



Place des réseaux

Le portail des entrepreneurs en réseau

DOSSIER DE PRESSE

2007

**L'isolement
nuit
gravement à
la santé de
leurs
affaires...**

87% des dirigeants de petites entreprises que nous avons interrogés en janvier 2007 lors de notre enquête annuelle estiment que travailler en réseau avec d'autres entrepreneurs permet de développer son chiffre d'affaires. Ce chiffre à lui seul met en exergue le fait que « l'impératif réseau » n'est plus réservé aux seuls chercheurs d'emplois ou jeunes diplômés.

Dans le même temps, les partenariats inter-entreprises ou les clubs de dirigeants, longtemps reconnus et médiatisés dans l'univers des grands groupes font eux aussi de belles percées dans le monde des petites entreprises. Tous les jours, des entrepreneurs lient des alliances stratégiques avec d'autres entrepreneurs pour, par exemple, créer de nouvelles offres ou prospecter de nouveaux clients.

Ces cas de figure nous montrent le rôle que peut jouer la démarche réseau dans le développement des petites entreprises. Mais de la prise de conscience réseau au déploiement d'une démarche réseau réfléchiée et structurée, il y a encore un grand pas.

C'est pourquoi nous avons créé Place des réseaux. Sur le site, les entrepreneurs retrouvent chaque mois de nouveaux conseils pratiques, témoignages d'entrepreneurs et outils pour se développer grâce à la démarche réseau. Enfin, pour aller encore plus loin dans l'accompagnement des entrepreneurs, nous avons cette année développé un programme annuel de Conférences-Formation. Et lançons en septembre 2007 la première Semaine des Entrepreneurs en Réseau ®.

A très bientôt...

Alain Bosetti,
Président de Place des réseaux





Edito d'Alain Bosetti	2
Sommaire	3
Communiqué de synthèse	4
I. Les Très Petites Entreprises au cœur du système économique français	6
Un univers en constante évolution	6
Les TPE concentrent 34% des emplois en France	7
Les TPE qui travaillent en réseau se sentent mieux	8
II. L'étude : « Entrepreneurs et réseau : usages et attitudes » - présentation	10
III. Place des réseaux : le portail des entrepreneurs en réseau	12
Place des réseaux : des conseils pratiques, des méthodes et le partage de bonnes pratiques	12
Place des réseaux : un véritable centre de ressources	13
Le Pack Réseau proposé gratuitement et sans engagement	14
Le partenariat avec Viadeo (ex-Viaduc) pour développer rapidement son réseau relationnel	14
Les Conférences-Formation Réseau Relationnel et le programme Survey Coach ®	15
Le Congrès des réseaux sur le Salon des micro-entreprises	15
Les nouveautés 2007	15
Place des réseaux en chiffres	16
IV. Les témoignages : partager les bonnes pratiques comme les erreurs à ne pas commettre	17
V. Les fondateurs et les partenaires du site	21
La petite histoire... du Salon des micro-entreprises à Place des réseaux	21
Les fondateurs de Place des réseaux	21
Des partenaires prestigieux pour un site aux grandes ambitions	22



→ **Place des réseaux**, lancé en juin 2005, est LE portail Internet dédié à la démarche réseau des entrepreneurs. Il les aide à se développer grâce aux réseaux.

■ ■ ■ Le réseau, un levier de croissance de plus en plus reconnu

Les 2,5 millions de TPE françaises constituent l'essentiel du tissu économique français. Cependant, si les entrepreneurs sont ravis d'être indépendants, leur isolement les confine néanmoins dans un périmètre d'actions limité... Ces dirigeants sont par conséquent de plus en plus nombreux à **plébisciter une démarche réseau réfléchie comme véritable levier de croissance.**

Les TPE en France : chiffres « clé »

- 96% des 2,6 millions d'entreprises françaises.
- 1/3 des emplois en France.
- Parmi les 2,6 millions d'entreprises françaises :
 - Seules 4% des entreprises emploient plus de 20 salariés.
 - 39% des entreprises de 1 à 9 salariés.
 - 57% de ces entreprises n'ont pas de salarié.

Concrètement, la démarche réseau permet aux petites entreprises de :

- Partager les bonnes pratiques, leurs expériences et échanger des tuyaux.
- Mutualiser des efforts de prospection et trouver de nouveaux clients.
- Etoffer leurs offres de produits et services avec des partenaires aux compétences complémentaires.
- Couvrir un territoire géographique plus large.
- Répondre ensemble à des appels d'offres importants.
- Réduire leurs frais en mutualisant des ressources.

Pour autant, la compréhension de **l'intérêt de la démarche réseau ne détermine pas automatiquement sa mise en application directe.** L'étude « Entrepreneurs et réseau : usages et attitudes » (partie ci-dessous) illustre parfaitement ce phénomène.

■ ■ ■ Principaux résultats de l'étude « Entrepreneurs & réseau : usages et attitudes » menée en janvier 2007 (détails en partie II)

Réalisée par Place des réseaux en janvier 2007 auprès de 381 entrepreneurs, dirigeants de TPE et indépendants, cette étude s'est concentrée sur les attitudes des entrepreneurs par rapport à la démarche réseau et leurs usages actuels. Elle révèle de grandes tendances, notamment, une évolution des mentalités et des usages réseau depuis la première enquête menée en 2005.

L'intérêt de la démarche réseau est aujourd'hui majoritairement reconnu : 85% des dirigeants de TPE travaillent déjà leur réseau relationnel. En outre, des **collaborations informelles inter-entreprises permettent à 78% des répondants de partager de bonnes pratiques.**

41% des dirigeants intensifient leur démarche réseau en appartenant à des réseaux formels d'entreprises ou de dirigeants. 85% des dirigeants de TPE qui ne sont pas déjà membres d'un réseau formel souhaiteraient en rejoindre un. Et 56% d'entre eux déclarent ne pas avoir encore trouvé le bon réseau.

Plus le dirigeant s'investit dans les réseaux, plus il génère de chiffre d'affaires : 58% des dirigeants qui animent eux-mêmes un réseau dégagent plus de 10% de leur CA grâce au réseau.

Contre 43% de ceux qui font partie d'un réseau formel sans y tenir un rôle de leadership, et 14, 5% de ceux qui n'appartiennent à aucun réseau formel.

■ ■ ■ Place des réseaux, le portail de référence des entrepreneurs en réseau

Les résultats de l'étude confirment la valeur ajoutée que Place des réseaux peut apporter aux entrepreneurs. Le site Internet donne en effet les clés pour développer efficacement sa démarche réseau. Il propose également en accès libre le premier annuaire des réseaux de petites entreprises et d'indépendants, permettant aux dirigeants d'identifier les réseaux pertinents pour eux. L'entrepreneur peut ainsi en quelques clics accéder à une mine d'informations.

Place des réseaux en chiffres :

- A fin mai 2007, **100 000 dirigeants de TPE et indépendants sont abonnés à la lettre de Place des réseaux**
- Plus de **700 réseaux de petites entreprises et d'indépendants sont présentés dans l'annuaire des réseaux de Place des réseaux.**

→ Le portail s'articule autour de 6 parties principales :

- **La rubrique « Réseau Relationnel »** : méthodes et bonnes pratiques pour développer et entretenir son "réseau relationnel".
- **Les rubriques « Rejoindre un réseau », « Créer », « Animer et Développer » et « Comprendre les réseaux »** : conseils d'experts et témoignages pour développer sa démarche réseau à travers les réseaux formels d'entreprises et de dirigeants.
- **« L'annuaire des réseaux »** : plus de 700 réseaux de petites entreprises, d'indépendants, de créateurs d'entreprises identifiés à ce jour.
- **« L'agenda des réseaux »** informe des réunions et manifestations organisées par les réseaux de petites entreprises et d'indépendants. Cette rubrique est également un excellent moyen pour les animateurs de réseaux de faire connaître leurs événements.
- **Une rubrique entièrement consacrée à l'utilisation des technologies.**
- **Les Bonnes Affaires de Place des réseaux.**

→ **Un partenariat a été signé avec Viadeo (ex-Viaduc) pour permettre aux entrepreneurs de développer leur réseau relationnel en exploitant de manière efficace les contacts accessibles sur la plate-forme Viadeo via ses outils de mise en relation.**

