



PLUS EFFICACES CAR MOINS ISOLÉS

Rejoindre ses pairs pour dialoguer et progresser, c'est le leitmotiv des revendeurs avides de mieux sentir les tendances. À quelles structures professionnelles adhérer ? À quelles conditions ? Et pour quoi faire ? Réponses dans cette enquête.

Impossible ici de recenser et d'analyser de façon exhaustive les groupements, franchisés, lobbies et autres entités dédiés uniquement à l'animation des professionnels de la vente. Décryptons cependant quelques formules courantes et éprouvées, en détaillant leur typologie, et examinons les outils concrets proposés aux revendeurs.

Les réseaux de franchisés pour rejoindre une communauté

Parmi les possibilités offertes au channel, l'appartenance à un réseau de partenaires franchisés est peu citée. Pourtant, voilà un vecteur de business intéressant et potentiellement lucratif. Par exemple, le groupe AIRRIA joue – entre autres – le rôle de réseau de franchisés. Son président, Olivier Coin, distingue à ce propos trois avantages essentiels.

« Appartenir à un réseau de franchisés fait bénéficier d'un maillage géographique »

Olivier Coin, président du groupe AIRRIA



« Tout ce qui relève de la solidarité et du travail collaboratif est important pour un revendeur qui souhaite sortir de son isolement, qu'il soit réel ou ressenti. Notre portail est donc à la disposition de nos membres pour agréger et fédérer toute cette population. Ensuite, appartenir à un réseau de franchisés permet de bénéficier d'une extrême capillarité en termes de maillage géographique. Enfin, il sera toujours possible de commercialiser des dispositifs un peu différents comme les systèmes de communication, les alarmes notamment, pour lesquels il existe un marché appelé à une forte progression. Ce type de produit complémentaire peut faire toute la différence. » Il en résulte que le travail du franchisé consiste à joindre l'utile à l'agréable. Il dispose d'un réseau national, de la taille critique, et de tous

les moyens matériels et logistiques afférents à sa situation. Par ailleurs, il peut organiser son business comme il l'entend, à condition de respecter les droits et devoirs du réseau dont il fait partie. Le site spécialisé Franchise IT décrit en détail, et avec un certain enthousiasme, les différentes étapes de la vie du revendeur adhérent. Et d'insister sur le fait que, « une fois son activité lancée, le franchisé du secteur informatique est loin d'être abandonné à lui-même. Il peut compter sur une assistance technico-commerciale experte, un mode opératoire, un site web personnalisé... En outre, les animateurs du réseau lui rendront régulièrement visite pour l'épauler dans les tâches quotidiennes. » Dans ces conditions, on s'étonne que, dans un pays comme la France où le vivier de revendeurs est, de l'avis général, vaste et diversifié, la franchise ne prenne pas plus d'ampleur.



« Chaque corporation doit être représentée auprès des instances »

Jean-Marie Lesueur, secrétaire général du S2ICF



Les groupements et les fédérations défendent, mutualisent et créent du lien

Une fédération, bien structurée, assure la solidité et la visibilité de toute la profession. Ainsi Eben, qui regroupe plusieurs syndicats, représente et défend les intérêts des entreprises de services réseaux et télécoms, distributeurs de solutions d'impression, d'informatique et de fournitures de bureau, auprès des pouvoirs publics et partenaires sociaux. Nous voici donc bien en présence de la « *dynamique de la convergence numérique* », pour reprendre la juste expression employée par les dirigeants d'Eben. Rien à voir, donc, avec les groupements, qui relèvent, eux, d'une tout autre logique : ils centralisent les achats et négocient avec les fournisseurs, à l'image d'Eurabis, qui déploie une activité directement business. Par exemple, le groupement reverse à ses membres des marges arrière qui fait plus que compenser leur cotisation.

Autre possibilité, se syndiquer

Le mot « syndiquer » peut rebuter le revendeur qui associe volontiers, en tant que citoyen, les syndicats à des structures corporatistes et politisées. Rien de tel dans la IT. L'exemple du S2ICF est parlant. Littéralement Syndicat des installateurs intégrateurs courant faible, il cherche à rapprocher le monde classique de l'informatique, des réseaux et des télécoms avec celui de l'électricité. Manière de rappeler que cette fameuse

convergence, obtenue de haute lutte par le courant électrique, est l'incarnation d'un vieux rêve, celui de la prise universelle.

