

TRAVAILLER EN RÉSEAU POUR DOPER SON ENTREPRISE

Le travail en réseau, aujourd'hui bien intégré par les chefs d'entreprise, s'impose comme un nouveau système économique qui permet de faire des affaires autrement. Adopter une « démarche réseau », c'est l'assurance, pour un dirigeant de TPE ou de PME, de disposer de ressources illimitées et de trouver des réponses opérationnelles à ses questions. Dans le Loiret, ils sont déjà nombreux à s'impliquer pour rendre les réseaux attractifs et dynamiques.

Convaincue que le travail en réseau est une clé absolue de développement économique des entreprises, la CCI du Loiret fait évoluer sa mission en ce sens et animera dès le début 2008 une plate-forme « collaborative » via Internet, où tous les acteurs pourront évoluer, de manière efficace. Démonstration.



Fabien Pretre

Partage, communautés, savoirs, expériences, connaissances... Derrière cette terminologie pour le moins abstraite, un état d'esprit, une attitude, presque une philosophie : la « démarche réseau ». Concrètement, pour un chef d'entreprise, s'inscrire dans une démarche réseau, c'est aujourd'hui la promesse de pouvoir développer la compétitivité de son entreprise et surtout de

« faire du business » autrement. Réseaux relationnels, virtuels, clubs de dirigeants, clubs d'entrepreneurs, organisations professionnelles, groupements d'entreprises... quelle que soit sa forme, la finalité du réseau professionnel apparaît toujours identique : fédérer un groupe d'entreprises autour d'objectifs communs. Reste à bien cerner lesquels. Partager son expérience, rompre l'isolement, exporter,

étoffer son offre, mutualiser les coûts, confronter ses pratiques et ses méthodes, stimuler sa créativité ? Premières intéressées à récolter les bénéfices d'une démarche réseau, les petites et moyennes entreprises. Comme le constate le portail Place des réseaux, elles sont souvent « trop petites pour savoir tout faire et bien le faire, pour être référencées et répondre aux appels d'offres impor-

tants, pour prendre en charge des projets lourds, assumer la charge d'un salarié supplémentaire ou encore bénéficiaire des meilleures conditions commerciales de la part d'un fournisseur ». Le travail en réseau, désormais bien intégré par les chefs d'entreprise, s'impose ainsi comme un nouveau système économique qui permet de doper l'activité de son entreprise. Selon une récente étude⁽¹⁾ publiée sur ce même portail, les chefs d'entreprise plébiscitaient, en première position, les réseaux favorisant le partage d'expérience entre dirigeants. Réseaux virtuels en tête, tels les forums d'échanges sur Internet ou les communautés en ligne de type Viadeo. Karine Prigent, directeur régional d'ASP Line, y coanime le « club business 45 ». « L'objectif est de mettre les gens en relation. C'est une porte d'entrée pour les nouveaux arrivants. Idéale par exemple quand on arrive sur une région qu'on ne connaît pas ou quand on a évolué dans son poste et que l'on veut se créer un nouveau réseau. » Et parce que dans le Loiret, les membres actifs des réseaux s'investissent en moyenne dans deux à trois structures, Karine Prigent ne déroge pas à la règle. Membre des DCF depuis six ans, elle participe aussi au Business Rugby Breakfast tous les 15 jours, une autre communauté d'échanges. « La seule limite à ces engagements bénévoles, affirme-t-elle, c'est tout simplement le temps qu'on peut y consacrer. »

