



À la Une !

« Il n'y a pas de vent favorable pour celui qui ne sait pas où il va »

Sénèque, philosophe de l'école stoïcienne, homme d'État et mémorialiste français - 4 av. J.-C/ 65 ap. J.-C.

Cette citation résume la thématique de cette nouvelle AG : « Vision, projet, réseau ». Ce tryptique ne peut vivre sans 2 ingrédients : la CONFIANCE et L'HARMONIE.

Premièrement, la confiance. La confiance en soi, en l'autre, envers les autres.

Deuxièmement l'harmonie qui a une triple dimension :

- L'harmonie avec l'environnement. Les collaborateurs doivent être en harmonie avec les demandes de leurs clients

- L'harmonie dans le rapport à l'autre, avec ses collègues, son équipe et l'ensemble de son entreprise

- Enfin l'harmonie dans le rapport à soi.

L'entreprise doit donner à chacun le sentiment de son utilité sociale, sentir qu'il participe à quelque chose qui a du sens.

La clé de voûte de cette réussite : L'INTERDEPENDANCE.

Ce fut le sujet principal décliné par Benoit Lahaye, lors de son discours ce jeudi 28 septembre 2017.

Sa prise de parole faisait suite à l'introduction d'Éric Pouillaude, directeur du réseau, qui retraça les temps forts de l'évolution de notre enseigne sur ces 12 derniers mois avec quelques données éloquentes. Mais revenons au sujet principal, la vision pour notre réseau qui repose sur le passage de l'indépendance à l'interdépendance. Chaque projet individuel se construira de manière accordée avec le projet réseau, avec la volonté de créer, développer, innover et transmettre pour pérenniser l'enseigne.

L'interdépendance, c'est aussi la liberté et la responsabilité.

Être libre, c'est obéir à ses propres règles dans le respect des autres et de son environnement. La liberté va de pair avec la responsabilité. Celui qui n'est pas libre n'est pas responsable, et réciproquement.

L'interdépendance doit nous guider vers notre réussite commune.

Puis ce fut à nouveau au tour d'Éric Pouillaude de prendre la parole et de nous présenter le sujet de « l'accompagnement du projet de chaque agence » : une vision plus claire du projet, une démarche commerciale professionnelle, un recrutement performant et un management efficace. Et pour les accompagner, une équipe d'animation renforcée pour plus de proximité et de relai.

Après une pause bien méritée, les outils au service de la performance des agences ont été déclinés par les différents chefs de services. En premier Danny Servant, directeur du Centre de formation, avec la formation comme investissement au

carrefour des performances pour harmoniser les compétences, créer de la cohérence dans les équipes, apporter une vision dans l'évolution professionnelle, donner du sens aux missions, rassembler autour d'un projet commun.

Il fut suivi par Jacques Clerc, directeur technique qui déclina sa présentation en 4 points : animation sécurité Fullmark, enrichissement et optimisation du dossier Amiante, point sur le module de démoissage et les objectifs de l'évaluation prochaine des TTA.

Le 3ème intervenant fut Dimitri Chassignolle, responsable

Achats. Une présentation en 3 parties autour de 6 leviers (conseil, accompagnement, formation, communication, compétitivité, organisation) : constitution et mise en œuvre du cadre commercial, constitution de la matrice guide d'achats, développement de l'outil informatique central et développement de l'outil et interface commande agence. S'ensuivit la présentation de Florian Meunier, Directeur Grands-comptes qui exposa les 2 projets phares 2018 : le déploiement de la procédure sur les règlements et la création du groupe de travail GC.

Jean-Luc Chauvet, Directeur marketing et Communication prit le relais et développa les bénéfices de l'évolution de la marque afin de devenir un réseau fort, une marque référente.

Nous avons les 6 qualités d'une marque forte : une offre spécialisée, un facteur différenciant, une image de marque reconnue, un héritage avec des valeurs, une identité professionnelle et une volonté en interne de réussir.

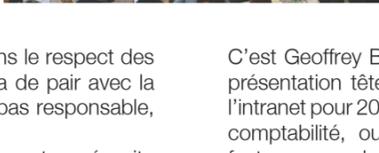
C'est Geoffrey Bœuf, directeur informatique, qui clôtura cette présentation tête de réseau et mit l'accent sur la refonte de l'intranet pour 2018 avec différents modules : base prospection, comptabilité, outil d'amélioration, centrale d'achat, devis / factures, grands-comptes et statistiques.

