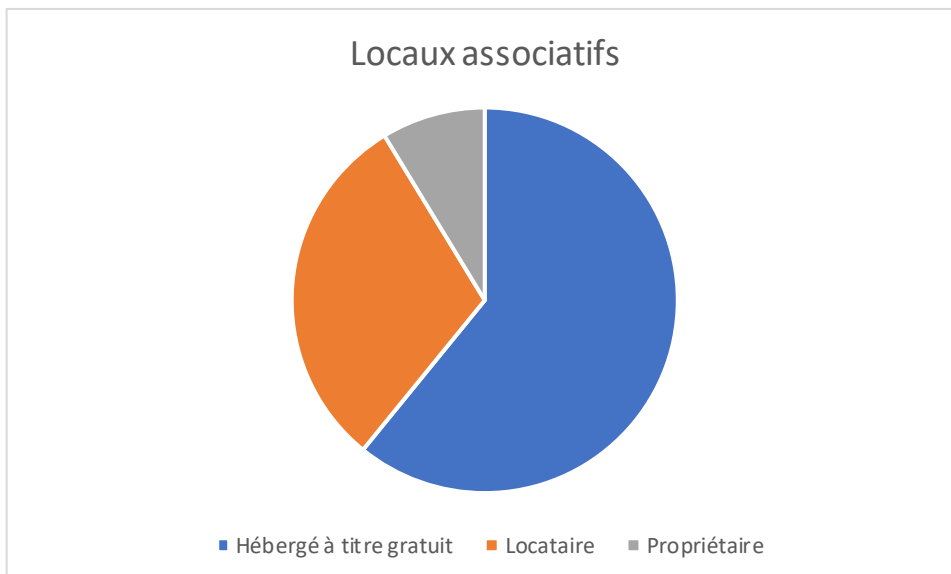
Plus de la moitié des associations (52%) interviennent dans le domaine du sport, des loisirs et de la culture. Les autres interviennent dans des domaines assez variés : santé et social, culture, éducation...

3.2.4. TRANCHE D'AGE DES ASSOCIATIONS



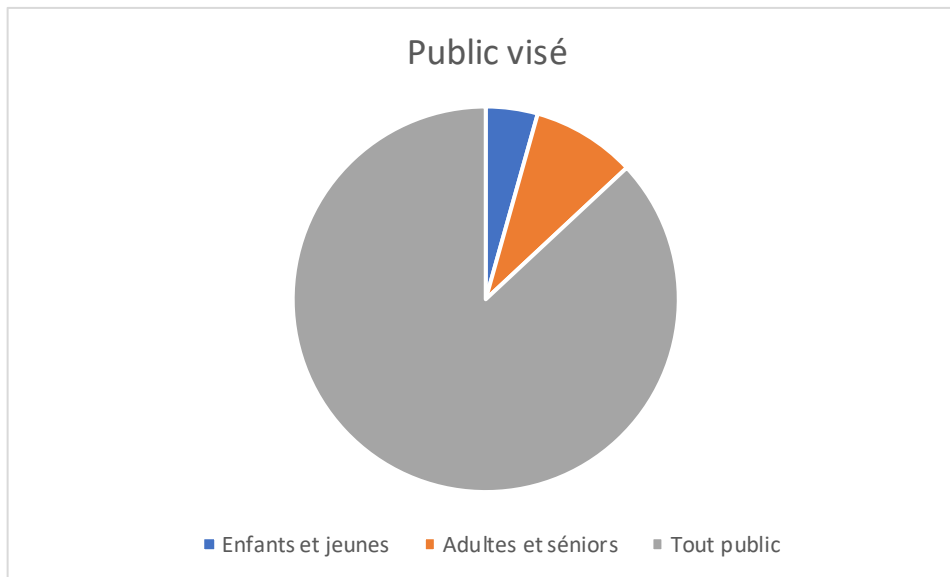
On observe une distribution relativement équivalente entre les différentes tranches d'âge ce qui montre que l'environnement permet aux associations de naître et de vivre longtemps sur le territoire.

3.2.5. LOCAUX ASSOCIATIFS

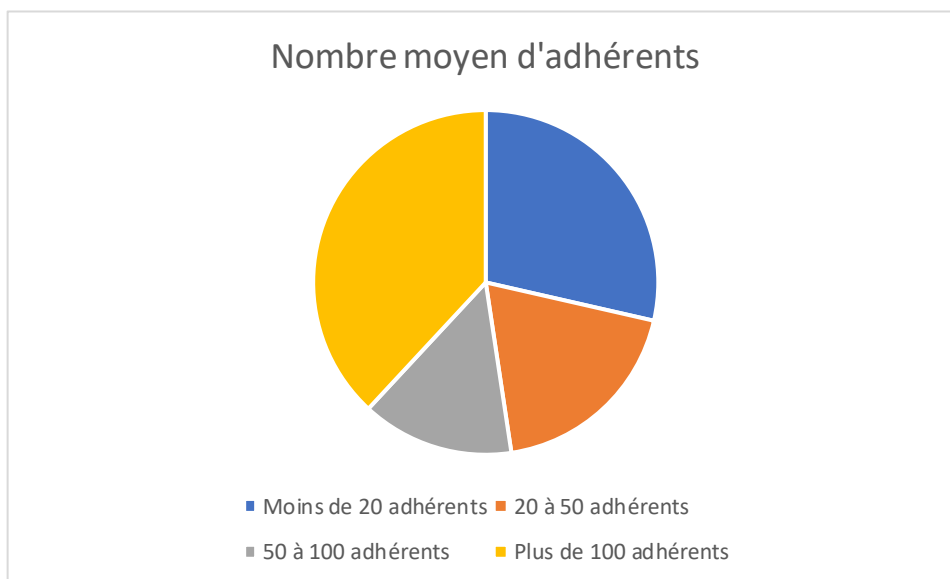


Moins de 10% des associations possèdent leur locaux et 30% sont locataires, les autres (60%) sont hébergées à titre gratuit.