→ **Le Pack Réseau : première étape pour permettre aux dirigeants d'initier une démarche réseau**

Les dirigeants de petites entreprises et les indépendants peuvent, via le site, commander et recevoir **gratuitement et sans aucun engagement le Pack Réseau** développé en partenariat avec Viadeo et les éditions Dunod. Il comprend :

- **La lettre mensuelle de Place des réseaux** : chaque mois les nouveaux articles parus sur le site et l'actualité des réseaux. La lettre a pour vocation d'informer les entrepreneurs des évolutions et initiatives des réseaux de TPE et d'indépendants et de continuer à les coacher dans leur démarche réseau.
- **Le guide « 10 conseils pour dynamiser votre réseau »**
Dès son inscription au Pack, le nouvel abonné reçoit ce premier outil indispensable au développement de son réseau relationnel. Le guide propose autant d'informations sous forme d'étapes clés et de trucs et astuces pour enrichir, optimiser, développer son réseau relationnel.
- **Le carnet « Comment accroître votre efficacité » publié par les Editions Dunod** : le résumé de 10 ouvrages de référence publiés par les éditions Dunod.
- **6 mois d'abonnement gratuit aux services Premium de Viadeo.**



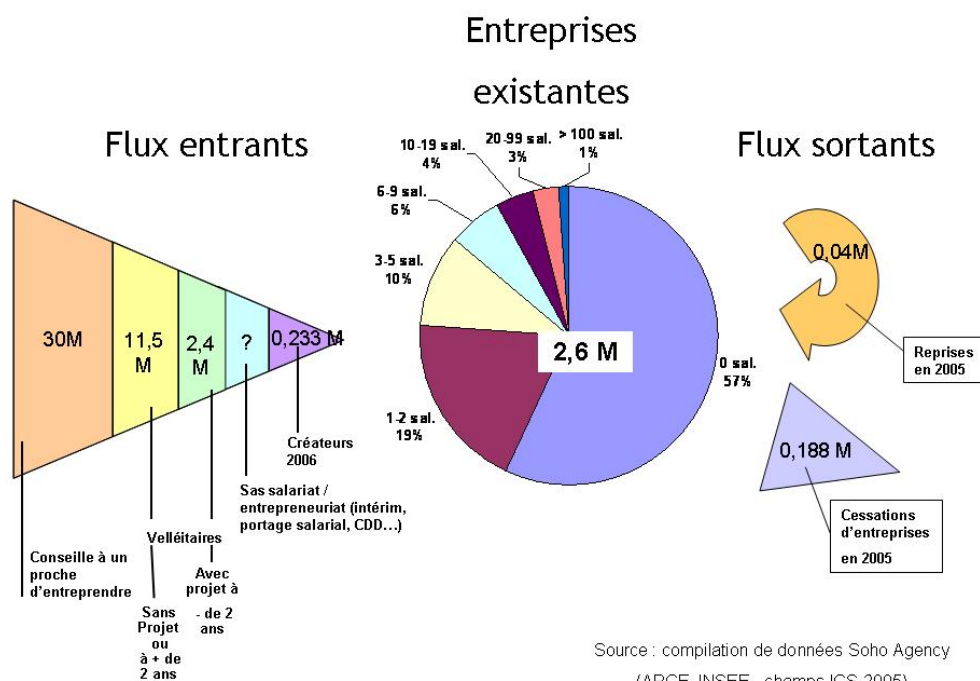
En France, les entreprises de moins de 20 salariés représentent 96% des 2,6 millions d'entreprises françaises. Multiples et uniques, ces Très Petites Entreprises sont dans certains cas freinées par leur taille. La démarche réseau se révèle ainsi être pour leurs dirigeants un outil indispensable pour développer, pérenniser leur entreprise et mieux la céder le moment venu.

■ ■ ■ Un univers en constante évolution

Le schéma ci-dessous représente l'univers des entreprises existantes. Il montre le poids des TPE ainsi que les différents flux qui viennent le modifier.

Le « stock » d'entreprises existantes :

- **augmente** par la création de nouvelles entreprises : **233 000 créations en 2006**. Le gouvernement a annoncé en décembre 2006 qu'un million d'entreprises avaient été créées depuis 2002.
- **est maintenu par la reprise d'entreprises existantes**. Dans les 10 ans à venir, près de 700 000 entreprises seraient à reprendre si l'on se base sur l'âge de leurs dirigeants¹. L'enjeu est d'autant plus important que les entreprises reprises ont en général une meilleure pérennité que les créations ex-nihilo.
- **est diminué par les cessations d'activité** : estimées à 188 000 en 2005 (soit 7 % du stock).



¹ Source : rapport sur « La transmission des PME artisanales, commerciales, industrielles et de services » du Conseil économique et social - 2004

Focus sur la création...

L'entonnoir de la création, présenté dans le schéma par un triangle renversé, offre un panorama des flux entrants. Ainsi, en France :

- 30 millions de personnes conseilleraient à un proche d'entreprendre.
- 11,5 millions de velléitaires déclarent envisager de créer un jour leur entreprise.
- 2,4 millions de personnes ont un projet d'entreprise plus ou moins identifié et envisagent de créer dans les deux prochaines années.
- Enfin, dans le sas du salariat à l'entrepreneuriat, se trouvent les personnes qui ne sont plus en fonction. Elles ont donc le choix entre retrouver un emploi, devenir salarié ou créer leur entreprise.

Au final... **233 000 personnes ont effectivement créé leur entreprise en 2006.**

Focus sur les cessations d'activité...

Les cessations d'activité sont le résultat de liquidations définitives d'entreprises (environ 20% des cas, soit 38 000 entreprises) mais également de l'arrêt « naturel » de l'activité économique de l'entreprise sur décision de son dirigeant (mise en sommeil, départ à la retraite du dirigeant, décès...).

50% des entreprises créées ne passent pas la barre des 5 ans d'existence. Ce chiffre important montre les difficultés auxquelles les dirigeants sont confrontés dans les premières années de vie de leur entreprise. La démarche réseau permet aux dirigeants de TPE nouvellement créées d'améliorer la pérennité de leur entreprise, en se faisant par exemple suivre par un réseau d'accompagnement à la création ou en rejoignant un club de créateurs. Ces réseaux permettent de bénéficier de l'expérience d'autres entrepreneurs et experts dans la phase critique de lancement de leur projet.

Focus sur les reprises d'entreprises...

Chaque année, des dirigeants décident de cesser leur activité faute de repreneur. L'enjeu « réseau » de la reprise est de porter à la connaissance d'un plus grand nombre de repreneurs potentiels les opportunités d'entreprises à céder.

■ ■ ■ Les TPE concentrent 34% des emplois en France

Ce n'est pas un hasard si les TPE ont été au cœur des mesures en faveur de l'emploi avec le Contrat Nouvelle Embauche. Elles représentent en effet un véritable poumon pour l'emploi en France.

Les TPE concentrent **34% des salariés du privé**. De plus, elles emploient les collaborateurs ayant quitté les grandes entreprises. Entre 1976 et 2005, le nombre de salariés employés par les entreprises de moins de 10 personnes a augmenté de 60%. Dans le même temps, le nombre de salariés des entreprises de plus de 500 personnes a diminué de 37%.

Ainsi, parmi les 2,6 millions entreprises françaises :

- Seules **4% des entreprises emploient plus de 20 salariés.**
- **39% des entreprises de 1 à 19 salariés.**
- **57 % de ces entreprises n'ont pas de salarié.**

D'autres phénomènes viennent également nourrir le développement des TPE : l'externalisation à laquelle les grandes entreprises ont de plus en plus recours en particulier dans le domaine des technologies de l'information ainsi que le développement de la sous-traitance.

Enfin, pour certains demandeurs d'emploi, la création d'entreprise devient le moyen de créer son activité. C'est le cas pour 36% des créateurs².

² Source APCE IFOP 2006

■ ■ ■ Les TPE qui travaillent en réseau se sentent mieux

Les TPE se heurtent bien trop souvent à l'adjectif « petit ».

Trop petites pour :

- Savoir tout faire et le faire bien (rappel : 57% des entreprises n'emploient aucun salarié).
- Etre référencées dans les appels d'offres importants et y répondre.
- Prendre en charge des projets lourds.
- Supporter seules la charge d'un salarié supplémentaire.
- Bénéficier des meilleures conditions commerciales.