Après un bilan annuel des travaux réalisés par la Commission et ses dernières évolutions, c'est l'élection de 4 nouveaux membres qui mit un terme à cette journée. Les élus sont : Eric Dussurget, Thomas Bex, Thierry Bastin et Marc Bellot.

Pour conclure sur cette journée exaltante, je vous livre une liste de quelques réponses prises au hasard lorsque l'on demanda aux gérants présents de représenter ATTILA par un mot : avenir, service, communauté, alliance, réactivité, réseau, collaboratif, crédibilité, sécurité, sérénité, échanges, mutation...

Ces différents termes me font penser à une citation qui dit « La vue est une fonction des yeux, la vision est une fonction du cœur ». Nul doute que 2018 sera à nouveau un grand cru !

JLC



L'Édito de Benoît

« 2018, une année lumineuse pour vous, pour notre réseau »

Que de chemin parcouru depuis 2006 et que d'ambitions prometteuses pour 2018. L'avenir qui nous attend est exaltant ! ATTILA a grandi vite. Toute cette réussite, nous la devons à chacun d'entre nous, et plus particulièrement à votre implication et votre professionnalisme.

La période que nous vivons est une période majeure dans notre développement et les objectifs que nous nous sommes fixés sont exaltants :

- Être prochainement le référent national de la maintenance de toiture,

- Devenir l'un des réseaux les plus performants économiquement, humainement et organisationnellement,

- Inventer le 1er réseau d'interdépendants,

- Représenter bientôt une marque forte

Pour atteindre ces objectifs, il nous faut continuer à évoluer. Dans un environnement mouvant et hautement compétitif, ne survivront que les entreprises réactives, flexibles et créatives. Nous devons persévérer dans l'établissement d'un modèle économique innovant dans la coopération, la construction commune de richesse et l'exigence de responsabilité et de durabilité. La force du collectif est incalculable.

Cette année encore, près de 170 emplois ont été créés au sein du réseau ATTILA. Nous devons toutes et tous être fiers de ces résultats.

Le collectif, c'est un formidable réservoir de savoirs, d'expériences, d'expertises, de compétences, de contacts et le fait de réfléchir ensemble démultiplie le champ d'application de ces savoirs, de ces expériences, de ces expertises, de ces compétences et de ces contacts. L'intelligence collective est une incitation, une énergie collective que l'on pourrait traduire par l'équation : 1 + 1 = 3. C'est cette capacité à capter la créativité, l'imagination, l'inventivité de toutes et de tous en sachant que « chacun » doit permettre à « l'autre » de se dépasser et d'aller plus loin. Chacun doit reconnaître qu'il a besoin des autres et de leurs retours sur ce qu'il fait pour mieux se connaître lui-même. C'est à travers cet engagement commun que nous réussirons ensemble la pérennité de notre réseau, qui va devenir, j'en suis convaincu, un grand réseau, un réseau fort.

Merci encore pour votre implication au quotidien et soyez assurés en retour de la mienne et de celle de mes équipes, à vos côtés, pour notre réussite collective.

Je vous souhaite, ainsi qu'à vos proches, de très belles et très joyeuses fêtes de fin d'année.

Benoît Lahaye | Fondateur du réseau



Attiliens à l'honneur

« Meilleurs franchisés & partenaires de France »

Placés sous le haut patronage de Monsieur Bruno Le Maire, ministre de l'Economie et des Finances, les trophées de l'IREF (La Fédération des Réseaux Européens de partenariat et de Franchise) mettent à l'honneur chaque année les affiliés des réseaux du commerce organisé indépendant les plus performants.

La cérémonie, organisée le 6 novembre dernier à l'Automobile Club de France, place de la Concorde à Paris, outre le fait qu'elle a permis d'évoquer les facteurs clés de succès d'un secteur porteur, a récompensé nombre d'enseignes et parmi elles, deux agences attiliennes : celle de Jean-Luc Gauthier (Limoges Est avec deux chargés de clientèle, deux assistantes et sept TTA) et celles de Nicolas Legendre (Melun & Orly, agences toutes deux composées d'un directeur d'agence, deux chargés de clientèle, une assistante et de quatre à six TTA).



