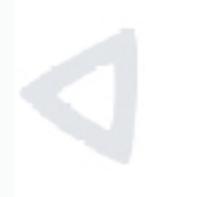




Right People Technologies



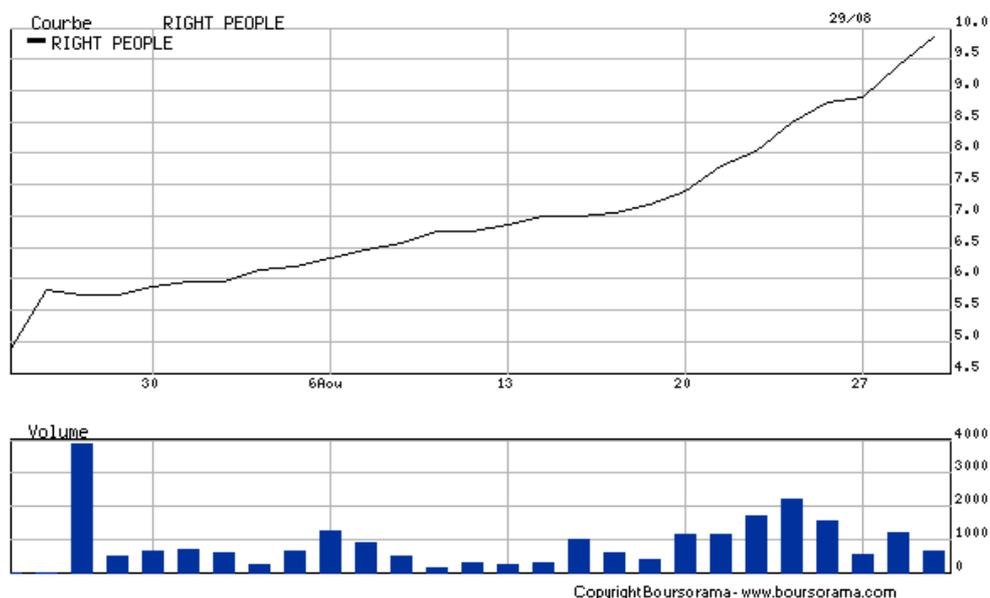
RightPeople



**MISE A JOUR DE LA
VALORISATION DE
LA SOCIETE
RIGHT PEOPLE
TECHNOLOGIES
PIC**

Le 28 mai 2009

Données boursières



Nombre de titres en circulation : 2.346.541 Capitalisation boursière : 23,11 M€

Dernier cours connu avant suspension pour augmentation de capital: 9,85€
 Plus Haut : 9,85€ Plus Bas : 4,90€

Variations depuis l'introduction le 23 Juillet 2008 : = 101,02%

Compte de résultats et Bilan résumés

en € au 31 mai	2009*	2010p	2011p	2012p	2013p
Chiffre d'affaires	350 000	2 900 000	20 500 000	40 400 000	75 000 000
Résultat d'exploitation	-783 126	125 839	8 887 331	20 697 123	42 935 636
Résultat net	-785 489	123 476	6 261 202	13 798 089	28 623 772
Marge d'exploitation	-223,8%	4,3%	43,4%	51,2%	57,2%
Marge nette	-224,4%	4,3%	30,5%	34,2%	38,2%
Capitaux propres	833 100	4 956 576	11 217 778	25 015 867	53 639 639
Dettes nettes	0	0	0	0	0
Trésorerie nette	191 194	3 069 427	7 563 788	18 003 877	42 299 356
PER	NS	188,1	3,7	1,7	0,8
BPA	-0,33	0,05	2,67	5,88	12,20
CFPA	-0,29	0,12	2,79	6,04	12,45
ANPA	0,52	2,36	6,70	13,77	28,41
VE/ CA	66,3	6,9	0,8	0,1	-0,3
VE/ REX	NS	160,1	1,8	0,3	-0,4
ROE	-94,3%	2,5%	55,8%	55,2%	53,4%
ROCE fiscalisé	-134,2%	7,5%	97,5%	115,4%	135,3%