PARTAGER SON EXPÉRIENCE, ENRICHIR SES CONNAISSANCES

Mais l'esprit philanthrope qui caractérise le travail en réseau peut-il totalement s'affranchir des enjeux concurrentiels ? Pour James Robineau, président des DCF d'Orléans et du Grand Maillage, la réponse est claire : « un marché où la concurrence existe est un marché sain. Cela n'entrave ni la convivialité, ni le respect, ni les échanges. Une démarche réseau peut justement aider à se situer par rapport à la concurrence. Si votre carnet de commandes reste désespérément vide, et que vous réalisez, lors de rencontres avec des entreprises voisines, voire concurrentes, que les affaires sont pour elles florissantes, vous com-

prenez immédiatement que c'est votre stratégie qui doit être remise en cause, et non le marché ». Le partage d'expériences permet donc d'enrichir sa propre connaissance de l'environnement économique et des marchés. Il peut en outre éviter à certains de reproduire les erreurs essuyées par d'autres. C'est ce qui a motivé six entreprises du Loiret, partenaires du Club des experts de l'international, à témoigner de leur expérimentation du Volontariat international en entreprise au sein d'un guide du V.I.E. Disposer d'informations fiables et actualisées, sur les métiers, les pratiques, la législation, représente à plus d'un titre un enjeu majeur pour une entreprise. Parce que la maîtrise des connaissances est un élément clé d'innovation et de performance, de conquête de nouveaux marchés ou encore d'amélioration de la qualité, le travail en réseau apparaît clairement comme un accélérateur de business.

DES RÉSEAUX DYNAMIQUES DANS LE LOIRET

Dans le département, ils sont nombreux à s'investir pour dynamiser les réseaux. Bénévoles, ils en constituent souvent, avec quelques autres, le « noyau dur ». Pour certains, la démarche s'apparente à un engagement citoyen. James Robineau, depuis 12 ans responsable de Dactyl Buro d'Orléans et de Chartres, s'est toujours investi dans le monde associatif. À ses yeux, les dirigeants ont aujourd'hui une responsabilité collective et individuelle. « Nous devons être un acteur participatif à l'attractivité du territoire. En tant que cadres dirigeants, nous avons des responsabilités, des idées, des attentes, mais nous sommes prêts à aller plus loin et à nous investir au quotidien. » Un investissement qui passe par l'ouverture de l'entreprise aux jeunes et un rapprochement avec l'école et les universités. Un objectif depuis toujours cher au CJD, dont les membres orléanais accueillent des collégiens de 3^e en stage au sein de leur entreprise, en les faisant travailler avec « les outils CJD » pour rendre le stage plus enrichissant. Une autre initiative consiste à mettre à contribution les bac+3

et bac+5 lors du concours « Performance globale ». Venu de Bourges, Gilles Mériquet, directeur d'Alphagraphics, reconnaît que l'association a tellement facilité son intégration à son arrivée qu'il était évident de s'investir à son tour comme président : « on ne peut faire son métier sans travailler en réseau ; Il ne faut

SAVOIR DONNER POUR RECEVOIR

La démarche réseau, Fabien Pretre, dirigeant d'Oxynéo, est tombé dedans quand il était petit. C'est en tout cas l'impression qu'il dégage, quand – intarissable – il passe en revue les avantages de développer un blog professionnel pour une entreprise. Dès 2005, sa société de régie marketing, située à Saint-Pryvé Saint-Mesmin, conçoit et fait vivre des blogs d'entreprise, parallèlement aux sites Internet traditionnels proposés à ses clients. « Nous avons à ce jour réalisé une trentaine de blogs de ce type, graphisme et rédaction comprises, explique le jeune dirigeant, le but étant de diffuser une actualité pertinente, dynamique et interactive sur ces sociétés. Le blog les dévoile sous un angle inédit : il met en valeur les domaines d'expertise de chacun et surtout, il laisse transparaître la personnalité du dirigeant et les valeurs qu'il défend. » Bien entendu, Oxynéo dispose de son propre blog. « J'ai la volonté que tous ceux qui évoluent au sein de la société puisse s'y exprimer. » En avril dernier, le chef d'entreprise crée son propre blog. Sa ligne éditoriale : la vision « d'un jeune entrepreneur orléanais » sur son environnement, informations pratiques et billets d'humeur à l'appui. « Le blog constitue un outil très facile à s'approprier. Il permet de diffuser des messages rapidement. Que ce soit celui d'Oxynéo ou le mien, l'objectif est de publier des informations intéressantes, gratuitement. Il faut savoir donner, de manière désintéressée, pour recevoir ensuite. » ■

