

ENTREPRISES

Les réseaux au secours des affaires en temps de crise

BNI, speed-dating, rendez-vous professionnels et visites d'entreprises se multiplient pour aider les patrons à trouver de nouveaux marchés. Pour certains, il y a un vrai business derrière ce service.

À une époque pourtant tournée vers le virtuel, le numérique, la communication à distance, derrière son écran, patrons et commerciaux renouent avec la chaleur d'une vraie rencontre, la convivialité d'un rendez-vous en vis-à-vis, la vérité d'un regard ou la franchise d'une poignée de main. On active les réseaux dans le registre du « je connais quelqu'un qui peut t'aider » ou du « peux-tu me présenter untel j'ai quelque chose à lui proposer ». Tout ceci est vieux comme l'humanité. Mais les recettes sont remises au goût du jour. C'est tout l'enjeu des réseaux d'affaires qui essaient en ce moment. Pour trouver un marché, un client, un prospect, il ne s'agit plus aujourd'hui de faire du porte-à-porte ou d'écumer le bottin. Les nouveaux réseaux et clubs rationalisent le contact humain pour gagner du temps et être plus productif.

1 BNI OU LE BUSINESS SANS COMPLEXES Créé aux États-Unis en 1985, importé en France en 2004, le BNI (Business Network International) a codifié et organisé les relations d'affaires. Une fois par semaine, des groupes au maximum d'une quarantaine de patrons, de décideurs ou de directeurs commerciaux se réunissent à l'heure du petit-déjeuner pour mettre en commun leurs réseaux. Il n'y a qu'un représentant par métier et chacun est censé faire des « recommandations d'affaires » pour l'autre. Ainsi l'électricien peut devenir le commercial de l'imprimeur et inversement. Les membres sont admis après entretien. La présence hebdomadaire est obligatoire et chaque réunion se déroule selon un canevas préétabli (lire page suivante). Ce côté rigide et discipliné peut rebuter et nourrit les rangs des

S'ils ne sont pas dédiés au business, les clubs de partenaires sportifs et de mécènes culturels participent au « réseautage » économique

détructeurs ou des dissidents. Lucien Bonenfant, directeur exécutif du réseau BNI en Champagne-Ardenne pense au contraire que « l'homme a besoin de contraintes ». « Sans ces rendez-vous obligatoires à heures fixes, il n'y aurait pas les mêmes résultats. » Les faits parlent pour lui puisque les treize groupes de Champagne-Ardenne (et de l'Yonne) ont généré, en 2014, selon BNI, 32 millions de chiffre d'affaires issus de 10 500 recommandations. La région serait même dans le « top 20 » des 600 régions mondiales de BNI.

2 LES CCI S'ACTIVENT AUSSI La chambre de commerce et d'industrie de Reims Épernay s'est dotée d'un véritable arsenal d'événements pour organiser le « réseautage » de ses membres. On trouve d'abord, des « speed-meetings ». Ce sont des rencontres minutées pour faire des affaires ou initier des contacts de façon ludique et sans ambiguïtés. Moins directes, les « rencontres d'entreprises » aident les ressortissants à mieux connaître le tissu économique de leur région tout en entretenant leur carnet d'adresses. Les réunions ont lieu à la chambre de commerce sur des thèmes généraux comme les « fablab » ou le « lean management ». Il y a aussi des événements locaux qui ont lieu en entreprise. « On présente le territoire économique à vingt kilo-

mètres à la ronde et on réfléchit à ce que chacun peut apporter à l'autre », explique Marie-Aude Bur, présidente de la commission Industrie de la CCI. Ainsi une récente réunion à Fismes a permis au fabricant de radiateurs Campa, qui sous-traitait ses travaux de peinture en Italie, de trouver un nouveau prestataire, Gantois, logé à quelques centaines de mètres de son usine... Pour que des liens se tissent entre entrepreneurs, la CCI rémoise organise aussi des sorties culturelles et sportives. Enfin, pour sortir des sentiers battus, des « rencontres entre territoires » permettent aux patrons rémois et sparnaciens de rencontrer leurs homologues à l'autre bout de la France.