(*) Exercice du 1/1/2008 au 31/5/2009

Sources : Société, Volnay Consulting

Argumentaire

- Qualifiés par le cabinet Nielsen de phénomène mondial de consommation de l'année 2008, et largement illustré par les succès de MySpace, Facebook, et autres, les réseaux sociaux ont vu leur utilisation croître fortement ces dernières années.
- MySpace, Facebook et autres compagnies ont séduit près des 2/3 de la population mondiale des internautes, avec comme corollaire une augmentation du temps passé sur la Toile.
- Les annonceurs regardent avec attention cette évolution, car elle leur permet de cibler les publicités et d'augmenter les taux de transformations.
- La société Right People a développé un concept novateur breveté qui est à aujourd'hui la seule réponse aux obstacles rencontrés par les acteurs actuels du marché.
- Son business model s'appuie sur des sources de revenus diversifiés, et mettant en avant une forte récurrence.
- La société anticipe un CA 2009/2010 de 2,9M€ et un résultat net de 123K€ qui correspond à une année charnière de déploiement commercial de la technologie. Ceci permettra d'afficher une forte croissance sur les exercices suivants sur les Etats-Unis et l'Europe.
- Pour l'exercice suivant, 2010/2011, le CA devrait atteindre 20,5 M€ et le résultat net 6,3 M€
- Après une introduction en Bourse réussie, la société veut se doter des moyens nécessaires à financer son développement et sa croissance, dans un premier temps aux Etats-Unis et en Europe.
- Compte tenu de la réalité des chiffres du bilan de l'exercice 2008/2009, et des gains en productivité reproductibles sur les exercices suivants, la valeur postmoney de la société ressortirait à 27,2 M€
- **Après déduction de l'augmentation de capital envisagée, la valeur prémoney serait de 23,2M€, soit un prix par action de 9,90 €, compte tenu du nombre actuel d'actions en circulation.**

Le marché

Selon une étude de ComScore sur l'utilisation des réseaux sociaux dans seize pays d'Europe, en France, 21,7 millions d'internautes ont visité au moins un site de réseau social en décembre 2008, soit 63,9% de l'ensemble des internautes, et 45% de plus en 1 an.

La société Nielsen qualifie les réseaux sociaux de phénomène mondial de consommation en 2008. Selon le cabinet d'études Nielsen, près des deux tiers de la population mondiale des internautes a visité un réseau social ou un site de blogs et, fait remarquable, ce secteur consomme maintenant plus de 10% du temps consacré à internet.

Les échanges réalisés par l'intermédiaire de ces réseaux sociaux ou des blogs ont désormais supplanté les traditionnels mails, et deviennent désormais le quatrième point d'intérêt du web, juste derrière les moteurs de recherches, les portails et les applications de logiciels informatiques.

Rank	Social Network	Global Unique Audience (millions)	Active Reach Dec08	Active Reach Dec07	Relative change in active reach
1	Facebook	108,3	29,9%	11,1%	168,0%
2	MySpace	81,0	22,4%	23,0%	-3,0%
3	Classmates Online	19,7	5,5%	3,9%	40,0%
4	Orkut	17,5	4,9%	4,6%	7,0%
5	Linkedin	15,0	4,2%	1,8%	137,0%

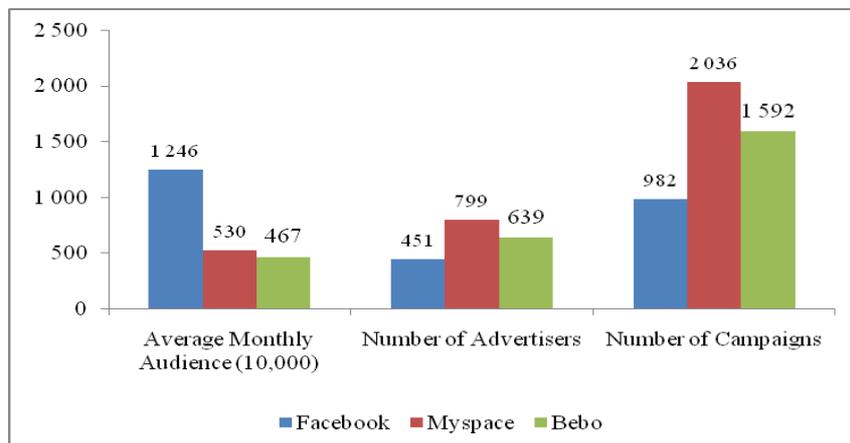
Source : Nielsen Online, Global Index

Des sociétés se détachent désormais et occupent des positions fortes sur différentes zones géographiques. Globalement, Facebook et MySpace trustent les premiers rangs, largement au dessus des concurrents suivants, comme Classmates Online, Orkut ou LinkedIn.