⁽¹⁾ « Entrepreneurs et réseaux : usages et attitudes »
- Place des réseaux - janvier 2007

pas se poser comme simple consommateur, mais au contraire, ne pas hésiter à s'impliquer ». Le Grand Maillage, qui fédère à ce jour 22 associations à caractère économique dans le Loiret, apparaît aujourd'hui comme une initiative novatrice. Ayant adopté ses statuts en octobre dernier, l'association présidée par James Robineau entend jouer un rôle d'interface. « *Le Grand Maillage adopte une démarche très structurée et n'a pas pour objectif de se substituer aux associations qu'il fédère. Il a pour vocation de catalyser les énergies pour renforcer les réseaux. Bien entendu,*

l'accueil de nouveaux entrepreneurs et le rapprochement école/entreprise restent des priorités. Il constitue un vaste espace de liberté où chacun peut évoluer sans contraintes. » Un point de vue partagé par Gérard Gautier, président du club Entreprendre & Réussir et dirigeant d'Agropropre : « *nous avons rejoint le Grand Maillage pour contribuer à augmenter la synergie entre les différentes associations, qui conservent chacune leur autonomie. Cette multiplicité et cette diversité font la force du Grand Maillage et permettront d'ouvrir de nouvelles perspectives* ».

LE WEB 2.0, OUTIL PRIVILÉGIÉ DU « NETWORKING »

Outil idéal pour supporter et doper une démarche réseau : le web 2.0, dont le blog est à ce jour l'un des applicatifs les plus démocratisés. Déjà adopté par de nombreux grands groupes (Nokia, L'Oréal, General Motors...) et certains chefs d'entreprise comme Michel-Édouard Leclerc, le blog professionnel est un moyen simple, efficace et peu coûteux, d'entrer dans une démarche dite « collaborative ». Et surtout accessible à tous, y compris les PME. « *Devant les blogs, nous sommes tous égaux* »,

S'INSCRIRE DANS UNE DÉMARCHE CITOYENNE

« *Je suis convaincu qu'on ne peut pas gagner seul et qu'il faut savoir s'ouvrir aux autres !* » Pour James Robineau, président des DCF (Dirigeants commerciaux de France) d'Orléans et de l'association « le Grand Maillage », directeur d'agences Dactyl Buro, les vertus du travail en réseau ne sont plus à démontrer. Élargir son champ de connaissances, croiser ses compétences, constituent à ses yeux des conditions absolues pour le développement de toute activité économique. « *Dans la fonction commerciale plus que toute autre, la connaissance et l'écoute de l'autre sont impératives. Il fait savoir faire preuve d'adaptabilité et d'opportunisme.* » On recense dans le Loiret deux associations DCF parmi les 90 fédérées au niveau national, qui œuvrent pour la promotion des fonctions commerciale et marketing : l'une à Orléans et l'autre à Montargis, présidée par Yann Dunègre. Des réunions thématiques sont régulièrement organisées pour les adhérents et sympathisants, toutes inscrites dans une démarche d'ouverture d'esprit. Parmi les derniers thèmes choisis pour susciter la réflexion et encourager les débats : le parallèle entre leadership militaire et leadership dans l'entreprise. La fédération met aussi à disposition des adhérents une plate-forme des savoirs

ou encore un observatoire de la fonction commerciale. « *Dans nos métiers il est indispensable d'être aux aguets en permanence, de disposer d'éléments fiables et actualisés, sans quoi, on est mort.* » Contribuer à animer un réseau,

cela s'apparente pour James Robineau à une démarche citoyenne : « *on ne peut tout attendre passivement de la société, il faut être un acteur participatif !* ». ■