3.2.6. CIBLES VISEES ET NOMBRE D'ADHERENTS, DE BENEVOLES ET D'ACTIFS

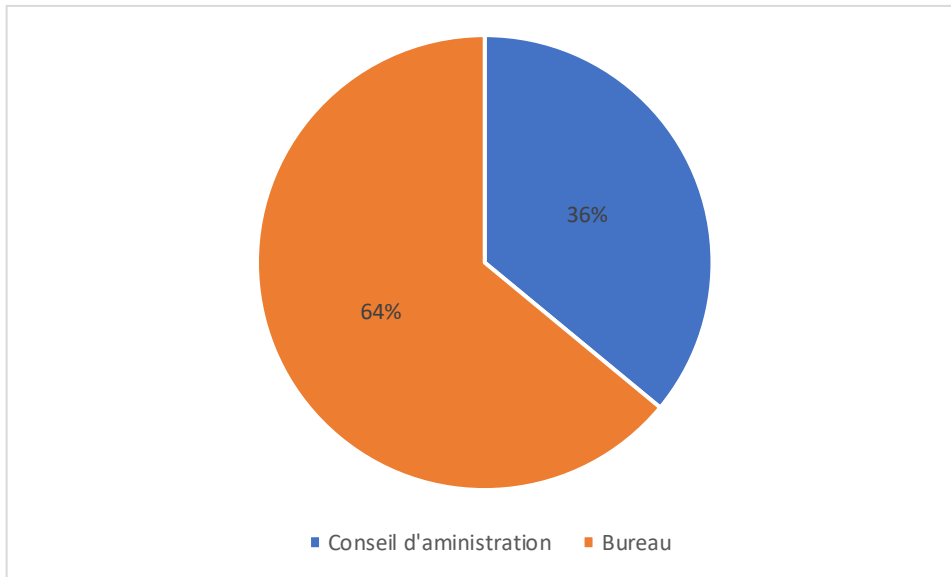


Les associations visent quasiment toutes (87%) à proposer des activités à tous les publics. Peu d'associations (13%) ciblent des publics spécifiques (enfants ou personnes âgées...).



Le nombre d'adhérents est assez variable dans les associations. Il est tout de même intéressant de constater qu'il y a près de 40% des associations qui ont plus de 100 adhérents.

3.2.7. ORGANE DECISIONNAIRE

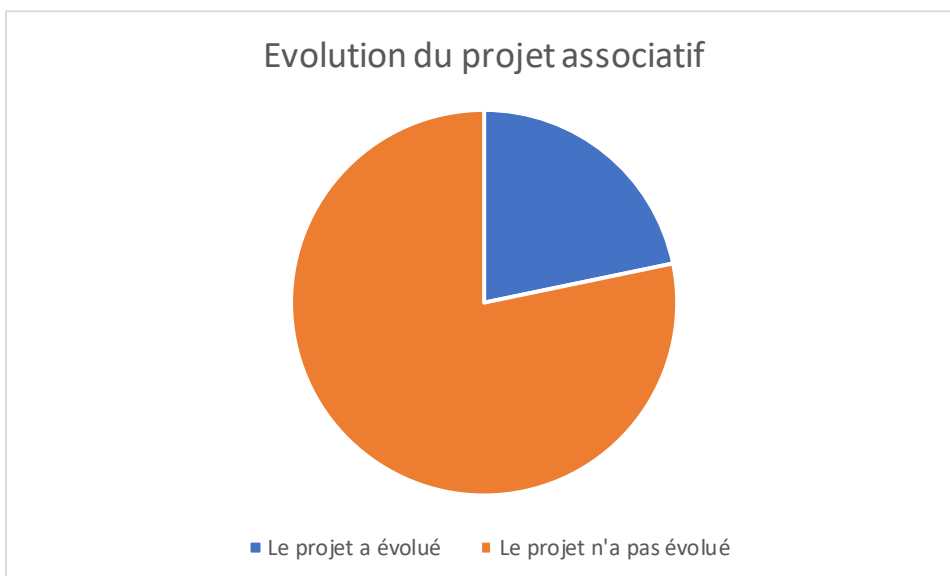


Pour 65% des associations enquêtées, l'organe décisionnaire est le conseil d'administration, pour les 35% restants c'est le bureau.

Le conseil d'administration est constitué à minima d'un président, d'une secrétaire, d'un trésorier et au maximum de 15 membres.

Nous notons que la composition des bureaux est similaire aux conseils d'administration pour la grande majorité des associations. Les associations fonctionnent le plus simplement possible sans constitution de commissions à l'exception de 2 associations de l'échantillon.

3.2.8. PROJET ASSOCIATIF

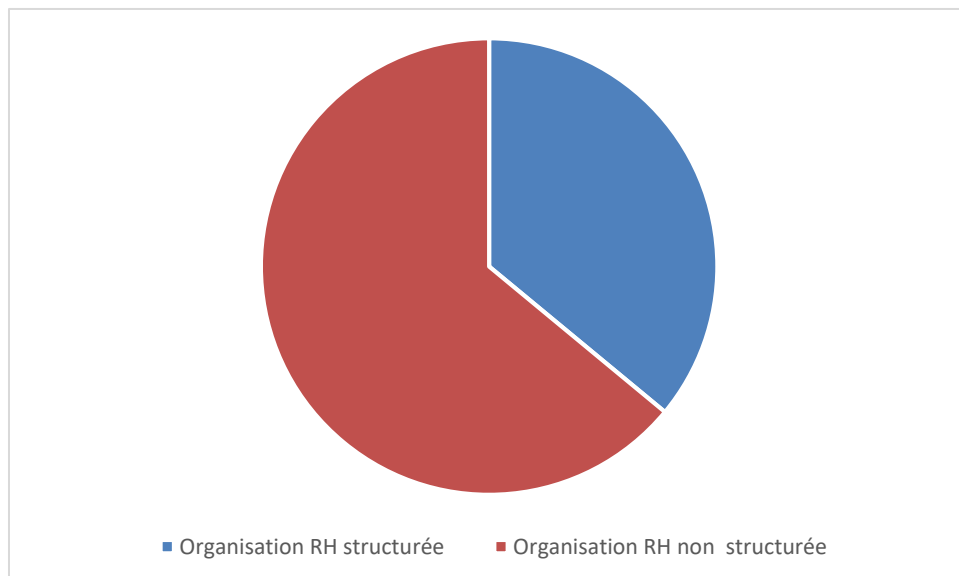


La moitié des associations interrogées n'ont ni projet associatif formalisé, ni projet stratégique formalisé.