Il faut constater que la forte croissance de la part de marché de ces intervenants, des réseaux sociaux qui y sont attachés, a des conséquences cachées, ne serait-ce déjà que dans l'augmentation du temps consacré à ces derniers.

La stupéfiante progression de ce nouveau mode consommation amène d'une part les médias en général, d'autre part les publicitaires à réfléchir à de nouvelles opportunités, mais aussi à de nouveaux risques que cela peut engendrer.

Les réseaux sociaux, de par la typologie particulière des utilisateurs, poussent à la concurrence le monde de la publicité, qui voit dans le développement de ces derniers, l'opportunité de mieux cibler leurs objectifs.



Sources: Nielsen Online, AdRelevance and NetView

Selon l'étude Nielsen, le temps passé sur Facebook a cru de 566%, de 3,1 milliards de minutes à 20,5 milliards de minutes. Globalement, il s'est consommé plus de 45 milliards de minutes sur les sites communautaires, une progression de plus de 63%. Cette explosion de consommation s'est faite au détriment d'autres activités ou d'autres secteurs.

Ces changements majeurs doivent être intégrés par tous les acteurs du secteur, et comme nous l'évoquons plus haut, par la publicité. Il est indéniable que celle-ci a des intérêts communs avec les réseaux sociaux.

Ces derniers ont des besoins financiers importants pour assurer leur audience et la publicité a besoin des réseaux sociaux parce qu'elle doit aller là où les consommateurs utilisent leur temps.

Il faut donc établir une nouvelle modélisation des échanges, aptes à s'adapter aux besoins de ces consommateurs particuliers. La publicité ne doit donc pas s'imposer mais se glisser dans un modèle d'échange avec les internautes.

Autre vecteur de croissance, la forte demande des utilisateurs de réseaux sociaux peut aussi s'appliquer à la mobilité.

Le téléphone mobile est un des outils qui permet de maintenir le contact dans le réseau et surtout ne nécessite pas un apprentissage particulier. Là-aussi, la publicité peut trouver une voie de croissance, en assurant une rentabilité forte pour les pourvoyeurs de réseau.

En France, l'opérateur Orange vient d'annoncer qu'il souhaite se doter d'un réseau social sur internet. Ce réseau pourrait être soit créé soit acquis ; l'opérateur s'inspire ainsi du succès de sites comme Facebook ou Twitter.

Par ailleurs, Facebook a annoncé que la société russe Digital Sky Technologies allait prendre 1,96% de son capital, en y investissant 200M\$, ce qui valoriserait Facebook à près de 10Md\$.

Certes, la valeur de Facebook semble s'être repliée quand on la compare à la valorisation estimée de 15 Md\$ lors de l'investissement de Microsoft pour 240 M\$; mais globalement, le fait qu'un certain nombre de groupes ou d'investisseurs s'intéresse à ce segment traduit toutes les perspectives qui l'accompagnent.

La société

Right People a basé son business model sur 2 sources de revenus business-to-business: la récurrence des licences de logiciels et la duplication du business model de Google, soit la propulsion de messages publicitaires ciblés.

Concernant la source de revenus immédiate résultant de l'expérience et des partenariats déjà noués, la société met à disposition sa technologie pour les sociétés dont le métier est celui de la mise en relation de personnes ; cette technologie peut être customisée en fonction des besoins manifestés par les clients.

Right People s'inscrit dans une démarche long-terme avec ses clients car la mise en place et la gestion d'un système communautaire par ces derniers est un processus récurrent.

La société accompagne donc ses clients en leur permettant d'utiliser sa technologie sur les années suivantes, moyennant le versement d'une rente annuelle. Ses clients bénéficient ainsi des avancées technologiques induites par le service de recherche de Right People.