James Robineau

UN ESPACE DE RÉFLEXION

L'économie au service de l'homme, et non l'inverse. Telle est la philosophie véhiculée par le CJD (Centre des jeunes dirigeants), qui réunit 65 membres au sein de sa section d'Orléans. « *Nous pensons qu'une entreprise doit aujourd'hui répondre aux critères de performance globale, sur les plans économique, social, sociétal et environnemental* » avance Gilles Mériguet, président du CJD d'Orléans et dirigeant d'Alphagraphics. Il définit le CJD comme un « espace de réflexion », et non un club de services. « *Nous organisons des réunions thématiques mensuelles, animées par des intervenants et suivies de débats. Nous nous réunissons également chaque mois en petits groupes, dans la plus grande confidentialité, pour mener une réflexion globale sur la stratégie de nos entreprises ou sur certaines problématiques que nous pouvons rencontrer dans leur gestion* » poursuit Gilles Mériguet. Au-delà du partage d'expérience, le but affiché est d'extraire les chefs d'entreprise de leur isolement. Au niveau national, le CJD met à la disposition de ses adhérents une base de données, avec les domaines d'expertise de chacun de ses membres. « *En France le CJD a été l'instigateur de projets comme la TVA sociale ou le rapprochement école/entreprise. À Orléans, il a été l'un des éléments*

Gilles Mériguet



moteurs dans la constitution du Grand Maillage » explique son président. « *Le Grand Maillage est l'une des composantes qui contribue à l'attractivité de notre territoire. Il constitue désormais*

une nouvelle porte d'entrée pour les chefs d'entreprise et les cadres... où chacun peut évoluer à son gré et apporter sa contribution. » ■

aime rappeler Fabien Pretre, dirigeant d'Oxynéo. Et pour cause : inutile d'être informaticien, il suffit d'être animé de l'envie de partager. Les blogs professionnels, aux antipodes des blogs d'adolescents, sont encore trop souvent assimilés à une simple succession d'articles dont la publication la plus récente supplante la précédente. Le potentiel d'un blog professionnel s'étend bien au-delà : possibilité de tester des produits et des services, amélioration de la relation clients, veille concurrentielle, partage d'expériences et de savoirs... Et donne parfois des coups de pouce inattendus. « *Je mûrissais un nouveau concept de*

société, raconte, amusé, Fabien Pretre. J'ai détaillé par le menu mon projet sur mon blog. Avec un risque mesuré toutefois, car j'avais déjà pris une bonne longueur d'avance sur le dossier. J'ai eu la surprise de découvrir des commentaires de professionnels que je ne connaissais pas : un banquier, un expert-comptable, qui m'ont fourni des conseils gratuits et des réponses concrètes dont j'ai pu me servir ultérieurement. » Pour mieux appréhender comment un blog peut générer du business, Fabien Pretre nous livre cette anecdote : « *un internaute, après avoir consulté mon profil sur Viadeo, se rend sur mon blog*

personnel. Incité par la lecture d'un twitter⁽²⁾ concernant une offre sur mon autre société, Easyflyer, il visite le site officiel, et passe une commande ». Une affaire conclue par ricochets, sans aucun effort de prospection commerciale.

DONNER POUR RECEVOIR

Si le canal permet de recevoir, il invite naturellement à donner. Grâce à la notoriété acquise dans la blogosphère, Fabien Pretre est régulièrement sollicité pour relayer sur son blog certaines informations. « *J'ai par exemple souhaité encourager Jérôme Canazzi, jeune créateur d'une société de courtage en voyages.*

(2) Outil de réseau social et de microblogging permettant à un utilisateur de signaler à son réseau ce qu'il est en train de faire, grâce à des messages ultracourts, par Internet, messagerie instantanée ou SMS.