« *Toutes les parties prenantes doivent dialoguer entre elles, estime Jean-Marie Lesueur, secrétaire général du S2ICF. Mais chaque corporation doit être représentée auprès des instances.* »

Partager des intérêts ne signifie pas renoncer à son autonomie. Beaucoup plus classique est l'action de Syntec Numérique. Classique mais redynamisée par son très actif président, Guy Mamou-Mani. Ce syndicat est une référence dans la profession. D'autant que, ces dernières années son action s'est étendue aux éditeurs de logiciels et aux constructeurs de matériels et d'équipements. Quant aux VAR et aux intégrateurs, ils font une entrée discrète parmi les adhérents, mais les candidats

sont de plus en plus nombreux. À ce stade, Syntec Numérique estime représenter pas moins de 80 % de la profession.

Les clubs d'affaires, chambres professionnelles et comités pour les retours d'expérience

On aurait garde d'oublier, dans cette énumération certes partielle mais typique, l'irremplaçable fonction des clubs. Le cas du CDRT (Club des dirigeants Réseaux et Télécoms) est représentatif de ces rencontres mi-professionnelles, mi-privées. Elles sont scandées par des rendez-vous réguliers, dotées d'une culture ouverte, presque informelle, sans autre enjeu que l'envie ou le besoin de partager des préoccupations communes. Le CDRT est sans doute le benjamin de cette catégorie. Fondé voilà trois ans à peine, il s'est déjà forgé une solide réputation dans le business. Ses diners, fondés sur le retour d'expériences et le partage des bonnes pratiques, font courir le tout-Paris de la convergence. Les membres, volontiers limités en nombre pour garantir une certaine convivialité, y évoquent librement leurs projets, dans un format propice aux échanges... et, parfois, aux journalistes. Très différent est, à ce jour, le cas du comité France de BSA. Organisée Initialement autour de la lutte contre le piratage, cette initiative s'est tournée vers la valorisation des actifs logiciels. Une ambition par nature évolutive, qui bougera encore à mesure que l'économie numérique se dématérialisera. Dans l'immédiat, elle se caractérise sur le terrain par la conformité technique et réglementaire des programmes informatiques. Pour le comité France de BSA, l'urgence est en effet de convaincre les acteurs du channel de s'impliquer plus avant dans ce combat. En effet, selon ses dirigeants, les outils logiciels capables de fonctionner parfaitement en phase avec les exigences normatives rapportent quatre fois plus que les autres à l'économie française. Donc aux partenaires IT. Si ce n'est pas un argument... ■

DIX BONNES ADRESSES À CONNAÎTRE

L'abondance, au risque de l'émiettement, est une caractéristique des organismes gravitant autour du monde IT. Avantage ou inconvénient, chacun jugera. En attendant, voici une liste subjective de structures particulièrement actives dans l'accompagnement des revendeurs. À noter ce point insolite : lors de la demande de contact effectuée auprès de Syntec Numérique, il est demandé au candidat adhérent de répondre à une question précise, à seule fin de « *tester si vous êtes un visiteur humain* ». C'est pousser très loin la logique du Kaptcha ! À moins que ce soit un gage de sérieux.

CDRT
contact@cdrt.fr
09 53 71 57 76

Cinov-IT
www.cinov.fr/federation/
contact
01 44 30 70 80

Eben
contact@federation-eben.com
01 42 96 38 99

Eurabis
www.eurabis.com/Contact
01 45 06 46 62

Euralliance's
www.euralliance.com
05 55 06 44 50

FRP2I
administration@frp2i.fr
06 52 87 61 85

Resadia
www.resadia.com/contact
01 74 73 45 34

Séquence
www.sequence-info.fr/
devenir-adherents
01 30 17 10 15

Syntec Numérique
www.syntec-numerique.fr/
contact
01 44 30 49 00

S2ICF
contact@s2icf.fr
06 58 18 71 58