La cible acquise est celle des congrès et salons, dont le nombre est très important, plus de 10.000 en Europe par an et autant aux Etats-Unis, sans compter les séminaires (plus de 120.000 par an aux Etats-Unis).

La deuxième cible déjà validée, est celle des laboratoires pharmaceutiques, par le biais des congrès qu'ils organisent auprès des médecins, l'industrie de l'évènementiel, via les soirées de lancement de produits, l'industrie du voyage ou celle du loisir.

Les champs d'intervention et d'application des technologies développées par Right People sont immenses et comme nous l'avons souligné précédemment, les besoins de contact sont les moteurs de demain.

La seconde source de revenus provient de la publicité et la force de la technologie Right People est de proposer que les messages publicitaires soient ciblés, afin de mieux rentabiliser les investissements des annonceurs.

En effet, la base de l'outil de Networking est de mettre en relation des personnes qui partagent des intérêts communs. Un message publicitaire spécifique peut être donc adressé à ces utilisateurs.

Pour l'annonceur, il n'enregistre pas de déperdition de son message, il ajuste avec précision ses offres à la typologie des cibles et donc il réalise des gains de productivité importants.

Cette forme de liens sponsorisés, nouvelles formes de messages publicitaires, ont fait le succès de Google. Les annonceurs sont particulièrement sensibilisés au taux de transformation de ces publicités ciblées, dans un contexte économique plutôt difficile et où l'information publicitaire peut se perdre dans un brouhaha et un excès de sollicitations.

Depuis son introduction en Bourse, la société Right People n'est pas restée inactive, en finalisant ses objectifs de développement, que ce soit en matière interne ou commercialement parlant.

En premier lieu, la plateforme technologique de business-to-business a été livrée à Right People, pour lui permettre de démarrer ses ventes.

La plateforme Grand Public a de son côté été adaptée à toutes formes de canaux : Web, SMS, Iphone notamment et est maintenant opérationnelle. Son lancement est prévu au second semestre 2009.

Aux Etats-Unis, l'implantation américaine est maintenant effective et s'appuie désormais sur deux spécialistes internet nouvellement recrutés.

Le démarrage de l'activité est immédiat et Right People a été élue comme l'une des « 50 technologies prometteuses pour la Silicon Valley » à l'occasion des deux grands événements de la Silicon Valley, le Dow-Jones Event et l'Always-On Event. Ces manifestations lui ont apporté reconnaissance et crédibilité.

Par ailleurs, la mise en route de l'équipe commerciale se traduit dans les faits. 3 contrats ont été signés, avec un groupe pharmaceutique, avec un congrès internet et pour l'équipement d'une association professionnelle d'organisation de congrès. Deux autres contrats sont en cours de négociation avec des organisateurs de congrès connus.

Enfin, la société poursuit activement le développement de ses technologies, afin de maintenir ses produits au top et de détecter de nouvelles sources de revenus.

Dans ces conditions, Right People a revu son business plan sur la base de ces nouveaux éléments.

Pour l'exercice qui se clôture le 31 mai 2009, la société anticipe un chiffre d'affaires de 350 K€ inchangé, mais un résultat net en perte de 785 K€ contre -1.861 K€ dans la prévision précédente.

Cette « amélioration » tient à deux éléments, d'une part, le report de certains développements sur l'exercice suivant et d'autre part, des économies réalisés en terme de charges salariales.

Pour l'exercice 2009/2010, les ambitions de CA ont été revus à la baisse, compte-tenu du décalage de l'augmentation de capital, avec un niveau de 2,9 M€ vs 8,4 M€

Cette réduction entraîne de facto une amélioration de la rentabilité de la société, car les charges de développement sont beaucoup plus faibles. En conséquence, le résultat net devrait atteindre 123 K€ vs 8 K€

En 2010/2011, le CA devrait progresser fortement et Right People anticipe un niveau de 20,5 M€ (22,5 M€ dans la prévision précédente). La société s'appuierait sur un double effet, d'une part le fort développement de la commercialisation de ses offres et d'autre part une croissance significative des revenus tirés de la publicité.

La gestion maîtrisée de certains coûts amènerait le résultat net à hauteur de 6,3M€ (contre 3,8M€).