Ainsi, leur petitesse et la fragilité qui en découle les confinent à l'isolement voire les marginalisent. Elles se retrouvent face à la concurrence de sociétés plus grandes qui déploient des moyens à la mesure de leur taille et devant lesquelles les TPE ne sont pas en mesure de rivaliser.

Parce que l'union fait la force, la démarche réseau est une solution qui s'impose naturellement aux TPE.

Elle permet de :

- **Se sentir moins isolé, partager des expériences, avoir une plus grande ouverture vers l'extérieur.**
- **Doper le développement commercial** pour mutualiser les charges des actions de prospection, organiser des actions de conquête et partager un fichier de prospection.
- **Mieux répondre à leurs clients** en élargissant les champs d'intervention (compétence ou géographie), ou en assurant une mission qui demande un accroissement temporaire de ressources.
- **Partager les ressources et mieux acheter** (compétences, savoir-faire, personnel) : mutualiser les investissements, grouper des achats de matériels ou encore partager des salariés (au sein d'un groupement d'employeurs par exemple).

D'ailleurs, nombreuses sont les TPE à avoir compris l'intérêt de travailler en réseau. En janvier 2007, une enquête pilotée par le site Place des réseaux révélait que **87% des dirigeants interrogés estimaient que travailler en réseau avec d'autres entreprises ou indépendants permet de développer son chiffre d'affaires.**

En conclusion...

Les 2,5 millions de TPE françaises représentent 96% des entreprises et concentrent à elles seules le tiers des emplois privés, les TPE constituent à ce titre une part essentielle du tissu économique français. Elles sont également reconnues **pour leur savoir-faire, leur agilité, leur réactivité et leur expertise métier.** Ces structures rencontrent cependant de nombreux freins les empêchant trop souvent de dépasser les cinq années d'existence. Enfin, si les entrepreneurs **revendiquent leur statut d'indépendance, leur isolement les confine néanmoins à un périmètre d'actions limité.** Ils sont par conséquent de plus en plus nombreux à plébisciter la démarche réseau. Ils souhaitent tout particulièrement développer des dynamiques inter-entreprises afin de rompre leur isolement et mutualiser leurs forces.

Pour autant, la compréhension de l'intérêt de la démarche réseau ne détermine pas automatiquement sa mise en application directe.

L'étude « Attitudes et usages réseaux » détaillée dans la partie II de ce dossier illustre parfaitement le phénomène.

La démarche réseau

Le réseau est aujourd'hui l'une des solutions qui s'impose comme un véritable levier de pérennisation et de développement de l'entreprise. La réussite passe de manière évidente par le développement de relations avec d'autres dirigeants et d'autres entreprises... Pour être plus visible, plus crédible, plus performant et progresser au contact des autres !

Ce que comprend la démarche réseau :

- Le réseau relationnel, à savoir les réseaux professionnel ET personnel du dirigeant.
- Les réseaux formels auxquels les dirigeants appartiennent : clubs services, clubs d'entreprises, clubs de dirigeants, clubs de créateurs, groupements d'achat et d'employeurs, syndicats professionnels...
- Les collaborations inter-entreprises ponctuelles ou durables.

Concrètement, la démarche réseau permet aux petites entreprises de :

- Partager leurs bonnes pratiques et leurs expériences.
- Trouver de nouveaux clients et mutualiser des efforts de prospection.
- Etoffer l'offre de produits et services avec des partenaires aux compétences complémentaires.
- Couvrir un territoire géographique plus important.
- Répondre à plusieurs à des appels d'offres plus importants.
- Réduire leurs frais en mutualisant des ressources.



Cette enquête se concentre sur les usages et attitudes réseau des dirigeants de petites entreprises. Elle met en lumière une **pratique réelle de la démarche réseau** notamment pour rompre la solitude du dirigeant et également trouver de nouveaux clients. Cette étude fait également émerger **des besoins encore non satisfaits** en termes de mutualisation des ressources et regroupement des achats.

Methodologie : cette étude a été réalisée par Place des réseaux en janvier 2007. 381 dirigeants de TPE et indépendants du secteur des services y ont participé (échantillon représentatif en taille de l'ensemble des sociétés de services). L'étude a été administrée par Internet.

→ **Les dirigeants de TPE valorisent leur indépendance mais souffrent d'isolement :**

- 91% des dirigeants sont ravis d'être indépendants.
- Ils sont également 92% à souhaiter pouvoir échanger plus souvent avec d'autres indépendants ou chefs d'entreprises afin de rompre leur isolement.

→ **L'intérêt de la démarche réseau est majoritairement reconnu :**

- 87% des dirigeants interrogés estiment que travailler en réseau avec d'autres entreprises ou indépendants permet de développer son chiffre d'affaires.
- 41% des dirigeants de TPE déclarent qu'ils ont toujours eu conscience de l'intérêt de la démarche réseau pour développer une entreprise.
- Pour certains, la prise de conscience est plus récente : 24% des répondants déclarent qu'elle date de 2006.
- Seuls 6% ne sont pas convaincus à date de l'intérêt de la démarche réseau.

→ **Les dirigeants de TPE travaillent déjà leur réseau relationnel :**

- 85% estiment qu'ils ont déjà un réseau relationnel mais souhaitent continuer à le développer.
- 68% d'entre eux estiment que leur carnet d'adresses leur permet déjà de développer leur business.
- 34% d'entre eux mettent fréquemment en contact leurs relations.

→ **Des collaborations inter-entreprises multiformes mises en pratique par certains :**

Les collaborations avec d'autres entreprises et indépendants permettent aux entrepreneurs de :

- Partager de bonnes pratiques (78% des répondants contre 56% en 2005).
- Trouver de nouveaux clients (74%).
- Mieux servir leurs clients actuels en leur proposant des compétences élargies (76%).

Au travers de leur démarche réseau, les dirigeants interrogés aspirent également à :

- Partager des collaborateurs (57% des répondants).
- Grouper leurs achats (51%).
- Partager des locaux (48%).
- Développer des relations avec d'autres sociétés ou indépendants qui joueraient le rôle d'apporteurs d'affaires (46%).

→ **Les dirigeants intensifient également leur démarche réseau en appartenant à des réseaux formels d'entreprises ou de dirigeants :**

Concrètement :

- 41% appartiennent à un réseau formel d'entreprises ou de dirigeants (clubs de dirigeants, clubs d'entreprises, clubs de créateurs, Clubs Services (Rotary, Lyons,...), groupements d'achats, associations locales de commerçants et d'artisans, groupements d'employeurs...).

- 37% des répondants appartiennent également à un syndicat professionnel et 29% participent à des forums d'échanges sur Internet ou des communautés en ligne.
- Parmi ceux qui appartiennent à un réseau, seuls 28% jouent un rôle d'animation. Un statut peu évident à assumer car l'animation d'un groupe de chefs d'entreprises et d'indépendants nécessite attention, écoute et diplomatie. Les décideurs, soucieux de leur autonomie et dotés de fortes personnalités, ont davantage l'habitude de travailler seuls que collectivement. Les chiffres de l'étude montrent néanmoins que l'implication au sein du réseau en accroît encore le bénéfice.

→ **85% des dirigeants de TPE qui ne sont pas déjà membres d'un réseau formel souhaiteraient en rejoindre un :**

Parmi eux :

- 50% estiment qu'il est difficile de trouver le bon réseau. Cette démarche est en effet complexe et nécessite d'identifier et de comprendre comment sélectionner celui qui sera le plus pertinent pour le dirigeant d'entreprise.
- 56% n'ont pas trouvé le bon réseau.

→ **Une implication « gagnante » : plus le dirigeant s'investit dans les réseaux, plus il génère de chiffre d'affaires :**

En termes de résultats tangibles, 37% des entrepreneurs interrogés dégagent plus de 10% de leur CA grâce à leur démarche réseau. Celui-ci varie selon que le dirigeant fait partie d'un réseau formel ou pas et augmente en fonction de son implication :

- Seulement 14,5% de ceux qui n'appartiennent pas à un réseau formel dégagent plus de 10% de leur CA grâce au réseau.
- 43% de ceux qui appartiennent à un réseau formel réalisent plus de 10% de leur CA grâce au réseau.
- Ce pourcentage augmente encore quand les dirigeants animent eux-mêmes un réseau : ils sont 58% à dégager plus de 10% de leur CA grâce au réseau.