Cependant, toutes à l'exception d'une, expriment des objectifs, une vision et un projet associatif de natures différentes : développer la cohésion sociale et l'entraide, accompagner les enfants, les personnes âgées et les personnes en situation de handicap, favoriser des pratiques sportives, des projets culturels (musique, patrimoine).

Plus des $\frac{3}{4}$ (78%) n'ont pas changé de projet associatif malgré des associations en majorité créées depuis plus de 10 ans. Celles qui ont changé de projet associatif, l'ont réalisé pour élargir leur champ d'activité (insertion, formation) ou pour s'adapter à leur environnement.

3.2.9. STRUCTURATION ET RH



65% des structures ne disposent pas de lettre de mission et de fiches de poste à l'attention de leurs salariés et bénévoles contre 35%. Celles disposant de fiches de poste et de lettre de mission possèdent un grand nombre de bénéficiaires et d'adhérents (de 40 à 718 et plus) et également de plus de salariés et d'ETP.

En 2015 : 65% des associations n'ont pas de salariés, les 35% qui emploient des salariés ont entre 1 et 5 salariés. Seule une, emploie 87 salariés et l'autre 150 salariés.

Les ETP traduisent des emplois correspondant en général à 80 % des temps plein. De manière logique, celles qui ont des employés ont désigné un directeur.

Les associations fonctionnent pour la grande majorité par l'engagement de bénévoles. Les emplois occasionnés sont des emplois salariés de droit commun, seules les plus grosses structures bénéficient du service d'un directeur et d'emplois de cadres.

Dans les emplois salariés, les CDI représentent en moyenne 52% des emplois avec un minimum de 20% et un maximum de 79% pour les structures les plus importantes.

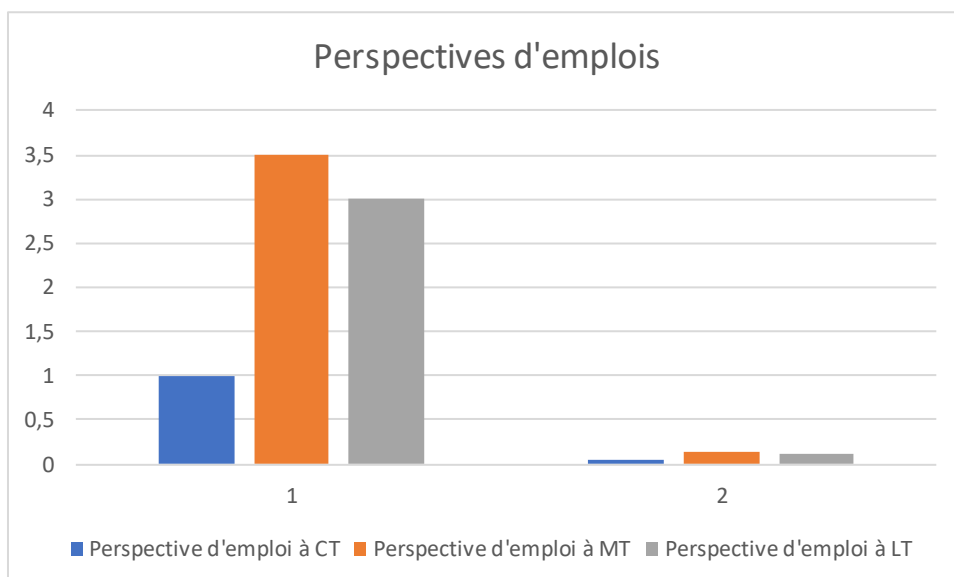
Les contrats aidés représentent environ 8% des emplois et 39% des CDD, les associations n'ont pas recours à l'apprentissage.

	2015	2016
Salariés	35% - 261	43%- 264
Pas de salariés	65%	57%
1-5 salariés	22%	30%
5-50 salariés	4,33%	4,34%
50-100 salariés	4,33%	4,33%
100 -150 salariés	4,34%	4,33%
Directeur		
Non	65%	74%
Oui	35%	26%

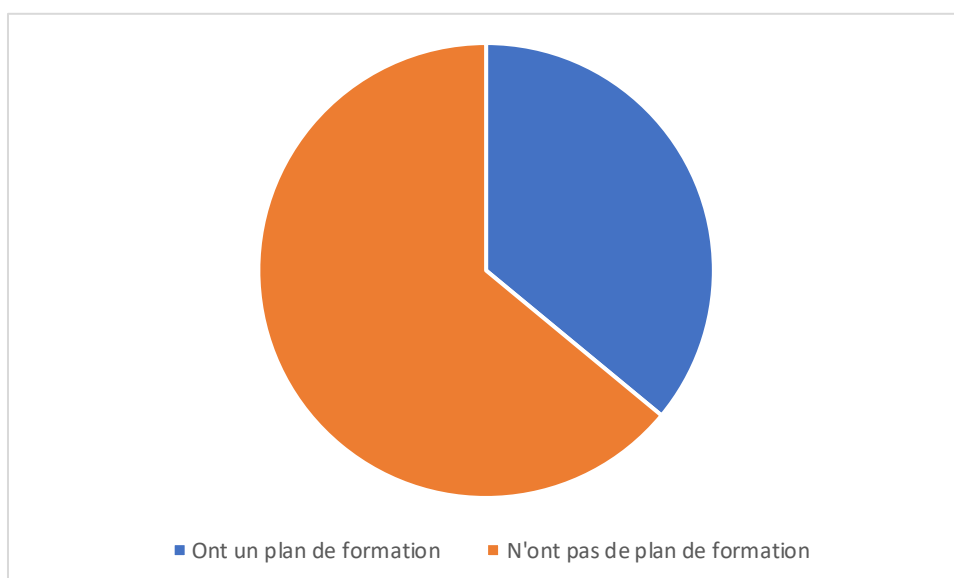
En 2016, il y a une légère évolution du nombre de salariés. 89% des emplois sont des CDI, contre 11% de CDD. Plus de la moitié des CDD sont des contrats aidés. L'organisation s'appuie toujours sur les bénévoles actifs dont le nombre croit de 16%.