Le premier « speed dating business » de la CCI des Ardennes est tombé à point nommé en décembre 2008 alors que le pays venait de ressentir les déflagrations de la crise des subprimes. Les entreprises étaient alors en plein brouillard, en manque de visibilité, et cherchaient (déjà) à trouver de l'activité par de nouveaux moyens. Organisée depuis lors, à l'automne et au printemps, ces rencontres express entre chefs d'entreprise, ne désemplassent pas. « Ça marche très fort nous avons 70 à 80 participants à chaque fois », explique l'organisatrice, Valérie de la Ville Fromoît. « Nous n'avons pas de retours quantitatifs mais nous savons qu'au moins la moitié des participants viennent depuis le début. Les patrons n'ayant pas de temps à perdre, les rencontres doivent donc porter leurs fruits. » Pour varier, le rendez-vous a lieu une fois par an de façon itinérante. En novembre dernier, les patrons se sont retrouvés sur un bateau à Givet. L'année précédente c'était dans un train.

La CCI de l'Aisne n'est pas en reste.



Une réunion du BNI des Ardennes, au château du Faucon, à Donchery. Les diverses recommandations

Elle organise des « rendez-vous jeunes entreprises » réguliers pour initier les nouveaux au « réseautage » et anime des rendez-vous « B to Bo » dans les pépinières du département. Les liens des patrons se renforcent également à l'occasion des événements annuels « Passion d'entreprendre » et « Passion Commerce ».

3 LE MEDEF POUR DES RENDEZ-VOUS SANS CONTRAINTES À l'opposé des rendez-vous très encadrés et contraignants des groupes BNI ou des « speed-dating » chronométrés des CCI, le Medef de la Marne a mis sur pied les « RDV Business Champenois ». Ils ont lieu chaque mois, dans une entreprise du département. L'hôte et une autre invitée présentent leur activité et on enchaîne ensuite sur un déjeuner cocktail. « C'est une démarche souple. Les chefs d'entreprise ne sont pas infantilisés et il peut y avoir plusieurs représentants d'un même secteur d'activité », précise Christophe Dumaire, secrétaire général du Medef régional.

4 LES CLUBS ET ASSOCIATIONS Dans la grande marmite du réseautage, on tombe sur de nombreux groupes, clubs ou associations. Tous n'ont pas forcément pour objectif affiché de générer du business. Le club des créateurs de la CCI de Châlons organise des réunions thématiques quatre fois par an pour les chefs d'entreprise.

Les clubs « Créer au féminin » ou « Créez Comme Elles » travaillent davantage sur l'humain. Les Jeunes chambres économiques mettent en avant l'engagement citoyen. Les partenaires sportifs et les mécènes culturels, réunis en associations ou en clubs, sont aussi des activateurs de réseaux professionnels. On se retrouve autour d'un bon match ou d'une belle œuvre. Ça change des train-train du bureau. Et puis, après tout, le plaisir de ces bons moments ne sera pas gâché s'ils permettent aussi d'échanger des cartes de visite accompagnées de regards complices...

DOSSIER JULIEN BOUILLÉ

LES RÉSEAUX

Un salon virtuel dans les Ardennes

► La CCI des Ardennes a lancé un salon virtuel qui permet aux entreprises de services du département de réseauter entre elles en restant derrière leur écran. www.ardennes-services.fr



Combien coûtent les adhésions aux réseaux d'affaires ?

► Les réseaux d'affaires ne sont, en général, pas gratuits. Chez BNI, la cotisation est de 870 euros par an, après paiement d'un droit d'entrée de 150 euros. Chez Relvicom, on nous a annoncé des tarifs avant de nous demander de ne plus communiquer. Ces réseaux sont encadrés par des sociétés en franchise qui vivent des cotisations. Le franchiseur leur fait payer droits d'entrées et royalties.