En conclusion...

L'intérêt du travail en réseau n'est plus à démontrer pour les dirigeants de TPE et les indépendants aujourd'hui. Dans l'étude réalisée en janvier 2007, **85% des dirigeants de TPE estiment qu'ils ont déjà un réseau relationnel**. Conscients de la valeur ajoutée du réseau, ils sont de plus en plus nombreux à **souhaiter intégrer un réseau formel pour aller encore plus loin dans la démarche**.

Si les collaborations inter-entreprises leur permettent déjà de partager de bonnes pratiques et de trouver de nouveaux clients, les dirigeants de TPE sont nombreux à vouloir utiliser ces partenariats pour mutualiser des ressources et regrouper leurs achats. Les dirigeants interrogés souhaitent également développer des relations avec d'autres sociétés ou indépendants qui joueraient notamment le rôle d'apporteur d'affaires. **Le travail en réseau et les collaborations inter-entreprises sont ainsi plus que jamais identifiés comme de véritables leviers de développement.**

Dernier enseignement de l'étude : **plus le dirigeant s'investit dans les réseaux, plus il génère de chiffre d'affaires grâce à ces derniers. La participation active à un réseau est donc un vecteur de succès incontesté !**



Depuis juin 2005, Place des réseaux aide les dirigeants de TPE à développer leur entreprise grâce à la démarche réseau. Informer, guider et motiver en diffusant des informations claires, pragmatiques et utiles, telle est la mission que s'est donné Place des réseaux. Le centre de ressources de Place des réseaux permet également aux entrepreneurs d'avoir accès à leurs outils réseaux. L'objectif du site : permettre aux entrepreneurs qui le souhaitent de faire de la démarche réseau un véritable outil du développement de leur entreprise.

« L'enjeu pour Place des réseaux est de contribuer activement à une dynamique économique vertueuse car l'Union fait la force. Développer le travail en réseau au sein des TPE les aide à se pérenniser, à se développer et encourage la création d'emploi au sein de ces entreprises, » précise Alain Bosetti, Président de Place des réseaux, du Salon des micro-entreprises et du Salon des services à la personne.

Plus récemment, le site a développé un partenariat avec Viadeo (ex-Viaduc) afin de permettre aux entrepreneurs et indépendants d'étendre leur réseau relationnel grâce à cette plate-forme de mise en relation.

Place des réseaux organise parallèlement des Conférences-Formation pour aider les entrepreneurs à mieux utiliser leur réseau relationnel pour développer leurs entreprises. Enfin, dans le cadre du Salon des micro-entreprises, un cycle de conférences, appelé le Congrès des réseaux et entièrement dédié au réseau relationnel et aux réseaux de petites entreprises, est également développé en partenariat avec Place des réseaux.

Aujourd'hui, Place des réseaux s'inscrit comme LE site référence des dirigeants de petites entreprises qui souhaitent se développer grâce à la démarche réseau.

■ ■ ■ Place des réseaux : des conseils pratiques, des méthodes et le partage de bonnes pratiques

Le portail comprend une partie rédactionnelle nourrie en permanence de nouveaux sujets : des conseils pratiques pour développer sa démarche réseau :

- **Rubrique « Le réseau relationnel » :**
De nombreux articles et conseils permettent aux entrepreneurs de développer un véritable plan d'actions pour diagnostiquer, développer et dynamiser leur réseau relationnel.
- **Rubrique « Rejoindre un réseau » :**
Dans ce dossier, Place des réseaux s'adresse aux dirigeants qui souhaitent poursuivre leur démarche réseau en intégrant un réseau ou un club d'entrepreneurs ou de petites entreprises.
Ainsi, le site les guide sur :
 - ⇒ **Comment bien choisir un réseau.**
 - ⇒ **Comment le rejoindre, comment réussir son intégration au sein du réseau.**
- **Rubrique « Créer un réseau » :**
Sous forme de fiches pratiques, ce dossier guide étape par étape les visiteurs de Place des réseaux dans la création de leur propre réseau d'entreprises.
Cette rubrique permet également aux entrepreneurs de se renseigner sur les différents aspects juridiques de la création d'un réseau. Répondant à des questions telles que « quel statut choisir ? », « comment gérer la marque ? »...

- **Rubrique « Animer et développer un réseau » :**
Animer des électrons libres n'est pas évident. Les dirigeants de Très Petites Entreprises sont par définition *très indépendants*. Basé sur les meilleures pratiques d'animateurs de réseaux, ce dossier couvre techniques, trucs et astuces et conseils pratiques pour animer son réseau, son club ou son groupement.
- **Rubrique « Comprendre les réseaux » :**
Ce dossier éclaire et guide les entrepreneurs dans l'univers des réseaux et groupements d'entreprises. Il met notamment en avant tous les avantages du travail en réseau : trouver de nouveaux clients, partager des expériences, mieux acheter... Il explique également les différents types ou formes de réseaux existants.

■ ■ ■ Place des réseaux : un véritable centre de ressources

Au delà des conseils pratiques, Place des réseaux propose un véritable centre de ressources mis à disposition des entrepreneurs leur permettant notamment d'identifier et de rentrer en relation avec des réseaux existants.

- **L'annuaire des réseaux :**
Place des réseaux **a développé le seul annuaire de réseaux de petites entreprises et d'indépendants**. Cet annuaire permet à l'entrepreneur de découvrir des réseaux qui existent déjà et de faire une pré-sélection des réseaux qui l'intéressent. Libre à lui par la suite de contacter directement les animateurs de ces réseaux. **A ce jour, plus de 700 réseaux y sont profilés**. L'annuaire inclut également les réseaux d'accompagnement à la création et au développement des entreprises.

Pour chacun des réseaux présentés, l'internaute dispose :

- ⇒ **du nom du réseau** : club, groupement ou association
- ⇒ **d'informations géographiques**
- ⇒ **de la description du réseau et de ses objectifs**
- ⇒ **de ses domaines d'intervention**
- ⇒ **d'informations sur la nature de ses membres**
- ⇒ **des informations nécessaires pour contacter le réseau**
- ⇒ **des frais d'adhésion** s'il y en a

- **L'agenda des réseaux :**
L'agenda des réseaux informe des réunions et manifestations organisées par les réseaux de petites entreprises et d'indépendants. Cette rubrique est également un excellent moyen pour les animateurs de réseaux de faire connaître leurs événements.
- **Une rubrique entière consacrée à l'utilisation des technologies :**
A l'heure du Passeport pour l'Economie Numérique, le rôle des technologies dans le développement des petites entreprises n'est plus à démontrer. Dans cette rubrique, des conseils pratiques sont donnés sur l'utilisation optimale des technologies pour développer la notoriété de son réseau, la communication entre les membres du réseau et également, des astuces à partager avec son réseau.
- **Des Bonnes Affaires :**
Les partenaires de Place des réseaux mettent chaque mois à la disposition des entrepreneurs abonnés à la lettre des offres promotionnelles.

■ ■ ■ Le Pack Réseau proposé gratuitement et sans engagement

Les dirigeants de petites entreprises et les indépendants peuvent, via le site, commander et recevoir **gratuitement et sans aucun engagement le Pack Réseau** développé en partenariat avec Viadeo (ex-Viaduc) et les éditions Dunod. Il comprend :

- **La lettre mensuelle de Place des réseaux** : chaque mois les derniers articles et interviews parus sur le site et l'actualité des réseaux. La lettre a pour vocation d'informer les entrepreneurs des évolutions touchant aux réseaux collaboratifs et de continuer à les coacher dans leur démarche réseau.



- **Le guide « 10 conseils pour dynamiser votre réseau »**
Dès son inscription au Pack, le nouvel abonné reçoit ce premier outil indispensable au développement de son réseau relationnel. Le guide propose autant d'informations sous forme d'étapes clés et de trucs et astuces pour enrichir, optimiser, développer son réseau.



- **Le carnet « Comment accroître votre efficacité » publié par les Editions Dunod** : le résumé de 10 ouvrages publiés par les éditions Dunod.