Un peu moins d'1/4 des structures rémunèrent le personnel ou une partie sur leurs fonds propres, 3 associations bénéficient de personnel mis à disposition par une autre structure.

La part salariale dans le budget est en moyenne de 44% avec un minimum de 20% et un maximum de 81%. Le pourcentage consacré à la part salariale est en moyenne de 78% si nous écartons les associations qui ne disposent que de contrats aidés.

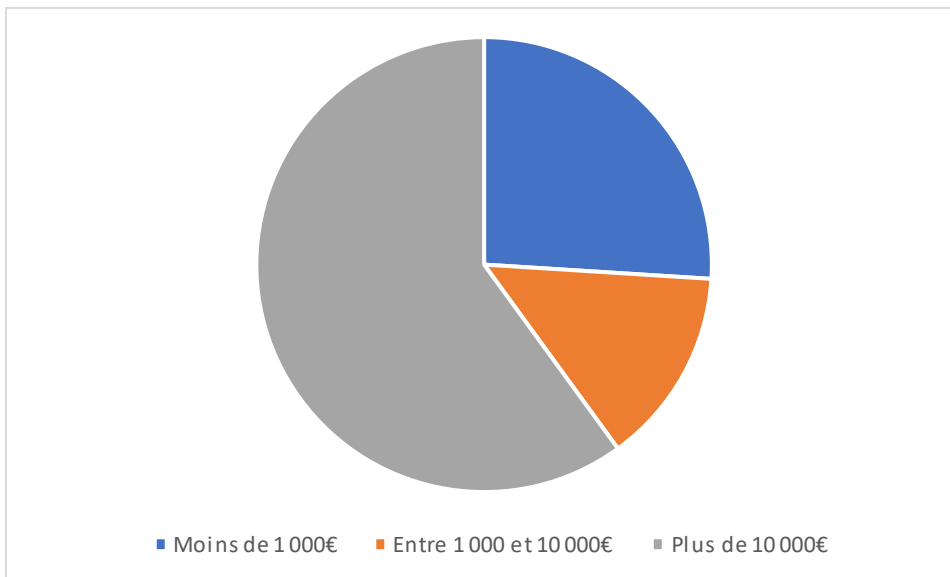


Les objectifs d'emplois les plus significatifs sont situés surtout à MT et LT, les perspectives à CT (+4%), à MT (+14%) et à LT (+13%).



35% des associations interrogées disent disposer d'un plan global de formation contre 65% qui n'en disposent pas. Les formations sont surtout destinées aux salariés, 22% des structures proposent des formations à leurs bénévoles. D'une manière générale, les associations privilégient les actions de formation pour les salariés.

3.2.10. FINANCES

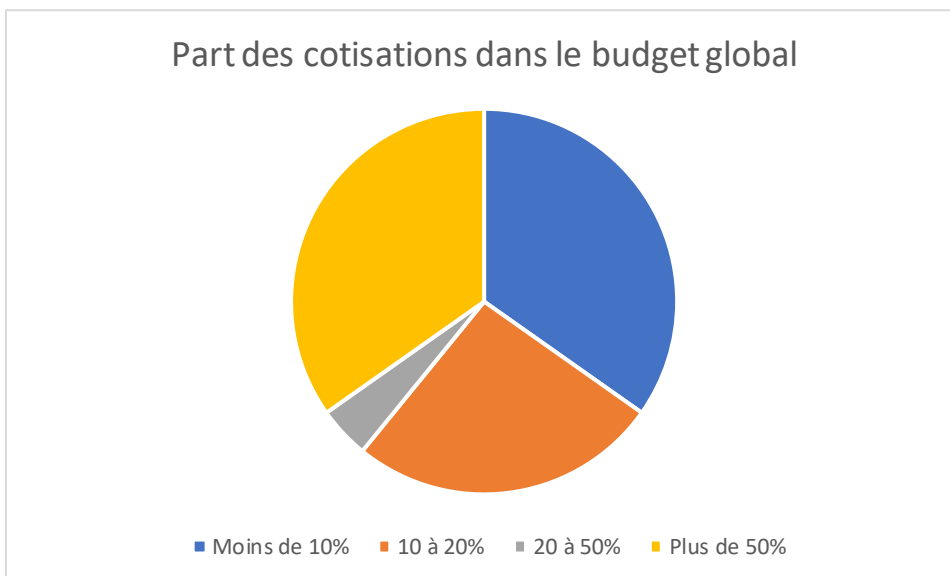


Le budget de fonctionnement est moins de 1 000 euros pour 26% de l'échantillon, entre 1 000 et 5 000 euros pour 13% et plus de 10 000 euros pour 61%.

61% des associations enquêtées perçoivent des financements publics qui proviennent le plus souvent de la Ville du Moule, ensuite du Département, de l'Etat, de la Région et de la DJCS. D'autres financeurs sont cités comme l'ARS, la CAF, la CGSS.