Jean-Luc, l'un des piliers du réseau ATTILA, s'est vu remettre le prix de « Meilleurs franchisés et partenaires de France ». « Ce prix », comme il l'a exprimé, « est une reconnaissance collective dont nous sommes très heureux, car nous avons construit un projet d'équipe. C'est une motivation supplémentaire pour les challenges que nous nous fixons. Mais tout ceci ne serait possible sans la confiance et la fidélité de nos clients. »

Quant à Nicolas, il recevait le même prix, accompagné de la mention spéciale « Grand prix de l'excellence entrepreneuriale » soulignant son parcours performant. « Là encore il s'agit d'une réussite avant tout collective » comme le précise Nicolas « Je remercie tous les salariés de chaque agence, nos clients, l'ensemble des membres du réseau ainsi que tous nos partenaires car c'est leur confiance qui est récompensée. Nous sommes fiers de nos valeurs et heureux de participer au développement d'un réseau aussi dynamique, attentif et dont l'évolution tend toujours vers l'excellence. »

A noter que les trophées de l'IREF fêtaient cette année leur 30ème anniversaire, 30 ans au cours desquels ont été récompensés les réseaux qui se distinguent par leur culture, leur méthode managériale, leurs pratiques communicantes et les femmes et les hommes qui les constituent. JLC

« ATTILA, meilleure enseigne 2018 pour le magazine Capital »



Pour la deuxième année consécutive, Capital s'est associé à l'institut Statista et a publié le palmarès des meilleures enseignes en France pour 2018. Une enquête en ligne (totalement anonyme et indépendante) a été réalisée auprès de 20 000 consommateurs afin de mesurer la qualité du service de près de 2 000 enseignes. Les données récoltées ont permis d'établir le top 2 ou le top 3 des meilleures enseignes dont ATTILA fait partie cette année pour le secteur «Rénovation de l'habitat».

Les répondants ont noté les enseignes qu'ils ont fréquentées au cours des trois dernières années selon les trois critères suivants :

- l'attention portée à la clientèle (qualité de l'accueil, rapidité de prise de contact etc.)

- le niveau d'expertise des enseignes/sites (compétence du personnel, qualité de l'information fournie etc.)

- leur volonté de recommander l'enseigne/site en question, à une personne de leur entourage.

A l'issue de ce sondage, ATTILA s'est illustrée comme l'une des meilleures enseignes pour sa qualité de service sur son secteur d'activité avec la note de 6,67/10. Il faut savoir que chaque secteur comptait 11 marques en moyenne et au minimum 8. Capital ne publie dans son dossier « meilleures enseignes 2018 » que « la crème de la crème » et donc les 2 ou 3 meilleures enseignes selon les secteurs. Sachez, que nous pouvons utiliser le label Capital « Meilleure enseigne 2018 », ce qui nous permet de communiquer sur la qualité de nos services et de promouvoir notre image auprès de nos clients, partenaires et autres publics. Ce label véhicule, d'une part l'excellence du service des enseignes qui en font usage et, d'autre part, toutes les valeurs de la marque Capital, une marque de confiance, experte et reconnue. Ce label peut être utilisé sur l'ensemble des supports de communication interne et externe et ce sans durée limitée.

Encore bravo à toutes et à tous. Félicitations !

JLC

Histoires d'agence

« L'exactitude est la politesse des rois »

Louis XVIII 1755 - 1824

Cette célèbre citation est due à Louis XVIII, qui régna sur la France, au cours de deux restaurations successives (1814 - 1815, 1815 - 1824) et c'est sous son second mandat, en 1816, que fut fondée la Caisse des Dépôts et Consignations, groupe avec lequel l'agence d'Evry, avec à sa tête Patrick Bonnemye, collabore depuis 2013.

La Caisse des Dépôts et Consignations et ses filiales constituent un groupe public au service de l'intérêt général et du développement économique du pays. Ce groupe remplit des missions d'intérêt général en appui des politiques publiques



conduites par l'Etat et les collectivités territoriales et peut exercer des activités concurrentielles.