- **6 mois d'abonnement gratuit aux services Premium de Viadeo** - cf. partie ci-dessous.

■ ■ ■ Le partenariat avec Viadeo (ex-Viaduc) pour développer rapidement son réseau relationnel

Afin de permettre aux entrepreneurs de développer leur réseau, **Place des réseaux et Viadeo ont signé un partenariat** en septembre 2006 s'inscrivant dans une **logique de service global**.

En effet, cette association basée sur des synergies évidentes et la complémentarité de leur savoir-faire permet aux entrepreneurs de bénéficier des nombreux conseils proposés gratuitement par Place des réseaux et d'exploiter de manière efficace le réseau de Viadeo via ses outils de mise en relation.

Les abonnés à la lettre de Place des réseaux qui ne sont pas encore membres de Viadeo bénéficient de 6 mois d'abonnement au service Premium de Viadeo gratuitement et sans aucun engagement. Soit 78.9 euros TTC d'économie. (Offre limitée dans le temps).

Le site Viadeo propose plus particulièrement à ses membres de mettre en ligne leur profil, sorte de fiche d'identité électronique et d'inviter les membres de leurs réseaux à les rejoindre sur la plateforme. Le fonctionnement est basé sur le principe « les contacts de mes contacts sont mes contacts ». En effet, chaque membre peut demander à rentrer en contact avec un autre membre de la plateforme, cette demande de mise en relation pourra être « passée » à l'un des membres de son réseau direct qui pourra lui-même la passer à un membre de son propre réseau. Et ainsi de suite, jusqu'à ce que cela atteigne la bonne personne. Pour permettre à ses membres d'identifier des contacts utiles pour eux, Viadeo met également à leur disposition un moteur de recherche multi-critères permettant de réaliser des requêtes particulières parmi le million de membres enregistrés sur la plate-forme.

Le site permet de :

- **Nouer des contacts.**
- **Trouver des clients ou des partenaires.**
- **Echanger sur tous les sujets intéressants.**

- **Diffuser ses offres d'emploi.**
- **Organiser des rendez-vous et des événements.**

Lancé en juin 2004 par Dan Serfaty et Thierry Lunati, **Viadeo est le premier réseau français de mise en relation professionnelle.** Le site permet avant tout d'enrichir et de cultiver son réseau de relations professionnelles. Il permet par conséquent d'augmenter ses opportunités de business et de partenariat. **Avec plus d'un million de membres, Viadeo est aujourd'hui la plus importante plateforme de mise en relation professionnelle en France.**

■ ■ ■ **Les Conférences-Formation Réseau Relationnel et le programme Survey Coach ®**

Place des réseaux organise régulièrement des Conférences-Formation animées par Alain Bosetti sur le thème « **Développez votre business grâce à votre réseau relationnel !** »

Une demi-journée pour apprendre toutes les techniques pour dynamiser son activité grâce à son réseau relationnel. La conférence se termine par un Speed Business Meeting pour une mise en pratique immédiate de certains enseignements. Enfin, les participants sont suivis via le programme Survey Coach les incitant à mettre immédiatement en pratique certains enseignements et à développer de bonnes habitudes. De manière hebdomadaire et pendant un mois, les participants reçoivent leur Feuille de Route Réseau contenant leurs exercices de la semaine et les résultats des actions mises en œuvre la semaine précédente afin d'évaluer leur pratique réseau par rapport aux autres participants.

Le prix est de 45 euros TTC par personne (Conférence-Formation + Speed Business Meeting + Survey Coach)

*Survey Coach est une marque déposée de en Personne.
Speed Business Meeting est une marque déposée de Planète micro-entreprises.*

■ ■ ■ **Le Congrès des réseaux sur le Salon des micro-entreprises**

Depuis 2005, Place des réseaux organise sur le **Salon des micro-entreprises** des **conférences dédiées aux différents aspects de la démarche réseau.** Le salon se tient chaque année au Palais des Congrès. La prochaine édition aura lieu du 9 au 11 octobre 2007.

Ces conférences offrent une compréhension essentielle à ceux qui souhaitent utiliser les réseaux pour développer leur activité.

En 2006 se sont tenues des conférences telles que « **Comment rompre l'isolement du chef d'entreprise grâce aux réseaux ?** » ou « **Comment progresser et faire progresser son entreprise en adhérant à un réseau de dirigeants ?** ». Cette dernière conférence a permis, par exemple, de découvrir comment les clubs de dirigeants tels que le CJD, l'APM ou le DCF pouvaient aider le chef d'entreprise à rompre son isolement, facilitaient le partage d'expériences entre dirigeants, jouaient un rôle dans leur formation et les aidaient à développer leur business. Lors de cette conférence, les intervenants ont également donné des conseils pratiques pour bien choisir son club.

■ ■ ■ **Les nouveautés 2007**

Place des réseaux organise la première Semaine des Entrepreneurs en Réseau !

Du 17 au 22 septembre 2007, à travers toute la France, Place des réseaux encourage les réseaux, clubs et groupements d'entreprises à se réunir à l'occasion de la première Semaine des Entrepreneurs en Réseau ! Les entrepreneurs sont invités à se retrouver dans le cadre de rencontres informelles, pour le plaisir d'entretenir des liens, d'en créer de nouveaux et d'échanger autour d'expériences communes avec des entrepreneurs de leur ville.

L'objectif de la Semaine des Entrepreneurs en Réseau est de valoriser au niveau national le rôle des réseaux de petites entreprises et d'indépendants dans le développement des petites entreprises. Mais

aussi de montrer que l'Union fait la force parmi les entrepreneurs. On évoque souvent les clubs exclusifs et les think tanks auxquels appartiennent les dirigeants des grandes entreprises. La Semaine des Entrepreneurs en Réseau a pour vocation de faire savoir que les dirigeants de petites entreprises travaillent ensemble de manière de plus en plus structurée. Il est donc logique que Place des réseaux initie un tel événement pour la première fois en France.

Semaine des Entrepreneurs en Réseau est une marque déposée de Planète micro-entreprises.

Conférence-Formation « Comment animer un club ou groupement d'entreprises ? »

Autre nouveauté 2007 : Place des réseaux organise pendant une journée une Conférence-Formation inédite et exclusivement réservée aux animateurs de réseaux, clubs et groupements d'entreprises (présidents de clubs, membres des bureaux).

Les temps forts de cette journée :

- Trois conférences animées par des experts et des animateurs de réseaux sur des sujets touchant aux enjeux clés de l'animation, à la fidélisation des membres et aux différents types de partenariat.
- Trois ateliers de partage d'expérience sur l'animation du réseau, la communication et le financement.
- Deux séances de Speed Business Meeting® pour créer des liens entre les participants.

■ ■ ■ Place des réseaux en chiffres...

A fin mai 2007, 100 000 dirigeants et indépendants étaient abonnés à la lettre de Place des réseaux³.

Plus de 700 réseaux de petites entreprises et d'indépendants sont présents dans l'annuaire des réseaux de Place des réseaux.

³ Recensement réalisé fin 2006



Isabelle Caillé

Conseil en communication d'entreprise, membre du CEPR et co-organisatrice des Trophées des Clubs Entreprises

■ ■ ■ Isabelle Caillé en quelques mots...



De formation universitaire (philosophie et musicologie à la Sorbonne) doublée d'une formation en informatique de gestion au CNAM (1982), Isabelle Caillé a multiplié les expériences professionnelles, de la multinationale américaine jusqu'à la très petite entreprise. Son mot d'ordre : l'éclectisme. En 2002, elle devient Conseil en communication d'entreprise. Ce statut libéral lui permet de s'affranchir de Paris pour rejoindre la Bretagne, son coup de cœur.

Présentation du réseau :

Club d'Entreprises du Pays de Rance

Implantation : Dinan (22)

Date de création : 2000

Nombre de membres : 114

Cotisation : 150 euros

Forme juridique : association

Site web : www.cepr-dinan.com

■ ■ ■ Son réseau en bref...

Le CEPR (Club d' Entreprises du Pays de Rance), créé en 2000, compte aujourd'hui 114 entreprises adhérentes dans tous les secteurs d'activité.

Basé à Dinan (Côtes d'Armor), le club rayonne sur le territoire « pays de Rance » et inclut des entreprises d'Ille et Vilaine.