Cette promotion désintéressée lui a ouvert ensuite de nouvelles perspectives. » Encore trop peu apprivoisés par le monde professionnel, les blogs d'entreprise sont appelés à connaître une croissance accélérée. « Il y a plusieurs années, demander à un dirigeant d'envoyer un mail pouvait paraître extravagant. Aujourd'hui, c'est naturel. Le processus sera identique avec les blogs » conclut Fabien Pretre. Un point de vue auquel Jean-Michel Billaut, économiste et ancien directeur de la cellule de veille technologique au sein de la Compagnie bancaire, apporte un bémol. « La France accuse encore un certain retard dans ce domaine. De nombreuses entreprises fonctionnent toujours avec une organisation pyramidale. Il semble qu'il y ait

deux mondes parallèles évoluant côte à côte : celui qui s'intéresse au potentiel du web 2.0, et celui qui fait comme si tout cela n'existait pas » constate l'expert, intervenant lors de la soirée énergies45.biz le 6 décembre dernier. Comme il le prévient, la généralisation du très haut débit en France va donner une nouvelle impulsion au web 2.0. « Le très haut débit va générer toute une foule d'applicatifs et ouvrir de nouvelles perspectives aux entreprises et aux collectivités... je pense par exemple à des agences bancaires visiophoniques ou à des centres commerciaux accessibles en 3D. » Grâce au réseau Médialys

et ses 700 kilomètres de fibre optique opérationnels, le Loiret dessert actuellement 55 zones d'activités en haut débit, 45 supplémentaires d'ici à 2010. Et ne devrait donc pas être en reste en matière de très haut débit, puisque le département œuvre en partenariat avec Médialys pour favoriser l'installation d'opérateurs spécialisés sur les offres « très haut débit ». À côté des blogs, les flux RSS, tags, wikis ou encore les réseaux sociaux type Facebook, sont quelques uns des outils qui permettent de démultiplier la récupération ou la diffusion d'informations. D'autres, fonctionnant sur le principe du mashup, permettent la combinaison

ROMPRE L'ISOLEMENT DES CHEFS D'ENTREPRISE

Entreprendre & Réussir existe depuis 1989 et compte 75 membres actifs. Gérard Gautier, son président depuis décembre 2006 et par ailleurs dirigeant d'Agropropre, résume la vocation de ce club : « sa mission est primordiale : elle consiste à rompre l'isolement des créateurs et des repreneurs, dans un esprit philanthrope ». Nombreux sont les moyens mis en œuvre pour inciter les jeunes chefs d'entreprise à « lever le nez du guidon » : six réunions thématiques annuelles abordent des questions juridiques, comptables ou encore relatives aux RH... Huit commissions travaillent chacune sur des sujets précis, comme le rapprochement école/entreprise (ou comment susciter le goût d'entreprendre chez les étudiants), aux quatre coins du Loiret. Récemment, une vaste opération de formation des adhérents a été lancée ; ils sont déjà 35 inscrits à vouloir se perfectionner dans des domaines allant de la comptabilité au management, en passant par la micro-informatique. Le club Entreprendre & Réussir met aussi à disposition de ses membres les conseils avisés d'un avocat et d'un expert-comptable. Une aide précieuse et



Gérard Gautier

facilement accessible. Les plus anciens épaulent les nouveaux, partagent leurs expériences. « Il n'y a pas mieux que le dialogue et la confrontation d'idées, c'est une formule qui a fait ses preuves » assure le président. Entré

comme membre, il se souvient avoir alors été porté par cette « ouverture d'esprit ». C'est à son tour, aujourd'hui, de tendre la main à ceux qui débutent. ■

de plusieurs sources d'information. À l'instar de ce chef d'entreprise propriétaire d'un vignoble dans le Languedoc, dont l'entreprise fonctionne entièrement en web 2.0, et qui propose en ligne une carte de France localisant les restaurants qui commercialisent ses vins. Pour Jean-Michel Billaut, dont le blog personnel totalise 30 000 visites mensuelles, « *Internet a bouleversé la donne et confère à chaque citoyen, chaque consommateur, un pouvoir étendu, en lui donnant la possibilité de publier son avis sur un produit, un service, en toute liberté* ».