Les financements peuvent être des subventions annuelles ou ponctuelles pour la réalisation de projet, ils peuvent prendre la forme de subventions à l'embauche (contrats aidés).

Leurs principales ressources dans l'ordre : les cotisations des adhérents, les subventions (97% à 0% pour ceux qui en bénéficient), les bénéficiaires de prestations, les manifestations, les sponsors.



Le mécénat, dons et legs sont très peu représentés et n'équivalent qu'à environ 1% des ressources. Les associations ne possèdent que peu de patrimoine et les placements ne sont pas utilisés au sein des associations.

30% des associations tirent des recettes de manifestations qui vont de 700 euros à 15 000 euros.

Pour 20% des enquêtés, les ressources principales proviennent des bénéficiaires, de 30 à 88% des recettes.

3.2.11. DIFFICULTES RENCONTREES ET AUTRES

Certaines associations (30%) rencontrent des difficultés à renouveler les membres du C.A à cause du manque de candidats, la peur des responsabilités et l'absence de motivation. Plus de la moitié (52%) dit souffrir d'un manque de bénévoles pour d'une manière générale l'encadrement, et des fonctions au sein du C.A ou du bureau.

La majeure partie des adhérents habitent le Moule ou ses environs.

48% de l'échantillon souhaiteraient orienter leurs activités vers de nouveaux publics : jeunes, adolescents, personnes âgés, personnes en situation de handicap, personnes en situation d'exclusion...

Pour 65 %, il y a déjà eu une évolution des activités à cause d'une montée en compétences par la formation de l'encadrement, l'augmentation du nombre d'utilisateurs, l'adaptation à l'environnement, l'élargissement de la zone d'activité.

Les associations (74%) développent des partenariats entre elles pour des échanges de savoir-faire, des manifestations communes, des animations d'atelier...

57% développent des partenariats avec des organismes institutionnels : collectivités locales, CAF, Rectorat, Fédérations diverses. Cependant, 83% d'entre elles ont du mal à développer des partenariats extérieurs à cause de l'absence de visibilité et de reconnaissance, l'absence de trésorerie, le manque de contact, le manque d'intérêt, la déficience des relais d'information, l'absence de publicité, l'absence de stratégie.

Toutes les associations ont des attentes en majorité vis-à-vis des institutions telles que la commune (84%) et autres collectivités locales (Région, Département, Communauté de communes).

Ces attentes concernent le financement pour plus de la moitié, les infrastructures et la logistique, le soutien et la reconnaissance, le partenariat.

Seules 8% des associations n'ont pas encore réalisées de projets, les autres en ont effectués de divers ordres en fonction de leur objet : tournois, journées portes ouvertes, compétitions, stages, renouvellement du matériel, amélioration des lieux d'accueil, formation, spectacles, sorties, journées culturelles, accueil de publics divers...

Les associations souhaitent mettre en place des projets variés, certaines souhaitent élargir leurs activités en touchant des publics différents : enfants en difficultés, enfants précoces, jeunes issus de quartiers défavorisés.

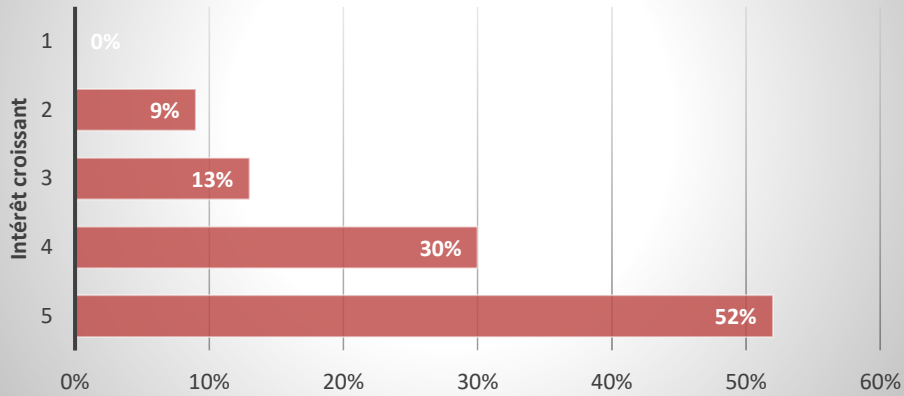
En augmentant le nombre d'adhérents, en diversifiant les activités en proposant de manière plus régulière un accueil ou des stages, certaines souhaitent favoriser les échanges avec l'extérieur pour une confrontation des compétences, des cultures et pour des compétitions.

D'autres souhaitent communiquer se faire connaître par des manifestations, des journées portes ouvertes, des colloques, des séminaires.

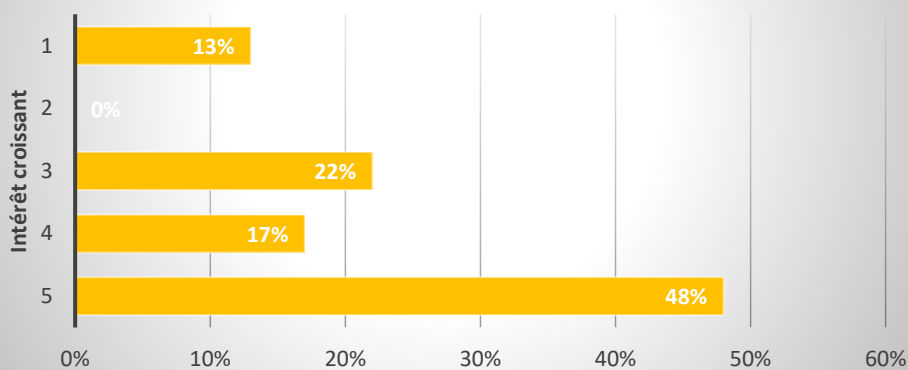
Pour d'autres c'est l'équipement, le renouvellement de matériel, la recherche de local qui est en projet. 12% des associations disent ne pas avoir défini de projet car les subventions sont insuffisantes et versées tardivement.