Comme aime à le dire Patrick, « nous sommes rentrés par la petite porte en réparant un chéneau fuyard ».

Depuis près de 5 ans, les équipes de l'agence évréenne interviennent sur les trois implantations d'Ile-de-France pour lesquelles elles déploient le savoir-faire du concept ATTILA :

- Premier site, le siège situé dans le 7ème arrondissement de Paris, installé dans les prestigieux Hôtels de Pomereu et Hôtel de Belle-Isle, tous deux classés, et pour lesquels l'agence de Patrick met en œuvre l'entretien des chéneaux, les réparations des toitures en zinc et ardoises ainsi que la sécurisation des toitures par la pose de lignes de vie.
- Pour les établissements secondaires situés sur Paris 13ème, près de la Bibliothèque François Mitterrand ainsi



qu'à Arcueil, deux sites composés de bâtiments plus récents, les équipes attiliennes développent leurs compétences en matière de recherches et de réparations de fuite.

Enfin, cette collaboration a permis de faire d'une « pierre 3 coups » : Satisfaction du client Caisse des Dépôts, renforcement des liens avec le facility manager SPIE, qui gérait le contrat jusqu'en 2016 et soulagement de CEGELEC, qui a repris la maintenance multi technique en 2017, d'avoir un partenaire « toitures » de confiance « car nous travaillions ensemble depuis 2013 sur d'autres sites » comme le souligne Patrick.

Point important, sur chaque chantier, « les équipes ATTILA évréennes, sont toujours à l'heure, politesse des rois oblige ».

Patrick Bonnemye I JLC

« Vieillir, ce n'est pas du tout diminuer, mais grandir » Marcel Jouhandeau écrivain français 1888 - 1979 (connu également sous son pseudonyme Marcel Jouand)



Un grand
MERCI
pour votre présence

INAUGURATION
ATTILA Saint-Étienne
Jeudi 19 octobre 2017



ATTILA Saint Etienne en Fête !

Il y a des moments dans la vie d'une entreprise où l'on souhaite s'arrêter et regarder le chemin parcouru... Pour l'agence de Saint-Etienne, cette année 2017 est l'occasion idéale pour faire un point.

Une demi décennie après sa création, la satisfaction et l'optimisme sont au rendez-vous ! Le travail porte toujours ses fruits... La preuve, c'est une équipe qui ne cesse de s'agrandir ! Avec un effectif passé de 2 à 9 collaborateurs, ATTILA Saint Etienne ne peut que se réjouir



du dynamisme de son agence ! Et pour s'y adapter, il faut tout voir en plus grand ! C'est pourquoi l'équipe a installé ses bureaux dans de tous nouveaux locaux beaucoup plus spacieux.

Alors forcément, tant de changements et d'évolution, ça se fête ! Cette réussite devait se partager avec tous ceux qui l'ont rendu possible !

Le 19 Octobre dernier, ATTILA Saint Etienne fêtait ses 5 ans et faisait découvrir ses nouveaux locaux. Après plusieurs mois d'organisation et beaucoup de stress à l'approche du jour J, tous les collaborateurs ont pu profiter de la soirée d'inauguration !

Pour l'occasion, clients, partenaires et élus étaient conviés à venir partager ce moment festif. On a pu remarquer également la présence de nombreux Attiliens : une vingtaine de gérants venus d'un peu partout, personnes de la tête de réseau... Ce qui démontre la force et la cohérence de notre projet.

Entre discours, animations et cocktail dinatoire, la soirée s'est poursuivie jusque tard dans la nuit ! Rires et émotions resteront gravés dans les mémoires et marqueront l'histoire de l'agence de Saint Etienne...

Le lendemain, le jour s'est levé un peu plus tard à Saint-Etienne...mais nous nous sommes réveillés le sourire aux lèvres et des souvenirs plein la tête...tout ça notamment grâce à la participation de chacun...

C'est dans ces moments-là que l'on se rend compte de l'importance et de la valeur de notre réseau ».

Thierry Bastin I JLC



ANDRÉZIEUX-BOULIÈRE ENTREPRISE
Attila fête ses cinq ans et déménagement



Depuis cinq ans, l'entreprise ATTILA, spécialisée dans la réparation des toitures, est devenue un acteur incontournable du secteur. Fort de son savoir-faire, elle a récemment déménagé dans de nouveaux locaux et fête ses cinq ans.