UNE DÉMARCHE POUR STIMULER LES RÉSEAUX

Le blog comme « facilitateur » de business entre les entreprises ? La CCI du Loiret, qui a recentré dès 2005 son cœur de métier sur l'organisation du partage de savoirs entre les entreprises, en est fermement convaincue. Pariant sur l'extraordinaire potentiel offert par les technologies de l'information et de la

communication, la CCI du Loiret a mis en ligne en avril dernier le portail de la communauté économique du Loiret. Véritable « metablog » qui agrège une trentaine de blogs, il propose un contenu en constante évolution, diffusant des informations actualisées (textes, vidéos...) sur la communauté économique du département. Son point fort : il laisse à chacun la possibilité de réagir à

CLUB BUSINESS 45, CARREFOUR D'ÉCHANGES

« *Convivialité, professionnalisme, volonté d'échange, ouverture d'esprit.* » Telles sont les principales qualités requises pour participer aux soirées du Club business 45. Karine

Prigent, directrice régionale d'ASP Line (société de solutions de gestion informatique située à Olivet), coanime depuis février 2006 le club Business 45 sur Viadeo. « *La vocation première de Viadeo, c'est de générer de l'effet réseau, de mettre les gens en relation, d'accueillir les nouveaux arrivants, et pourquoi pas, de faire du business* » explique la dirigeante. Véritable « carrefour de connexions », le hub business 45 est une sorte de « déclinaison locale » des échanges virtuels générés sur Viadeo. « *Nous avons vite été convaincus que nous devons humaniser les contacts. Nous organisons donc tous les deux mois des soirées à caractère festif pour échanger en toute convivialité, parfois avec des clubs d'autres départements. Quels que soient l'âge, le statut, le domaine d'activité : on se retrouve tous sur un pied d'égalité, animés des mêmes intentions.* » Ensuite, si atomes crochus il y a, certains contacts peuvent déboucher sur des partenariats professionnels, même les plus improbables. « *Lors d'une soirée du club, un directeur informatique a échangé avec une fleuriste... puis a fait appel à ses services pour son entreprise* » se réjouit Karine Prigent. Les 380 « viadéistes » assidus du Club Business 45 ont découvert il y a peu un blog qui relaie de façon conviviale une foule d'informations, photos à l'appui. En attendant, courant 2008, l'organisation d'une soirée réservée aux femmes. « *Elles utilisent l'effet réseau différemment des hommes. Elles y ont recours moins souvent, mais font preuve de plus de fidélité...* » avance Karine Prigent. ■



Karine Prigent

un article, par le biais de commentaires, et même d'y publier ses propres textes. Étape suivante dans cette démarche de maillage des réseaux et d'animation de la communauté économique : la mise à disposition d'une plate-forme « collaborative » sur Internet début 2008, accessible à l'adresse www.loiret-ecobiz.fr. Son principe de fonctionnement ? Un carrefour d'échanges et de partage, ouvert aux chefs d'entreprise de toutes tailles et de tous secteurs d'activité, ainsi qu'aux experts, aux chercheurs, aux collectivités et à tous les acteurs économiques. Le dispositif mis en œuvre en partenariat avec la CCI de Touraine, a pour vocation de fournir des ressources ciblées par centres d'intérêt. Déjà adopté par 19 autres CCI – il fédère une dizaine de réseaux (prestataires de services,

logistique, arts de la table, RH et management, pharmacie-cosmétique et environnement...). Parmi les fonctionnalités développées pour chacun d'entre eux : actualités ciblées, forum, espace affaires pour développer des alliances et de nouveaux courants d'affaires, annuaire, agenda... et bien entendu ateliers, conférences et rencontres professionnelles. *loiret-ecobiz* favorise ainsi le partage d'expériences et de bonnes pratiques entre les entreprises et stimule leur

mise en réseau. « *C'est une dynamique collective où chaque acteur peut trouver sa place, et dans laquelle d'autres dynamiques peuvent fructifier* », explique Yves Broussoux, président de la CCI du Loiret. Une CCI qui se positionne désormais comme « outil » des entrepreneurs et catalyseur des échanges. Pour le plus grand bénéfice des utilisateurs. ■