3.2.12. LES OBJECTIFS

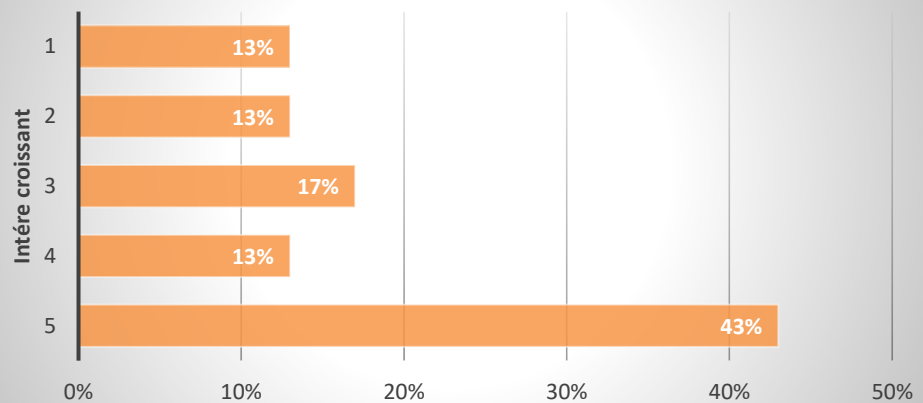
Trouver des moyens financiers pour développer les activités



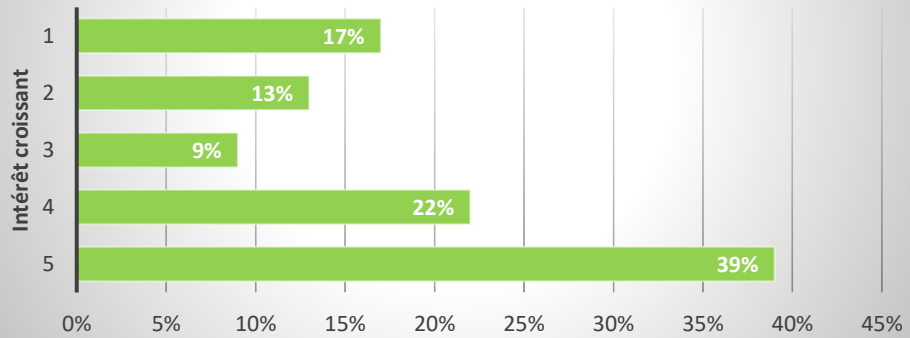
Se faire connaître / Communiquer sur ses activités



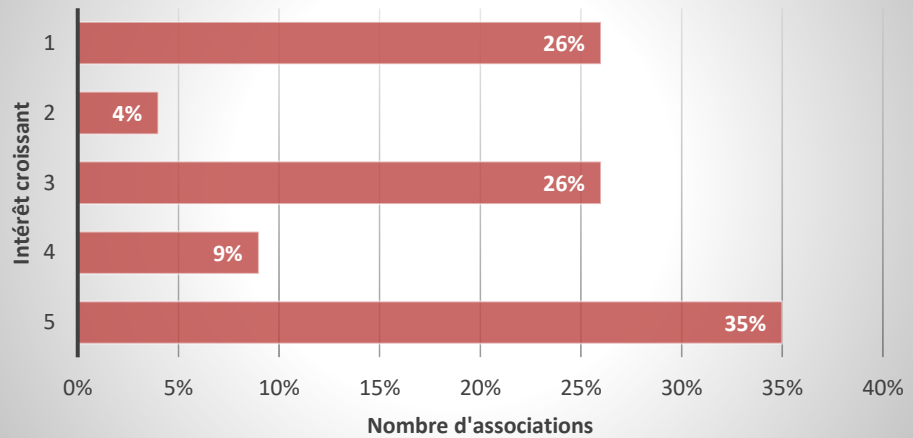
Trouver des bénévoles investis à LT



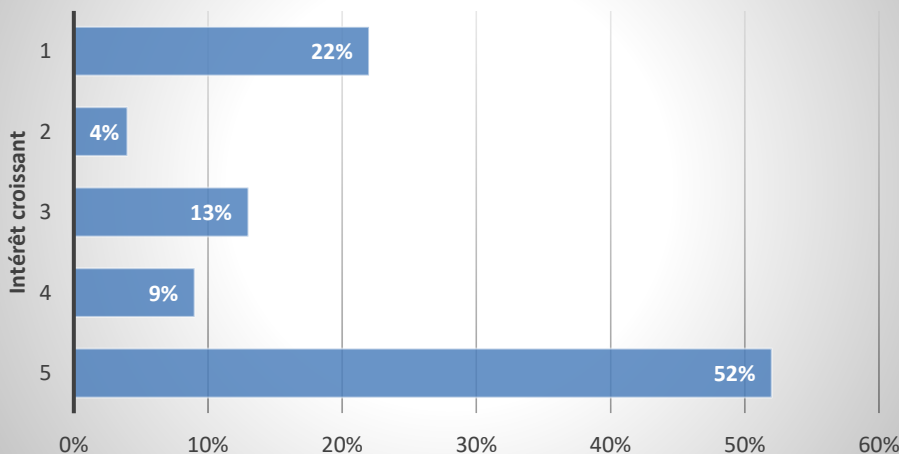
Trouver des moyens humains supplémentaires pour développer des activités