Au cœur de nos valeurs

« Le projet personnel : le pouvoir de la clarté. Pour être bien enraciné, nous devons savoir avec clarté ce que nous voulons exactement. Que ce soit dans les affaires, dans sa relation intime ou même dans ses loisirs, nous devons savoir clairement ce que nous voulons. Quand nous sommes capables de dire avec précision ce que nous souhaitons de la vie, aussi rapidement que de décliner son prénom, alors oui, nous sommes clairs. Devions à qui appartient le monde ? Au 1% des gens qui savent précisément ce qu'ils veulent. Plus clairs sont nos ambitions, notre positionnement, notre raison d'être, nos valeurs, nos aspirations et nos objectifs, plus rapidement notre esprit pourra nous guider là où nous voulons aller.

Assistant(e)s avec un grand A

« De la joie pure jaillit toute création. Par la joie elle est soutenue. Vers la joie elle se dirige et à la joie elle retourne » Proverbe sanskrit

Création et joie, 2 termes qui collent parfaitement au dernier séminaire Assistant(e)s qui s'est déroulé les 23 et 24 novembre derniers à l'hôtel Paxton sur la commune de Ferrières-en-brie. Malgré quelques retards de trains, d'avions, de trafics routiers, tout le monde est arrivé à bon port et le séminaire démarra en milieu de matinée.

D'entrée le ton était donné via une application mobile où chaque personne présente donnait en un mot son humeur sur son ressenti à chaud. Pour ne citer que certains : retrouvailles, de très bonne humeur, contente, happy, zen, ravie, cool, heureuse, mojito...super assistantes. Voici quelques-uns des termes affichés sur grand écran qui lançaient le « show ».

Tout d'abord Benoît Lahaye (Fondateur du réseau) et Eric Pouillaude (Directeur du réseau) présentèrent à tour de rôle l'évolution du réseau donnant des informations à la fois générales et spécifiques sur notre enseigne et la vision de notre réseau à 3 ans. Ils revinrent sur quelques moments forts de l'année 2017 : le développement du centre de formation, les apports du nouveau site internet, la contribution des grands-comptes, l'expansion de la centrale d'achats, les avancées du service technique et la croissance du service animation fort désormais de 6 animateurs.

Les objectifs sont clairs : devenir l'un des réseaux les plus performants de France et devenir la référence nationale dans la maintenance de toiture avec 3 priorités : la sécurité, la proximité et l'harmonisation.

Et pour atteindre ces objectifs, un élément phare. Devenir une marque, une marque forte. Jean-Luc Chauvet, Directeur Marketing & Communication, déroula tous les bénéfices que nous allons pouvoir tirer de cette évolution de marque tant

sur le développement des attiliennes et des attiliens que le développement de l'activité des agences. Vaste programme.

Puis ce fut autour de l'informatique avec la présentation des travaux réalisés par un groupe de travail dédié, constitué d'assistant(e)s, pour élaborer de nouveaux outils dédiés à la prospection.

Le travail présenté a été magistral témoignant de l'implication de chaque personne portée par l'envie de réussite commune.

Avant le déjeuner, un quizz sur les Grands-Comptes a été l'occasion de récompenser Valérie Le Gac, Sandra Maurel et Perrine Corvest, ayant réalisé un sans-faute, déparagées seulement par le temps de réponse.

Après un repas animé où les rires étaient omniprésents, les ateliers « partages d'expérience » en tables rondes débutèrent. 6 ateliers d'une demi-heure chacun, étaient au programme :

- Prise de rendez-vous par téléphone
 - Atelier 1 : prendre des rdvs plus aisément et qualifiés
 - Atelier 2 : savoir traiter les objections
- Gestion des documents administratifs
 - Atelier 3 : gestion des RH
 - Atelier 4 : Amiante
- Communication
 - Atelier 5 : fidélisation et réactivation des clients
 - Atelier 6 : blogs et réseaux sociaux

Chaque participant(e) s'était pré inscrit à 3 ateliers de son choix. Ces 2 heures furent une démonstration éclatante de ce qu'est le collaboratif, le participatif, l'intelligence collective au sein de notre réseau.