RENFORCER LES RELATIONS INTERENTREPRISES

« *La vocation de la FAPAL⁽¹⁾ est de fédérer et d'animer un réseau d'une dizaine de groupements d'entreprises de parcs d'activités du Loiret, comme l'Adelis, le Gezi, Gep45...* » explique Jean-Luc Benayoun, son président et responsable régional d'Akzo Nobel. Si chaque parc d'activités conserve une entière autonomie, l'objectif est de stimuler les échanges pour faire aboutir des projets qui améliorent leurs conditions de travail et leur développement. « *C'est la mise en œuvre d'un plan de déplacement d'entreprises au sein du Pôle 45 en 2004 qui a par exemple joué un rôle moteur et incité les parcs d'activités de Saint-Jean-de-Braye et d'Ingré/Saint-Jean-de-la-Ruelle à entamer le même type de démarche* » poursuit le président. Un partage d'expériences bénéfique et stimulant, qui amène aujourd'hui le parc de l'Adelis à étudier l'opportunité de la création d'une crèche interentreprises, à l'instar de celle créée sur le Pôle 45. « *La FAPAL peut aller encore plus loin dans la dynamique de réseau, confie Jean-Luc Benayoun, j'aimerais étendre le principe de visites d'entre-*

Jean-Luc Benayoun



prise instauré sur le parc de l'Adelis aux autres parcs d'activités, pour renforcer les relations interentreprises. Notre fédération permet aussi aux différents présidents de parcs d'activités de se rencontrer, une communication vraiment précieuse. » Pour l'heure, l'une des priorités de Jean-Luc Benayoun,

c'est de fédérer davantage de parcs d'activités, où qu'ils se situent dans le Loiret. Et d'organiser, pourquoi pas, des réunions décentralisées, à Montargis, Gien, Pithiviers, Beaugency... ■

⁽¹⁾ Fédération des associations de parcs d'activités du Loiret

TRAVAIL EN RÉSEAU ET DYNAMIQUES COLLECTIVES : CE QU'ILS EN PENSENT ...

**BERNARD DUBOIS,
PRÉSIDENT DE L'UDEL⁽¹⁾ - MEDEF 45**

« La vocation de l'Udel, syndicat interprofessionnel, est de représenter toutes les entreprises, quels que soient leur secteur d'activité et leur taille. L'Udel regroupe aujourd'hui 500 adhérents dans l'ensemble du Loiret. L'une de nos missions prioritaires consiste à mettre en réseau les entreprises, non pas autour de problématiques catégorielles, mais autour d'objectifs communs. Depuis que je suis président de l'Udel, je n'ai cessé d'œuvrer à la mise en place de structures favorisant le travail en réseau. Il en est ainsi des « clubs » de l'Udel, lieux d'échanges entre dirigeants sur des thématiques ciblées : grande distribution, gestion de crise... Une récente étude du CESR⁽²⁾, dont je suis le rapporteur, préconise de stimuler la création de réseaux, incluant aussi les collectivités locales, les universités, les chercheurs... Je ne peux donc qu'encourager toutes les initiatives qui vont dans ce sens. Heureusement, elles sont multiples et doivent toutes converger vers un seul but : rompre l'isolement des entrepreneurs qui sont encore seuls ». ■