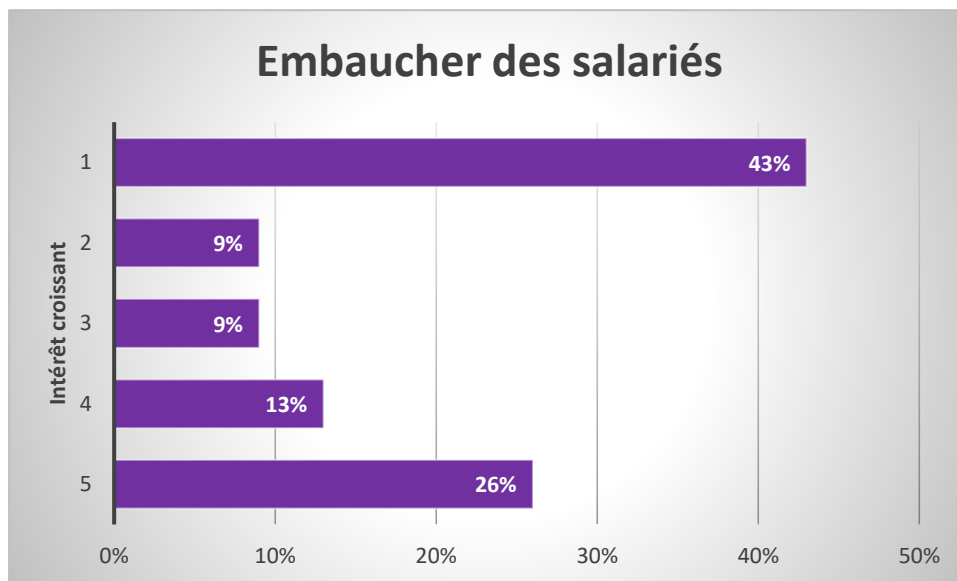


Trouver des lieux pour se développer



Attirer/ Renouveler les adhérents





Au regard
différents
graphiques
objectifs prioritaires qui se dégagent sont dans l'ordre :

des
les

- trouver des moyens financiers pour développer les activités,
- attirer et renouveler les adhérents,
- se faire connaître et communiquer sur leurs activités, trouver des bénévoles investis sur le LT,
- trouver des moyens humains pour développer les activités,
- être accompagné dans leur développement,
- trouver des lieux pour se développer.

Les objectifs tels, embaucher des salariés et trouver des informations juridiques et fiscales restent secondaires.

Entre autres, elles souhaiteraient mutualiser les moyens, éviter la concurrence, donner plus de choix au public et toucher un maximum de public, avoir plus de bénéficiaires, des animations extérieures et pour certaines la recherche de locale est prégnante.

3.2.13. LES MODES DE COMMUNICATION ET LES RELAIS D'INFORMATION

La plupart des associations utilisent les moyens classiques de communication : courrier, tracts, affiches, internet, réseaux sociaux, médias. D'autres moyens sont plus marginaux : animation à l'extérieur, journal interne, voie institutionnelle.

Les relais d'information sont principalement les écoles, la Mairie, le CCAS, l'Office du tourisme et d'autres comme les Club de supporter, les foires, les magazines. Et d'autres ont des relais indirects : le bouche à oreille, le témoignage par les résultats et les performances des adhérents ou des bénéficiaires, les institutions, les événements organisés (salon, marché).

Les associations souhaiteraient privilégier les modes de communications avec lesquels elles sont plus visibles, plus réactives et privilégiant également la proximité au détriment de la communication papier : forum des associations, portes ouvertes, communication numérique, animations...

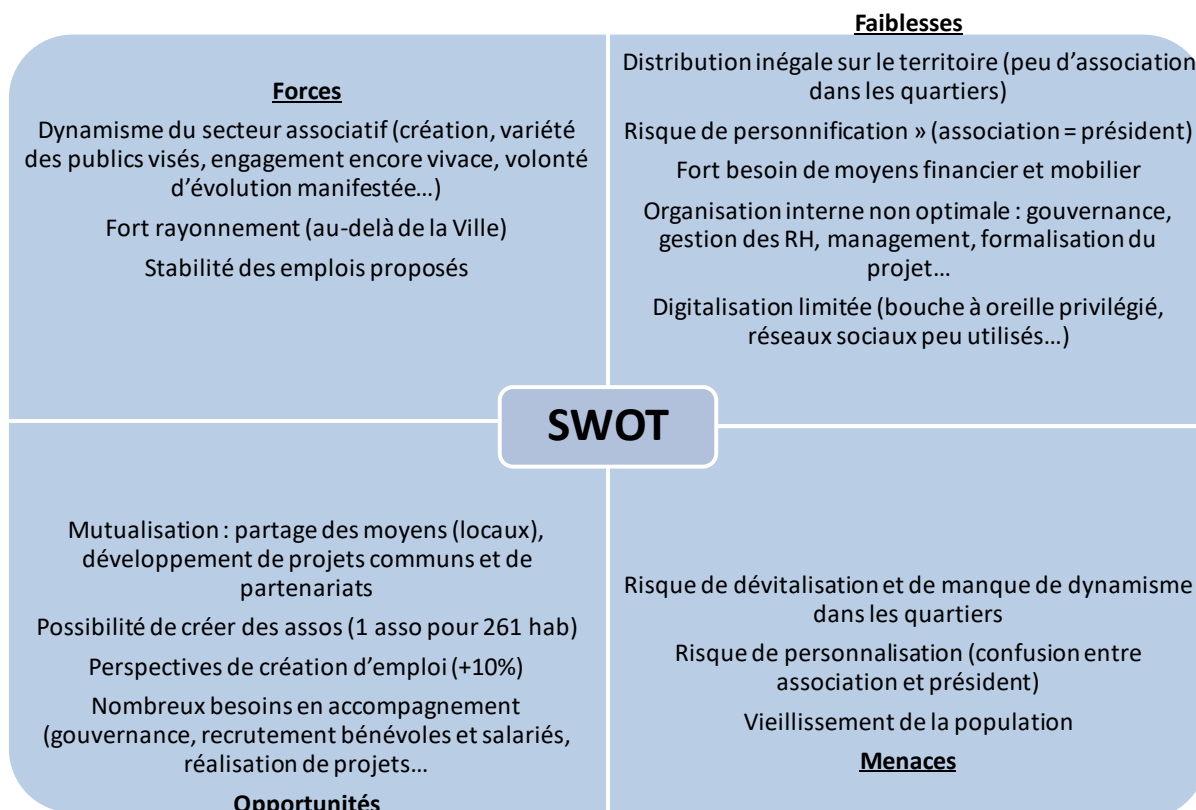
La période propice à la communication s'étale de mai à septembre. Toutefois suivant la nature des activités, elle varie : premier trimestre, toute l'année. Pour les événements ou manifestations ponctuels, le rappel serait souhaitable 1 mois voire 15 jours avant la date définie.