C'est un véritable recueil d'idées plus intéressantes et plus pertinentes les unes que les autres qui se dégagea de ces chantiers et qui permettra de faire évoluer à coup sûr, nos pratiques.

Pour clore cette première journée, le temps des « Trophées des améliorations ». Ce n'est pas moins de 220 propositions qui virent le jour entre juillet 2016 et mi-novembre 2017.

Le palmarès est le suivant :

- La plus importante contribution (48 propositions) : Jo Pellegrin ATTILA Toulouse Sud

- Le plus de votes positifs (523 votes positifs) : Virginie Pelissier ATTILA Orange

- La meilleure idée : Nadine Maurier ATTILA Annecy

Un séminaire totalement réussi n'existe pas sans une soirée endiablée et ce fut le cas !!!!

Repas de gala, jeux, danses, rires, fête...en un mot JOIE !

Le lendemain matin, nos « 5 sens » étaient au rendez-vous à travers une animation conviviale où le visuel, l'auditif, le kinesthésique, l'olfactif et le gustatif furent sollicités.

Là encore, une grande partie d'amusement et de distraction ! Et ce fut le temps du départ après un déjeuner frugal.

Toutes et tous s'accordaient pour dire « Vivement l'année prochaine ».

JLC

Vie de terrain

En Asie et en Allemagne, le chiffre 8 porte bonheur

Chez ATTILA aussi !

Voici les 8 nouveaux gérants ou directeurs d'agences du réseau ATTILA.

Créations, rachats, développements, le programme de développement du réseau ATTILA suit son cours, lors de ce second semestre 2017, avec l'ouverture de 4 nouvelles agences : Chambéry Ouest, Reims Est, Angoulême est et Nice Ouest, la reprise de 3 agences : Orange, Nantes Ouest et Vitrolles et un changement de directeur au sein de l'agence de Montargis. Une belle croissance pour notre entreprise et de nouvelles aventures pour ces nouveaux gérants tous animés par un projet à la fois entrepreneurial et humain.

Nous leurs souhaitons toute la réussite qu'il se doit, et maintenant, découvrons-les.

ATTILA Chambéry Ouest

Ayant la volonté d'entreprendre depuis plusieurs années, Thierry Adam s'est orienté vers la franchise par gain de temps et de sécurité pour la réalisation de son projet. C'est en qualité successive de commercial, responsable de distribution, directeur régional et directeur France qu'il a acquis plus de 25 années d'expérience dans le commerce BtoB chez des fabricants de matériel électrique et de chauffage. Ses compétences en termes de gestion de projets, de management, et de pilotage d'entreprise sont mises à profit pour la création de l'agence ATTILA Chambéry.



« Rejoindre le concept de franchise ATTILA, c'est la possibilité de s'appuyer sur un savoir-faire éprouvé et de disposer d'outils et de moyens très

Notre esprit fonctionne comme un GPS. Si nous lui indiquons une destination précise, il cherchera le meilleur et le plus rapide moyen pour nous y emmener.

Notre cerveau est l'ordinateur le plus avancé du monde, pourquoi ne pas lui demander de travailler pour nous ?

Notre projet collectif réussira grâce à l'addition de nos différents projets personnels en résonance avec celui du réseau. Plus nos projets seront clairs, plus nous serons en confiance.

Clarté = confiance.

Comme le disait un écrivain, un homme sans objectif est comme un navire sans gouvernail...

Benoit LAHAYE |
Fondateur du réseau
ATTILA

ATTILA Reims Est

Après 20 ans d'expérience commerciale dans l'agroalimentaire et l'univers médical au sein de grands Groupes, tels que Nestlé et Novartis, Nicolas Etienne a décidé de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. « Le système de la franchise permet de développer un projet sans être isolé, en limitant les risques, en bénéficiant des meilleures pratiques et des réussites du réseau. C'est un gain de temps, de qualité de service et de notoriété indéniable », explique-t-il. Son intérêt pour la franchise l'a poussé à suivre le développement du réseau ATTILA durant ces 3 dernières années. « Sur à peine 3 ans le réseau a développé, entre autres, son site Internet, les achats, les grands-comptes, et créé un centre de formation. Tous les voyants étaient au vert pour que je me lance avec ATTILA ». Les valeurs portées par l'enseigne, sa rencontre avec Benoit Lahaye et les équipes ont été déterminantes. Enfin, le concept innovant et le savoir-faire technique et différenciant ont fini de séduire Nicolas, qui prend ses nouvelles



importants dès le démarrage de son activité.