⁽¹⁾ Union des Entreprises du Loiret

⁽²⁾ Conseil économique et social régional

**GÉRALD GALLIER, PRÉSIDENT DE LA
FÉDÉRATION DU BÂTIMENT ET DES TRAVAUX
PUBLICS DU LOIRET**

« La fédération du BTP du Loiret agit à deux niveaux : d'une part elle dispense à ses adhérents toutes les informations juridiques, sociales et fiscales utiles, d'autre part, elle défend les intérêts de la profession. Les entreprises du BTP sont actuellement en pleine mutation : confrontées à une évolution de leurs métiers, elles devront sans tarder dégager des synergies pour parler d'une seule et même voix. Un travail en réseau dont la nécessité est de plus en plus palpable et qui s'impose de lui-même dans le cadre du plan de rénovation énergétique ; bientôt, la seule culture technique « métier » ne suffira plus et les regroupements entre les différents corps de métiers du BTP seront impératifs pour offrir une réponse unique aux particuliers. Il faudra que les artisans acquièrent une véritable culture transversale. Notre défi, c'est de réussir à faire travailler ensemble des entreprises qui n'en ont pas l'habitude. Toutefois, la fédération propose déjà des synergies via Internet et souhaite développer l'usage des TIC auprès de ses adhérents. Après la mise en ligne d'outils de gestion pour les artisans, l'ouverture du portail e-bat* en janvier 2008 marque notre volonté d'encourager le partage de connaissances et d'expériences. Au-delà des problématiques catégorielles qui nous concernent, je pense que toute initiative visant à rompre l'isolement du chef d'entreprise doit être encouragée ». ■



* www.e-bat.org

NICOLAS CHILOFF, PRÉSIDENT DE L'UIMM⁽¹⁾

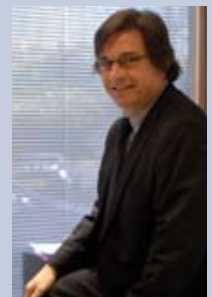
« Le rôle premier de l'UIMM, c'est de défendre les intérêts de ses entreprises adhérentes, auprès des pouvoirs publics et des instances économiques et sociales. Les entreprises qui relèvent de la métallurgie couvrent un spectre très étendu, allant de l'aéronautique à la fonderie, en passant par la construction électrique et électronique, mécanique, automobile, jusqu'au transport ferroviaire et l'informatique industrielle. A toutes, l'UIMM apporte des services dans des domaines tels que le conseil en droit social, la formation, les RH ou en matière de risques industriels... Dans chacun de ces pôles d'expertises, nous fournissons à nos adhérents une véritable dynamique de réseau : informations réglementaires, ateliers thématiques, conseil, assistance... Ces prestations sont complétées par des réunions dans les différents bassins d'emploi du département : l'an passé, nous en avons organisé 36, regroupant 377 entreprises. Très appréciées, ces rencontres donnent aux entreprises l'opportunité d'échanger sur des problématiques communes. Les grandes entreprises aident les PME, et vice versa. L'intérêt du travail en réseau ? Cela me semble tellement évident : mutualiser les services et les informations pour servir l'intérêt commun et aider chaque dirigeant à sortir de l'isolement et à trouver des réponses concrètes à ses interrogations ». ■



⁽¹⁾ Union des industries et métiers de la métallurgie

**RUDY WILLIG, PRÉSIDENT DE LA CGPME⁽¹⁾ ET
MEMBRE DU BUREAU DE LA CCI DU LOIRET**

« La CGPME est bien entendu favorable à tout ce qui structure les échanges entre les entreprises et peut permettre de faire entendre leur voix. Cela dit, je suis convaincu que le premier réseau à faire vivre, c'est celui de nos syndicats professionnels. Notre vocation est de représenter les PME et les branches dans le cadre de mandats paritaires, avec des représentants qui sont des chefs d'entreprise. A son niveau, la CGPME s'attache à faire vivre son réseau d'adhérents, à faciliter les rencontres et l'échange d'informations pour développer le business des entreprises. La CCI comme animatrice de la communauté économique ? Cela va dans le bon sens, à condition que ce soient les entreprises qui constituent les réseaux, et non pas des associations multiples qui polluent la clarté de nos actions. Selon moi, aucun réseau ne peut être autosuffisant, c'est l'enchevêtrement des réseaux entre eux qui font la richesse de la démarche. La mise en oeuvre d'une communauté « Prestataires de services » au sein de la CCI est un exemple de dynamique de réseau qui permettra à nombreux de nos adhérents directs, travaillant dans ce secteur, de trouver des réponses à leurs problématiques ». ■



⁽¹⁾ Confédération générale des petites et moyennes entreprises