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 essaiment 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.

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

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 détracteurs 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 kilomètres 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 désemplissent pas. « *Ça marche très fort nous avons 70 à 80 participants à chaque fois* », explique l'organisatrice, Valérie de la Ville Fromoit. « *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 rencontrent 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. 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 ».

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

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.