De manière générale, le CEPR favorise la diffusion d'informations entre les membres, la formation permanente si nécessaire et la mise en œuvre de services d'intérêts communs de nature à soutenir le développement économique du Pays de Rance et la réussite des entreprises adhérentes.

Isabelle Caillé rejoint le réseau en 2005. Installée depuis deux ans en Bretagne, elle poursuit alors son activité avec ses clients parisiens. Elle décide d'adhérer à ce club dans l'objectif d'entrer directement en contact avec les entreprises et les institutions locales, de connaître leur fonctionnement et de se faire connaître au travers d'une opération à forte visibilité.

Dès son arrivée, elle s'intéresse au projet «Trophées des Clubs Entreprises ». Isabelle Caillé coordonnera cette première édition qui aura fédéré un grand nombre d'entreprises, d'organismes et de collectivités territoriales. « Par rapport à mes expériences antérieures de montage de projet, j'ai pu mesurer un formidable effet de levier, d'adhésion et de mobilisation. Une excellente capacité d'engagement des partenaires a répondu à l'audace du CEPR de monter une première édition nationale. J'ai découvert une très forte réactivité à l'échelle de la ville, du département et de la région. J'aurais eu plus difficilement accès à ces structures sous ma seule étiquette d'entreprise libérale, » souligne-t-elle.

A travers son expérience d'implantation en région, le réseau a constitué pour cette indépendante un véritable creuset de talents et d'énergies. Selon elle, « le réseau est clairement un accélérateur relationnel. Il est néanmoins nécessaire de le rejoindre avec un « bon » esprit. Il s'agit avant tout de relations humaines sur le principe de l'auberge espagnole : on y trouve ce qu'on y apporte ! Pour les TPE, il constitue le vecteur privilégié d'une culture d'entreprise, d'autant plus intéressante qu'il s'agit d'une culture inter-entreprises. Ce sont justement les TPE qui font le tissu des réseaux d'entreprises territoriaux. Le réseau favorise, par la démultiplication des énergies, l'émergence de projets d'envergure. Il permet d'oser entreprendre, ou plus simplement de faire entendre la voix des petites

entreprises, d'instaurer le dialogue avec les pouvoirs publics voire d'influer sur la politique de développement local. »

■ ■ ■ Le mot de la fin...

Un conseil pour tous ceux qui souhaitent rejoindre un réseau, « *il est nécessaire de proscrire une attitude strictement « consommatrice » de contacts. Je conseille par exemple d'entrer dans un réseau avec une contribution directe - à un projet, à une commission. Un réseau réclame de ses adhérents du temps et de l'énergie, et confère en retour un esprit de solidarité* ». Et d'ajouter « *un réseau est une entité biologique en perpétuel mouvement.* »

Michel Mammeri

Directeur Général de Wistel et membre du Club des Créateurs et des Entreprises Nouvelles de Seine Saint Denis (CCEN 93)

■ ■ ■ Michel Mammeri en quelques mots...



Investi depuis plus de dix ans dans des fonctions commerciales pour le compte des Pages Jaunes, France Télécom EGT et Dolphin Télécom, Michel Mammeri participe au développement de Bizzgo, une société spécialisée dans les réseaux sans fil Wifi, puis il crée une société spécialisée

dans la formation commerciale. En 2004, il regroupe toutes ses entités et crée Wistel avec des associés rencontrés dans son réseau de contacts. La société développe plusieurs activités au sein de deux entités distinctes en France et en Afrique de l'Ouest :

- Opérateur de géolocalisation et installateur agréé :

www.winfleet.fr

- Conseil en télécommunications d'entreprises (Voip, Téléphonie Mobile, réseaux sans fil) :

www.wistel.fr

Cette entité comprend par ailleurs un département dédié aux formations commerciales et techniques, au coaching personnalisé et une cellule recrutement.

Présentation du réseau :

Club des Créateurs et des Entreprises Nouvelles de Seine Saint Denis (CCEN 93)

Activité : Mise en réseau et accompagnement pour des dirigeants de jeunes entreprises (- de 4 ans) et des créateurs. **Implantation :** Seine Saint Denis et environs 93

Date de création : 2004

Nombre de membres : 65

Cotisation annuelle : 50 € pour les créateurs et 85 € pour les entreprises de moins de 4 ans

Forme juridique : néant

Site web : www.ccip93.ccip.fr

Rubrique : Club Jeunes Entreprises

■ ■ ■ Son réseau en bref...

Le « Club des Créateurs et des Entreprises Nouvelles » se situe sur le département de la Seine Saint-Denis au siège de la CCIP 93 à Bobigny. Créé en 2004, il se compose d'entreprises de moins de quatre années d'ancienneté, créations ou reprises. Actuellement, le club recense plus de 65 sociétés référencées.

Michel Mammeri est adhérent du CCEN 93 depuis un an. A ce titre, il contribue au choix des sujets abordés dans le cadre des réunions thématiques mensuelles et anime certaines sessions.

En rejoignant le CCEN 93, Michel Mammeri a souhaité mettre en place une stratégie relationnelle structurée de manière à échanger, bénéficier des compétences et expériences des différents membres du réseau, et à élargir son champ d'action. Grâce au dispositif d'accompagnement, le réseau lui permet également de s'informer des aides financières existantes, notamment dans le domaine de la prospection à l'international (AREX) et de profiter des services et des formations dispensées par la CCIP. Il lui offre enfin la possibilité de bénéficier des programmes régionaux tels que Cap Entreprise pour la formation du chef d'entreprise et de découvrir des nouveaux marchés à l'international dans le cadre de rencontres organisées avec des représentants locaux.

■ ■ ■ Le mot de la fin...

Selon Michel Mammeri, « *un jeune créateur qui ne tisse pas un réseau de contacts va vite se retrouver seul dans sa problématique de gestion d'entreprise après la phase de motivation initiale !* » Il est donc important de pouvoir s'appuyer sur des retours d'expériences d'autres jeunes créateurs et d'identifier notamment leurs écueils. Et d'ajouter : « *c'est par ailleurs un excellent moyen d'ouvrir son champ de vision des affaires et de faire connaître son offre. Grâce à mon réseau, j'ai pu lancer une action à l'international en participant au salon FIDAK 2006 au Sénégal. La CCIP m'a permis de faire financer à 50% les frais de stand, grâce à l'aide de la Région Ile de France (AREX SALON)* »

Ce jeune créateur précise qu'« *il est nécessaire de ne pas négliger le soutien moral qu'un réseau apporte. Deux hommes qui échangent un euro, repartent chacun avec un euro. En revanche, deux hommes qui échangent une idée, repartent chacun riches de deux idées* ».

Michel Mammeri préconise enfin d'intégrer cette démarche en amont de son business plan, de ne pas négliger le temps de la réflexion, de s'ouvrir aux autres et d'avoir soif d'apprendre et de comprendre. Il revendique le fait de ne pas seulement penser au réseau comme une source de business mais au contraire de l'aborder comme un levier dans sa stratégie d'entreprise. Il conclut en soulignant « *qui ne croit pas au réseau, investit dans l'ignorance !* »

Frédéric Le Bihan

Fondateur du réseau de Consultants de l'Ecole Française de l'Heuristique

■ ■ ■ Frédéric Le Bihan en quelques mots...



Ayant pratiqué pendant plus de quinze ans le management et la formation dans le secteur de la bancassurance, Frédéric Le Bihan intervient depuis 2000 en qualité de Consultant Formateur dans les entreprises sur les thèmes suivants :

- Cartographie de l'information
- Management
- Communication
- Créativité et Résolution de problème
- Gestion de projet
- Ingénierie pédagogique

Présentation du réseau :
Consultants de l'Ecole Française de l'Heuristique
Activité : formation et partage de connaissance autour de la méthode heuristique
Implantation : nationale
Date de création : 2004
Nombre de membres : 20
Cotisation : formation initiale payante
Forme juridique : l'EFH est une entreprise qui fédère un réseau de consultants
Site web : www.efh.fr

S'appuyant sur la méthode heuristique, Frédéric Le Bihan a modélisé une démarche susceptible de faciliter la gestion de situations complexes. Cette méthode permet notamment de résoudre des problèmes, mémoriser, prendre des décisions ou tout simplement apprendre.