Valorisation

Préambule

Afin de maintenir une certaine homogénéité avec l'étude financière qui avait accompagné l'introduction en Bourse de la société Right People, nous avons d'une part conservé les mêmes méthodes de valorisation, comparables, DCF et valeur de rentabilité, et d'autre part, les mêmes sociétés de référence, à savoir EBay Inc, Google Inc, Yahoo Inc, Microsoft Corp et Meetic.

Le nouveau business plan communiqué par la société conforte un niveau de perte de -785.489€ pour l'exercice s'achevant le 31 mai 2009. Nous avons donc établi nos modélisations de calcul à compter de l'exercice suivant.

En conséquence, nous décidons d'actualiser les résultats obtenus sur la base d'un taux d'actualisation de 35%, taux de rendement interne que pourrait exiger un capital risquer dans ses opérations d'investissements.

Méthode des comparables

Par les PER

A partir des données disponibles en matière de perspectives de résultat net pour les années 2010 à 2011 pour nos valeurs –échantillons, nous avons établi les PER et calculé la médiane pour chaque année.

Cette médiane a par ailleurs été affectée d'une décote de « capitalisation boursière », eu égard à la taille et à l'ancienneté des valeurs de référence. La valeur moyenne induite a ensuite été actualisée au taux référencé dans le préambule.

La valeur actualisée ressortirait par cette méthode à 28,6 M€

PER	2010	2011	2012
EBay Inc	14,4	12,3	11,0
Google Inc	19,6	16,6	13,3
Yahoo!	34,5	27,8	22,8
Microsoft Corp	10,8	10,2	10,1
Meetic	8,9	10,0	9,7
Médiane	14,4	12,3	11,0
Décote de capitalisation	7,2	6,2	5,5
RN Right People	123 476	6 261 202	13 798 089
Valeur induite	886 689	38 640 490	76 165 312
Moyenne			38 564 164
Taux d'actualisation			35%
Valeur actualisée			28 566 047

Source : Volnay Consulting

Par les VE/REX

Nous avons procédé de la même manière en reprenant les estimations de résultat d'exploitation et d'endettement pour les exercices 2010 à 2011 pour notre échantillon. La médiane obtenue a été affectée, tout come dans la méthode précédente, d'une décote de capitalisation.

A la moyenne des valeurs induites, nous avons ajouté la trésorerie estimée à la fin de l'exercice 2009/2010. Ce sous-total a été actualisé au taux de 35%. La valeur actualisée s'établirait par ce biais à 25,2 M€, relativement proche du résultat précédent.

VE/REX	2010	2011	2012
EBay Inc	6,5	5,2	4,0
Google Inc	12,0	9,6	7,7
Yahoo!	24,1	19,9	17,3
Microsoft Corp	6,7	6,1	5,6
Meetic	4,4	4,0	3,6
Médiane	6,7	6,1	5,6
Décote de capitalisation	3,7	3,3	3,1
REX Right People	125 839	8 887 331	20 697 123
Valeur induite	464 423	29 614 641	63 781 186
Moyenne			31 286 750
Trésorerie fin exercice 2009/2010			2 719 427
Sous total			34 006 177
Taux d'actualisation			35%
Valeur actualisée			25 189 761

Source : Volnay Consulting

Méthode des DCF, Actualisation des Cash Flows Futurs

Nous avons dans un premier temps établi le coût moyen pondéré du capital (CMPC) qui servira de taux d'actualisation. A la date de rédaction de cette analyse, l'OAT Tec 10 affiche un taux de 3,98%.

La prime de risque se subdivise en 4 éléments :

- **La prime de risque de marché**, correspondant au surplus de rentabilité que peut attendre un investisseur par rapport au taux sans risque évoqué précédemment. Compte tenu de la configuration actuelle des marchés, cette prime est de 7,5%.
- **La prime de risque de taille**, qui traduit la rentabilité supplémentaire attendue par les investisseurs au regard de la taille de la société analysée, comparée à la taille des acteurs du secteur. Nous estimons cette prime à 5,5%.