MARDI 27 JANVIER 2015



ions de ce groupe ont généré 8,3 millions d'euros depuis sa création en mars 2013. Karen Kubena

Le BNI vu de l'intérieur

Il est 7 h 30, un mardi matin, au château du Faucon à Donchery. Une quarantaine de chefs d'entreprise ou leurs représentants commencent la réunion du groupe BNI des Ardennes dans une odeur de café et de croissants chauds. Pourquoi des réunions aussi matinales ? Chez BNI, on estime que c'est à cette heure que l'on fait vraiment des affaires. Le midi, on pense plus à bavarder ou à manger, le soir à boire un verre. C'est la présidente du semestre, Emmanuelle Morelle, qui dirige la séance à tu et à toi. Même si le groupe ardennais est réputé plus convivial que d'autres, le déroulé réunion est le même que partout dans le monde. Un conducteur établi par BNI détaille les vingt étapes de cette séance d'une heure et demie. Il y a, à chaque fois, un ou des invités qui viennent présenter leur activité. L'un des temps fort est l'« infomercial ». Chaque membre explique, en soixante secondes maximum, son actualité commerciale afin que les autres puissent s'en servir comme argument s'ils détectent un prospect. Le but essentiel de chaque membre du BNI est de ramener à un autre membre une « recommandation-d'affaire ». Chaque membre a sur lui un petit classeur avec un stock de cartes de visite de tous les autres membres du groupe. Lorsque l'on a trouvé une opportunité pour un autre on remplit un bon. Il existe aussi des formulaires « merci pour le business ». Ils permettent de signaler le chiffre d'affaires réalisé en cas de concrétisation d'une recommandation. De même, les rendez-vous « tête-à-tête » entre membres sont signalés par écrit. Ces documents permettent aux cadres d'estimer l'implication des membres et leurs performances. Mardi dernier, 75 112 euros d'affaires nouvelles ont été comptabilisés. Depuis sa création en 2013, le BNI ardennais affiche à son crédit 8,3 millions d'euros de chiffre d'affaires à son crédit.

VOTRE AVIS ?

Qu'apportent les réseaux d'affaires aux chefs d'entreprise ?



LIONEL TOULEMONDE
Conseil en direction commerciale et management

« Aujourd'hui quand on regarde la productivité des actions de prospections dans le dur, on se rend compte qu'il faut trois jours de boulot pour arriver à trouver un prospect qualifié. Quand je participe, par exemple, à un événement Connecting Entrepreneur de la CCI de Reims, j'obtiens un voire deux prospects en une demi-journée. Et ce sont des gens qui acceptent un rendez-vous en face-à-face. »



CHRISTOPHE DUMAIRE
Secrétaire général du Medef Champ.-Ardenne

« C'est un phénomène de l'après-crise de 2008. On sent que les chefs d'entreprise ont besoin de se rapprocher. Les contacts se font plus naturellement en période difficile. C'est aussi une question de génération d'entrepreneurs. Cela permet de créer de la richesse et de l'emploi. Avec tout ce qui existe, chaque chef d'entreprise peut trouver une réponse. Il n'y a plus aucune raison qu'il se sente isolé. »



GAUTHIER GONDEL
Dirigeant de Fabrimueble et membre BNI

« Plus on est nombreux, plus on a de transversal pour détecter des marchés et se partager les informations qui sont au cœur du débat industriel et commercial aujourd'hui. Comme on se voit toutes les semaines, il ne se passe jamais plus d'une semaine entre deux contacts. Donc, ça tourne très vite. On a une minute par séance pour donner son actualité et partager ses contacts. On n'est pas là pour faire de grands discours et c'est efficace. »

3 QUESTIONS À

MARIE-AUDE BUR



« On a créé du lien »

MARIE-AUDE BUR présidente de la commission Industrie à la CCI de Reims Épernay explique la démarche de « réseautage » entreprise sur son territoire.

► Pourquoi la CCI a-t-elle lancé Connecting Entrepreneurs ?