Diplômé de l'enseignement paramédical, Frédéric Le Bihan enseigne par ailleurs à l'ESIEE en Master en intelligence scientifique technologique et économique, à l'Institut Français de la Mode et à l'ENSAM (Ecole Nationale Supérieure des Arts et Métier).

■ ■ ■ Son réseau en bref...

En 2004, Frédéric Le Bihan crée l'Ecole Française de l'Heuristique (EFH) et constitue par la même un réseau de Consultants Formateurs à qui il enseigne sa propre méthode. Tête pensante du réseau, il anime les activités et les projets du réseau. Un objectif : promouvoir et développer cette méthode de consulting qu'il revendique fortement.

A ce jour, l'Ecole Française de l'Heuristique réunit 12 Consultants indépendants et le réseau, constitué de 20 membres non sociétaires de l'EFH tels que des Universitaires, des Chercheurs, des Responsables RH ou même des Consultants.

Le réseau permet à ses membres de se former à l'Heuristique. Il permet également d'étendre la méthode à d'autres domaines grâce au partage de savoir-faire et à la réflexion commune engagée dans ce sens.

Autre bénéfice notable, le réseau permet de proposer à des entreprises clientes un nombre de formations plus important grâce au nombre croissant de consultants fédérés. A titre d'exemple, Frédéric Le Bihan a encadré une centaine de Consultants pour une intervention au Conseil Européen.

■ ■ ■ Le mot de la fin...

« J'ai fait délibérément le choix de créer cette école et ce réseau, et de former des Consultants à ma méthode. Par ce biais, mes concurrents sont devenus mes partenaires. Cela me permet de gagner des marchés que je n'aurais pas pu honorer en étant isolé, » souligne Frédéric Le Bihan.



■ ■ ■ La petite histoire... du Salon des micro-entreprises à Place des réseaux

L'univers entrepreneurial est hétérogène et complexe à appréhender. Bien souvent, les dirigeants de Très Petites Entreprises se sentent *mal aimés* et *mal servis*. Fort de ce constat est né en 1999 le Salon des micro-entreprises. Ce dernier accueille chaque année des dizaines de milliers de dirigeants de TPE.

Le succès du salon, qui est le seul événement national aujourd'hui à s'adresser exclusivement aux créateurs et dirigeants de TPE (0 à 20 salariés), confirme la volonté de ces petites entreprises ou structures naissantes de travailler activement à leur développement.

Dès 2000, Alain Bosetti, Président du salon, a l'intuition que la démarche réseau joue un rôle important dans le développement des petites entreprises. Ce sentiment est confirmé par les résultats d'études menées auprès des visiteurs du salon.

La nécessité de développer leur réseau relationnel et d'appartenir à un réseau d'entreprises pour ces dirigeants apparaît alors évidente. Pourtant, se mettre en réseau requiert une certaine expérience, des conseils, des outils, mais aussi des exemples de ce qui fonctionne bien ailleurs. Ceux qui travaillent déjà en réseau souhaitent accroître leur activité réseau pour en optimiser les résultats et ceux qui ne travaillent pas en réseau, aimeraient comprendre comment ils peuvent démarrer... Forte de son expérience, l'équipe en charge du salon décide de mettre en place un site Internet qui conseille ces chefs d'entreprises dans tous les aspects du travail en réseau mais aussi leur permet de rentrer en relation avec des réseaux de TPE déjà existants.

■ ■ ■ Les fondateurs de Place des réseaux

Les trois fondateurs de Place des réseaux sont Alain Bosetti, Président, Mark Lahore, Directeur Editorial et Valérie March, Directeur Marketing.

En 1996, Alain Bosetti et Mark Lahore créent la première agence en marketing et communication spécialiste du marché des petites entreprises, **Soho Agency**, qui exerce quatre activités : études, conseils, communication opérationnelle et partenariats. Ils ont ainsi acquis une expérience sur plusieurs marchés : PME-TPE, téléphonie, Internet, création d'entreprise, reprise, développement... autant de domaines de compétences qu'ils mettent à profit pour le site de Place des réseaux.

En 1999, ils créent, avec 2 autres associés, Marie-Pierre Doré et Serge Eberhardt, la société Planète micro-entreprises, organisatrice du **Salon des micro-entreprises**. L'aventure du salon leur a permis de maîtriser parfaitement les besoins, les attentes et les objectifs des TPE. Le salon est aujourd'hui un véritable succès.

En juin 2005, ils lancent le site **Place des réseaux**.

Puis en 2007, Planète micro-entreprises lance un nouveau salon : le **Salon des Services à la Personne**. Cette première édition aura lieu du jeudi 29 novembre au samedi 1^{er} décembre 2007 au CNIT Paris La Défense. Les organisateurs du salon ont pour ambition de créer avec ce salon l'événement national des services à la personne afin de contribuer à dynamiser et valoriser ce secteur.

www.salon-services-personne.com

■ ■ ■ Des partenaires fondateurs prestigieux pour un site aux grandes ambitions

A la hauteur du défi que s'est fixé Place des réseaux... devenir LE site de référence des indépendants et des TPE, se sont associés des partenaires fondateurs prestigieux... pour un portail aux grandes ambitions.

Bouygues Telecom

Sa volonté de s'engager aux côtés de Place de réseaux

Bouygues Telecom Entreprises est convaincue que le partage de ressource et que le travail en réseau grâce à Internet apporte une gestion optimisée des affaires et des opportunités de développement aux TPE. Grâce à son partenariat avec Place des réseaux, Bouygues Telecom Entreprises propose aux TPE des offres spéciales répondant à leurs besoins quotidiens, des newsletters régulières et parraine des dossiers d'informations.

« Depuis sa création, l'innovation et le développement des petites entreprises restent au cœur des priorités de la branche Entreprises de Bouygues Telecom » déclare Richard Viel Directeur Général Entreprises et International.

A propos de Bouygues Telecom

« Devenir la marque préférée de service de communication mobile » est l'ambition de Bouygues Telecom pour toujours mieux accueillir et servir ses 8 722 000 clients. Créatrice du Forfait en France en 1996, l'entreprise a lancé les services i-mode® en novembre 2002. A ce jour, i-mode a séduit 1 707 000 clients dont plus de 500 000 équipés d'un téléphone Haut Débit. Accessibles à plus de 91% de la population grâce au réseau national Haut Débit Edge, ces nouveaux services connaissent un grand succès. Bouygues Telecom propose également aux entreprises et aux professionnels une gamme complète de services Haut Débit.

A propos de Bouygues Telecom Entreprises

Bouygues Telecom Entreprises déploie, depuis 1997, une activité entièrement dédiée aux entreprises et professionnels. Plus de 150 000 entreprises, professionnels et 180 grands comptes (BNP, EDF, Douanes, Danone, IBM, Microsoft, Géodis, l'Insee, Compass, ESF...) lui font aujourd'hui confiance. L'ambition de cette direction est de concevoir et de commercialiser des offres innovantes dans le domaine de la voix (forfaits individuels ou flottes avec mutualisation du volume de communication, à la seconde, option pro-perso, offre interne illimitée...) et des échanges de données adaptés aux différents métiers «mobiles» de l'entreprise : commercial, techniciens de maintenance, logistique, transport

...
Les 120 commerciaux constituent les interlocuteurs privilégiés des clients de Bouygues Telecom Entreprises, de la PME ou grand compte. En complément, plus de 350 distributeurs de proximité et une dizaine d'enseignes nationales de la grande distribution commercialisent les offres pour TPE et professionnels (artisans – commerçants et professions libérales).