- **La prime sectorielle**, qui tient compte du secteur dans lequel évolue la société Vanexport, et des perspectives que l'on peut y voir. Nous valorisons cette prime à 3,2%
- **La prime de risque spécifique**, quantifiant le degré de risque inhérent à la société elle-même, comme par exemple le fait qu'elle soit la première société de son secteur à se faire coter ou encore le coût d'illiquidité de ses titres. Nous estimons cette prime à 1,8%
- **Soit une prime de risque totale de 18,0%**

Par rapport à l'analyse initiale, la prime de risque a donc été fortement réduite, passant de 25% à 18%. Cette contraction s'appuie d'une part sur les contrats que la société a signés entre temps et d'autre part sur le fait que Right People est désormais coté au Marché Libre.

Le coefficient bêta a été légèrement revu à la baisse, de 2x à 1,9x, pour les raisons évoquées précédemment. La société faisant apparaître toujours une trésorerie positive à la fin de son exercice 2009/2010, le CMPC s'arrête au niveau de 38,18%.

Taux sans risque	3,98%
Prime de risque	18,00%
Bêta	1,9x
Coût du capital	38,18%

Source : Volnay Consulting

Nous sommes partis du nouveau business plan communiqué par la société que nous avons prolongé afin de l'adapter à nos modèles de calcul. Les hypothèses prises sont les suivantes :

- Progression du CA à partir de 2014 au minimum du secteur de 5%, en l'absence de business-plan communiqué par l'entreprise sur la période au-delà de 2014
- Croissance corrélative de la marge brute d'exploitation, liée à de meilleures négociations sur les contrats.
- Taux d'IS à 33,3%
- Investissements industriels limités à 100K€par an, en hausse de 5%.
- BFR à 20% du CA

Au 31 mai	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
CA	2 900	20 500	40 400	75 000	78 750	82 688	86 822	91 163	95 721	100 507
EBE (EBITDA)	287	9 163	21 062	43 528	46 162	48 954	51 916	55 057	58 388	61 920
Marge EBE/CA	9,9%	44,7%	52,1%	58,0%	58,6%	59,2%	59,8%	60,4%	61,0%	61,6%
Impôt cash	0	2 706	7 021	14 509	15 387	16 318	17 305	18 352	19 463	20 640
taux d'imposition	0,0%	29,5%	33,3%	33,3%	33,3%	33,3%	33,3%	33,3%	33,3%	33,3%
EBE après impôt	287	6 456	14 042	29 019	30 774	32 636	34 611	36 705	38 925	41 280
Investiss. Industr.	100	106	112	119	126	134	142	150	159	169
Var BFR	676	3 444	3 895	7 296	758	795	835	877	921	967
Cash-flow libre	-489	2 906	10 034	21 604	29 891	31 707	33 634	35 677	37 845	40 145
DFCF	-352	1 503	3 732	5 779	5 750	4 387	3 346	2 553	1 947	1 486

Source : Volnay Consulting

En admettant un taux de croissance à l'infini de 1%, la valeur de Right People serait de 37,15 M€ Afin de prendre en compte deux facteurs aléatoires que sont d'une part le choix du taux de croissance à l'infini et d'autre part, la composition du CMPC, nous avons établi une matrice de sensibilité pour voir si les écarts n'étaient pas trop importants.

La borne basse serait de l'ordre de 34,3 M€ et la borne haute à 40,5 M€, ce qui reste raisonnable. La valeur moyenne est de 37,27 M€, ce qui, actualisée au taux de 35%, nous donne une valeur de 27,6 M€

CMPC	Taux de croissance à l'infini				
	0,0%	0,5%	1,0%	1,5%	2,0%
37,20%	40 120	40 205	40 293	40 383	40 476
39,05%	37 006	37 074	37 145	37 217	37 291
40,90%	34 250	34 306	34 363	34 421	34 481
Moyenne	37 269				
Taux d'actualisation	35%				
Valeur actualisée	27 606				

Source : Volnay Consulting

Méthode des valeurs de rentabilité

Bien que désormais cotée, nous avons voulu appliquer cette méthode à la société Right People, notamment en raison de la très forte croissance de son résultat net. La valeur obtenue entérine d'ailleurs nos calculs réalisés par la méthode des comparables, aussi bien par les PER que par les VE/REX.