C'est la marque de fabrique de la CCI pour cette mandature. Les commissions du commerce, de l'industrie et des services doivent réaliser des événements Connecting sur des thématiques précises. On en fait à peu près 50 par an. On a fait venir, en 2013, 1 700 entrepreneurs ou cadres d'entreprises. En 2014, les chiffres seront encore plus importants. On fait du lien, on échange des cartes de visite en disant : « Je te regarde bien dans les yeux, je te demande qui tu es et comment tu travailles. » Cela fait de la convivialité ou du business. Il ne faut pas avoir peur de rencontrer les gens. On fait aussi des événements privés. Le président de la CCI, Jean-Paul Pageau, organise, toutes les six semaines, des déjeuners avec des entrepreneurs pour parler de la CCI et de ce qu'elle fait, bien sûr, mais aussi pour faire des échanges constructifs.

► Comment voyez-vous les réseaux comme BNI ou Carbao qui ont fortement organisé la relation d'affaires ?

Avec le BNI, vous devez être là chaque semaine, à la même heure comme un bon petit soldat, vous devez payer votre cotisation, vous ne devez pas être concurrents les uns des autres. C'est hypercodifié. Moi, je ne peux pas. À la CCI, ce n'est pas si organisé et c'est gratuit. N'importe quel ressortissant, entrepreneur, voire cadre, peut venir échanger. On a toute une latitude, une liberté. Les autres me font penser à des trucs à fric cachés.

► Faut-il inventer autre chose que les rendez-vous Connecting Entrepreneurs pour mettre de l'huile dans les rouages économiques du territoire ?

On se dit que l'on a amorcé quelque chose de positif : créer du lien. On a suscité le besoin de l'industriel à connaître son territoire. Maintenant que peut-on faire pour que cela génère du chiffre d'affaires ? Aujourd'hui, les grosses industries ne font que 6% de leurs achats sur leur territoire. Où sont les 94% restants ? Quelques fois, votre voisin peut travailler avec vous et vous ne le savez pas. L'entreprise Axon' Câble, à Montmirail, a, par exemple, découvert qu'il existait un affûteur à Reims alors qu'elle faisait appel pour cela à une entreprise en Belgique. Aller plus loin serait peut-être faire plus de réunions encore et de prêcher encore plus la bonne parole.

Relvicom, le petit nouveau

Pendant des années, Patrick Sepieter a vendu, en tant que commercial de l'équipementier Trèves,

des moquettes de voitures, des isolants phoniques ou des plages arrière, pour un seul client, PSA. Aujourd'hui, il vient de monter sa petite entreprise dont la vocation est de vendre « du business », de l'activité, à de multiples petits clients. Ce Rémois vient de lancer, sous contrat de franchise, une antenne du groupe Revilcom, dans sa ville. Créé à Toulouse en 2004, c'est une alternative, manifestement plus latine, au concept BNI. Chaque groupe est composé de représentants uniques de divers métiers qui se rencontrent régulièrement et sans complexes pour faire des affaires ensemble. Quelle est donc la différence

avec le grand cousin américain ? « Chez nous, les animateurs se consacrent à plein-temps à ramener du business à leurs membres. Nous amenons un savoir-faire et un savoir-être. Nous sommes moins stricts, moins militaires que les BNI. » Chez Revilcom, la présence aux réunions n'est pas obligatoire et en plus du rendez-vous hebdomadaire à l'heure du petit-déjeuner, des soirées cocktails plus festives sont organisées. L'animateur s'engage à rendre visite régulièrement à ses membres. Lancé officiellement fin février, le Relvicom rémois a déjà six membres et en vise, à terme, une quarantaine.



Patrick Sepieter arrive sur le marché rémois du réseau d'affaires.

EN BAISSÉ

BNI a enregistré une croissance de 33 % entre 2005 et 2014 en France.

EN BAISSÉ

Entraide et esprit d'équipe font le plus défaut en entreprise.

LE CHIFFRE

40 % C'est le pourcentage de « recommandations d'affaires » faites entre membres du BNI qui se transformeraient ensuite en ventes concrètes.

LA PHRASE

« Lorsque quelqu'un met en avant nos qualités professionnelles, c'est beaucoup plus efficace que lorsque nous le faisons nous-mêmes. »

Marc-William Attié, directeur de BNI France