Bouygues Telecom est un acteur particulièrement dynamique sur le marché de la data, grâce aux performances de son réseau Edge et aux partenariats établis avec les acteurs data de référence. L'accès en mobilité à la messagerie, à l'annuaire, la mise en mobilité d'applications métiers sont quelques exemples de ces nouveaux services mobiles, accessibles sur téléphones i-mode, PDA ou PC communicants. Bouygues Telecom offre. Les collaborateurs nomades des entreprises clientes se connectent à Internet, à leur intranet, grâce à la carte PCMCIA et ou depuis plus de 11 500 hot spots Wi-Fi en France et dans le monde. La Direction Entreprises et Professionnels de Bouygues Telecom se positionne également sur le marché de la géo-localisation, des objets communicants ou encore des services Push To Talk.

www.bouyquestelecom.fr

Chronopost International

Depuis sa création, outre son positionnement fort auprès des grandes entreprises, Chronopost a toujours eu la vocation d'accompagner les petites entreprises dans leur développement : nouveaux services express plus économiques, solutions spécifiques (Prêt-à-Expédier, Kit Lib'Express, emballages adaptés) Tout récemment Chronopost a lancé un canal de vente en ligne permettant aux

petites entreprises de préparer et payer leurs colis sur www.chronopost.fr. De plus, Chronopost renforce encore sa proximité vis à vis de cette cible avec la création en janvier 2007 de Chrono Relais, réseau de 3000 points en France (essentiellement des buralistes) permettant la mise à disposition et le dépôt de colis. Cet engagement a permis à Chronopost de gagner la confiance des petites entreprises, puisque plus de 350 000 d'entre elles font appel à nos services.

Chronopost est convaincu que le travail en réseau est un levier essentiel de développement pour toutes les petites entreprises. En se regroupant, celles-ci augmentent leurs opportunités commerciales et peuvent mieux répondre aux attentes de leurs clients. Pour le leader français de l'express, son activité le place par nature au coeur même des nouveaux échanges générés par les réseaux. Éric Sainte-Claire Deville, Directeur Marketing et Communication de Chronopost, précise « *Le principe même du travail en réseau repose sur l'échange : échange d'idées, de bonnes pratiques, d'informations... Mais même si l'utilisation des nouvelles technologies a considérablement fait évoluer cette notion d'échanges, l'échange physique reste omniprésent : la livraison d'un client ou d'un partenaire reste le dernier maillon. Qui mieux que Chronopost peut se charger de cela ?* »

Place des réseaux cadre parfaitement avec les objectifs de Chronopost qui a donc décidé de soutenir son activité et son développement en devenant Partenaire Fondateur.

A propos de Chronopost

Société anonyme filiale à 100% de GeoPost, holding regroupant tous les opérateurs colis du Groupe La Poste, Chronopost s'est rapidement imposé comme un spécialiste européen du transport et de la livraison express des colis jusqu'à 30 kg en France et à l'étranger.

20 ans après sa création, Chronopost dessert aujourd'hui, grâce à son réseau, 230 pays et territoires dans le monde. Chronopost transporte chaque jour plus de 240 000 colis et a réalisé un chiffre d'affaires de 615 millions d'euros.

Microsoft

Diriger une petite entreprise est un défi permanent ! Microsoft se donne pour mission d'aider l'entrepreneur à y faire face, en lui fournissant des outils et des ressources utiles au quotidien.

Le travail en réseau constitue incontestablement une bonne pratique d'affaires, que Place des Réseaux se propose de démocratiser grâce à Internet. Dès son lancement, Microsoft a donc souhaité s'associer à cette initiative. Partenaire fondateur, Microsoft fournit à Place des Réseaux le meilleur des technologies, pour contribuer à en faire rapidement un site de référence, consulté avec profit par les entrepreneurs les plus dynamiques.

Les technologies de l'information et de la communication sont un des moteurs de la croissance et du développement des PME en France. Mobilité, flexibilité, performance, liberté... Le potentiel est infini, les solutions existent et sont désormais très abordables. Mais pour l'entrepreneur, il s'agit souvent d'un univers complexe. Pour répondre à ses besoins propres, comment faire le bon choix ? Comment mettre en œuvre les solutions ? Comment tirer le meilleur parti de son investissement ?

Le site Microsoft Entrepreneur décrypte pour les membres de Place des réseaux les nouvelles technologies. Il leur permet notamment de devenir plus autonome dans leurs choix et de dialoguer en connaissance de cause avec son réseau de partenaires spécialisés.

A propos de Microsoft

Fondée en 1975, Microsoft (cotée au NASDAQ sous le symbole MSFT) est le leader mondial du logiciel pour micro-ordinateurs. La société développe et commercialise une large gamme de logiciels, accessoires et services à usage professionnel et domestique. Ceci pour permettre à chacun d'accéder à la puissance de l'informatique depuis n'importe quel endroit et à n'importe quel moment, en utilisant l'outil numérique de son choix connecté à Internet. Créée en 1983, Microsoft France emploie près de 1000 personnes. Depuis le 1er février 2005, la Direction Générale est assurée par Eric Boustouller. Pour en savoir plus : <http://www.microsoft.com/france>

VISA BUSINESS

A propos de VISA BUSINESS

Carte Bleue est le premier système de paiement par cartes bancaires en France avec plus de 60% de parts de marché. Aujourd'hui, 59% des Français de plus de 18 ans possèdent une carte de la gamme Carte Bleue. Le poids de Carte Bleue est particulièrement significatif dans le domaine des cartes bancaires destinées à la clientèle entreprises avec près de 70% de parts de marché.

La gamme Carte Bleue se compose aujourd'hui de 17 produits dont 6 dédiés aux entreprises : la gamme VISA BUSINESS pour les petites entreprises et les professionnels et la gamme VISA AFFAIRES pour les moyennes et grandes entreprises.

VISA BUSINESS, bien plus qu'un moyen de paiement

Les cartes de la gamme VISA BUSINESS sont des cartes bancaires internationales conçues pour répondre spécifiquement aux besoins des indépendants et des TPE. VISA BUSINESS permet à un patron de TPE, un professionnel du secteur libéral, un artisan ou encore un commerçant de régler toutes les dépenses liées à son activité professionnelle (faire son plein d'essence, inviter son client au restaurant, régler sa note d'hôtel, acheter ses fournitures ou biens d'équipement ...)

Au-delà des fonctions de paiement et de retrait de la carte directement rattachée au compte de l'entreprise, VISA BUSINESS permet de bénéficier de services qui accompagnent et aident les professionnels dans leur activité quotidienne.

- VISA BUSINESS permet de distinguer dépenses personnelles et professionnelles avec un relevé de dépenses carte dédié qui fait gagner du temps dans la gestion administrative.
- VISA BUSINESS inclut une offre d'assurances et d'assistance complète qui couvre à la fois la personne et les outils de travail et permet au professionnel d'exercer son activité en toute sécurité.
- Posséder une carte de la gamme VISA BUSINESS donne accès à une offre Partenaires composée de services et de conditions tarifaires spécifiques dans des secteurs comme la location de véhicules, les achats de fournitures de bureau ou de matériel informatique, les envois express, la téléphonie mobile, le télé secrétariat ...

Une gamme adaptée à tous les besoins

La gamme VISA BUSINESS est composée de trois produits adaptés aux besoins de tous les professionnels.

- VISA BUSINESS Electron est la carte du créateur d'entreprise soucieux de gérer au plus juste ses dépenses.
- VISA BUSINESS est la carte de l'entrepreneur qui souhaite disposer d'une solution de règlement pour toutes ses dépenses professionnelles.
- VISA Gold BUSINESS est la carte du patron de TPE qui souhaite disposer de prestations haut de gamme associées à son outil de paiement.

Le plus grand réseau de paiement s'associe à Place des réseaux

Accompagner et aider les professionnels dans leur activité quotidienne, c'est également anticiper les tendances de leur marché et s'investir dans les projets qui leur permettront d'améliorer leurs pratiques, de se développer et de pérenniser leur entreprise. Ce n'est donc pas un hasard si deux professionnels sur trois équipés d'une carte de paiement professionnelle ont fait le choix d'une carte Visa Business...

A ce titre, VISA BUSINESS est fier de s'associer à l'initiative Place des réseaux pour offrir aux entrepreneurs un espace d'échanges et de rencontres entièrement dédié à leurs problématiques et au partage de leurs expériences.

A propos de Carte Bleue

La SAS Carte Bleue accompagne plus de 200 banques et établissements financiers dans les phases de conception de cartes de paiement de la gamme Carte Bleue et adapte les programmes Visa en fonction de la clientèle des banques.

Son Conseil d'Administration se compose du GIE Carte Bleue et de sept établissements financiers : Groupe Banque Populaire, BNP Paribas, CIC, Crédit Lyonnais, Groupe Caisses d'Épargne, La Poste et la Société Générale.