En effet, en adoptant un coefficient de capitalisation de 8,5x, et après actualisation du résultat obtenu, la valeur actualisée serait de l'ordre de 28 M€

Valeur de rentabilité au 31/05	2010	2011	2012
RN de Right People	123 476	6 261 202	13 798 089
pondération	3	2	1
Sous total	370 428	12 522 404	13 798 089
RNMP	4 448 487		
Coefficient de capitalisation	8,5		
Total	37 812 138		
Taux d'actualisation	35%		
Valeur actualisée	28 008 991		

Source : Volnay Consulting

Conclusion

	Résultats	Pondération	Valeur
Moyenne des PER	28 566 047	30%	8 569 814
Moyenne des VE/REX	25 449 020	30%	7 634 706
Moyenne des DCF	27 606 414	30%	8 281 924
Valeur de rentabilité	27 349 956	10%	2 734 996
Valeur estimée post money			27 221 440
Augmentation de capital			4 000 000
Valeur prémoney			23 221 440

Source : Volnay Consulting

Les valeurs obtenues par ces différents modèles sont finalement assez proches les unes des autres. Nous avons pondéré ces résultats en fonction de leur pertinence, en n'attribuant que 10% à la méthode des valeurs de rentabilité, car d'une part assez proche de la méthode des PER et d'autre part, confortant les valeurs préalables.

La valeur moyenne post money s'établit donc à 27,2 M€ Le business plan, et par conséquent les perspectives de résultat, ont été établis en tenant compte d'une augmentation de capital de 4 M€ qui a un impact sur la génération de bénéfice. La valeur prémoney s'obtient en soustrayant cet apport de fonds propres, et ainsi ressort à 23,2 M€

Sur la base du nombre d'actions actuellement en circulation et compte tenu du nouveau business plan communiqué par la société, les prix de l'action (prémoney) serait alors de l'ordre de 9,90€, ce qui corroborerait son cours de bourse actuel.

Selon un communiqué AFP du 27 mai 2009, l'opérateur Orange souhaitait se doter d'un réseau social sur internet, soit par création soit par acquisition. Cette décision se voit conforter par l'annonce de l'entrée dans le capital de Facebook d'un investisseur russe pour un montant de 200 M\$, représentant 1,96% du capital.

Nous pouvons constater que les intérêts restent omniprésents dans le secteur des réseaux sociaux, à la condition expresse que les modèles économiques des ces entreprises soient générateurs de valeur ajoutée à plus ou moins court terme.

Volnay Consulting.

Achevé de rédiger le 28 mai 2009.

Disclaimer- Avertissement

Volnay Consulting a conclu un contrat avec la société pour réaliser cette étude. Néanmoins, Volnay Consulting agit en toute indépendance selon l'éthique et les règles de la profession.

Cette publication a été réalisée par Volnay Consulting à l'usage exclusif et informationnel d'investisseurs sélectionnés. Ce document n'a pas pour objet de solliciter l'achat ou la vente d'instruments financiers. Les informations et opinions contenues dans ce document ont été obtenues sur la base de sources supposées sincères.

Néanmoins, Volnay Consulting ne peut garantir la pertinence et l'exhaustivité de ces dernières. Les opinions, estimations et calculs contenus reflètent l'appréciation de Volnay Consulting à la date d'établissement de ces documents et peuvent être sujets à modifications sans préavis. Volnay Consulting se dégage de toute responsabilité relative à tous préjudices directs ou indirects que pourraient entraîner l'utilisation de cette publication ou de son contenu.

Cette publication ne peut être distribuée ou publiée sans l'accord préalable de Volnay Consulting.

Les investissements présentés peuvent induire des risques significatifs, peuvent être illiquides et /ou indisponibles pour certains investisseurs.

La performance historique ne préjuge pas des résultats futurs. Les investisseurs doivent prendre leurs décisions d'investissements sans s'en remettre à cette publication.

VOLNAY CONSULTING
38, Boulevard d'Inkermann
92200 Neuilly sur Seine

Bureaux :
11, rue d'Orléans
92200 Neuilly sur Seine

Mail : egorgeu@volnayconsulting.com

www.volnayconsulting.com

Membre de :



Association reconnue par l'AMF