78% des associations ont programmé au moins un événement. Les événements proposés sont autant ponctuels que récurrents et répartis sur toute l'année. Celles qui proposent d'autres événements le sont de manière ponctuelle : 43% en ont programmé 2 ; 30%, 3 et 17% ; 4.

Les événements ponctuels de même nature pourraient être réalisés en commun (tournoi, journées portes ouvertes, journées festives...

3.3. MATRICE FFOM

A partir de tous les éléments récoltés, une matrice FFOM (Forces - Faiblesses / Opportunités - Menaces) a été établie.



3.4. QUELQUES PRECONISATIONS POUR ACCOMPAGNER LE SECTEUR

3.4.1. POUR LE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR :

- Susciter la création ou la réinstallation dans les quartiers
- Soutenir la mutualisation : proposer systématiquement le partage de moyens (locaux, matériels) au lieu de la possession individuelle
- Accompagner le changement d'échelle, les étapes de croissance (interne et/ou externe)
- Mettre en place un plan de formation pour les associations de la Ville, sur différentes thématiques :
 - diversification des ressources financières,
 - recherche d'alternatives aux subventions,
 - initier aux fonds européens,
 - le projet associatif
 - la gestion de projet
 - avantages et inconvénients de la mutualisation
 - développement associatif : recruter des bénévoles, fusionner 2 associations
 - stratégie de communication
 - gérer des ressources humaines
 - ...

3.4.2. POUR STRUCTURER LA MAISON DES ASSOCIATIONS :

- Réaliser la veille active sur les appels à projet locaux (Ville, Communauté d'agglomération, Département, Région, Etat, Europe...) et relayer l'information auprès des associations
- Mettre en place une assistance à la gestion administrative
- Mettre en place une assistance à la gestion de projet
- En outre, cette maison des associations pourrait être un espace de
 - co-working (travail partagé)
 - de réunion (AG, CA, bureau)
 - de formation (dirigeants, bénévoles, salariés).



Vous et nous

Proximité géographique, proximité sectorielle et **fortement** **ouverts sur votre avenir**

Implantations

Implanté à l'origine sur un axe ouest atlantique le cabinet Delta S.I est aujourd'hui présent sur les régions **Antilles-Guyane, Aquitaine, Bretagne, Centre, Ile de France, Midi-Pyrénées, Normandie, Pays de Loire et Provence Alpes-Côte d'Azur.** Dans le cadre de la poursuite de sa politique de proximité, Delta S.I prévoit de renforcer au fil des mois sa présence sur le territoire national et de s'ouvrir à l'international avec des implantations prévues en Royaume-Uni, en Allemagne et en Espagne.

• Delta S.I Aquitaine

1 rue Eugène Buhan - 33170 Gradignan
Tel. +33 (0)5 57 99 04 96 - aquitaine@delta-si.fr

• Delta S.I Bretagne/Pays de Loire / Nantes

37 bis quai de Versailles - 44000 Nantes
Tel. +33 (0)2 40 84 09 18 - bretagne-paysdeloire@delta-si.fr

• Delta S.I Bretagne/Pays de Loire / Rennes

81 mail François Mitterrand - 35000 Rennes
Tel. +33 (0)2 99 55 74 14 - bretagne-paysdeloire@delta-si.fr

• Delta S.I Ile de France

Tour Maine Montparnasse - 33 avenue du Maine - BP 31 -
75755 Paris cedex 15
Tel. +33 (0)1 44 10 41 03 - iledefrance@delta-si.fr

• Delta S.I Antilles-Guyane

MBE 136 - Mangot Vulcin - 97288 Le Lamentin
Tel. +33 (0)2 47 25 84 72 - antilles-guyane@delta-si.fr

Références

Delta S.I possède des références **dans la quasi-totalité des secteurs d'activité économiques**, notamment :

- l'aérospatiale
- l'agriculture et l'agroalimentaire
- la banque et l'assurance
- les ministères, les collectivités territoriales, les compagnies consulaires et les services publics
- l'industrie
- la santé
- les transports et la logistique

• Delta S.I Midi-Pyrénées

18 rue du Pic du Midi -31130 Quint Fonsegrives
Tel. +33 (0)5 61 83 02 20 - midi-pyrenees@delta-si.fr

• Delta S.I Normandie / Caen

Campus Effiscience - 2 rue Jean Perrin - 14460 Colombelles
Tel. +33 (0)2 35 34 20 95 - normandie@delta-si.fr

• Delta S.I Normandie / Rouen

141 rue Méridienne - 76100 Rouen
Tel. +33 (0)2 35 34 20 95 - normandie@delta-si.fr

• Delta S.I Paca

1501 route des Dolines - Le Thélème - 06560 Valbonne
Tel. +33 (0)9 61 37 27 32 - paca@delta-si.fr

• Delta S.I Rhône Alpes

Campus Verrazzano - Bâtiment A
3 place Giovanni Da Verrazzano - 69009 Lyon
Tel. +33 (0)9 61 37 27 32 - rhonealpes@delta-si.fr

• Delta S.I Centre (siège social)

Lieudit Les champs - 37380 Monnaie
Tel. +33 (0)2 47 25 84 72 - contact@delta-si.fr