De plus ma rencontre avec Benoit Lahaye et les personnes à la tête du réseau a su me véhiculer les valeurs humaines qui caractérisent l'enseigne, auxquelles j'adhère parfaitement », indique Thierry.

fonctions de chef d'entreprise avec enthousiasme et sérénité.

ATTILA Angoulême Est

Doté d'un Master en Intelligence Economique, Jérôme Tesson-Richez, bénéficie d'un parcours professionnel entièrement tourné vers le monde de l'entrepreneuriat. Consultant en création et développement d'entreprises innovantes pendant 6 ans au sein d'ETINCEL, l'Incubateur Régional Poitou-Charentes, il a accompagné des porteurs de projets dans leur création de startups et des PME dans leurs programmes d'innovation. C'est aussi en qualité de cadre et dirigeant de sociétés, qu'il a acquis des compétences en termes de pilotage et lancement de structures, ou encore dans le domaine du coaching des équipes et des dirigeants d'entreprises. Avec autant d'atouts, il était donc tout naturel que Jérôme se lance à son tour dans le monde de l'entrepreneuriat. « J'ai choisi d'entreprendre en franchise pour pouvoir m'appuyer sur des équipes supports expertes afin de me concentrer sur les facteurs essentiels au lancement de ma nouvelle société : le déploiement de l'offre et l'accompagnement des équipes », confie-t-il. « L'offre de services premium et évolutive d'ATTILA, les valeurs humaines fortes et partagées à tous les niveaux du réseau m'ont convaincu. Je suis fier d'entamer cette nouvelle page professionnelle au sein du réseau ATTILA, et la perspective de construire une équipe d'experts m'enchantent », conclut Jérôme.



ATTILA Nice Ouest

L'envie d'indépendance et d'entreprendre, tout en étant accompagné par une structure fiable et humaine, ont été les moteurs de Laurent Loquien, qui a passé 23 années dans la grande distribution, chez Casino, puis Carrefour. « Je voulais créer ma propre entreprise en étant guidé dans tous les aspects matériels. Et cette aide, je la retrouve auprès d'ATTILA dans son centre de formation ou encore auprès du service technique par exemple », confie-t-il. « Je souhaitais une entreprise performante avec un concept de ventes de services en B to B. ATTILA regroupait l'ensemble des critères que je recherchais : un réseau leader sur son marché avec un concept innovant, un savoir-faire différenciant orienté services aux clients, la priorité donnée à la sécurité, des valeurs humanistes fortes et des compétences qui ne sont plus à prouver », conclut-il.



ATTILA Nantes Ouest (reprise)

Issu d'une famille de commerçants, Gwenaél Martin a travaillé pendant 12 ans chez Decathlon, en qualité de vendeur jusqu'à devenir Directeur de magasin sur 2 sites pendant 6 ans. Cette expérience lui a permis de développer ses compétences en termes de management, de gestion de commerce et d'animation d'équipes. « Etant novice dans le monde de l'entrepreneuriat, j'ai choisi la franchise pour disposer du savoir-faire et de l'accompagnement dans un secteur d'activité différent de mon parcours initial. J'ai été séduit par le principe de l'indépendance du chef d'entreprise qu'offre ce modèle économique, tout en étant soutenu par un réseau efficace, performant et solidaire », confie Gwenaél. « Le concept innovant, l'exigence de qualité au service de la satisfaction client, l'importance donnée aux hommes et le management participatif sont des éléments qui ont été décisifs dans mon choix. De même, ma rencontre avec Benoit Lahaye, a été déterminante. C'est un visionnaire doté de valeurs humanistes, qui a su transposer ce concept novateur avec sens et construire une équipe dynamique et impliquée à la tête du réseau », indique Gwenaél. Lancée il y a 6 ans, l'agence ATTILA Nantes Ouest est composée d'1 assistante commerciale, de 2 Techniciens de Toitures ATTILA (TTA) et d'1 chargé de clientèle.



ATTILA Vitrolles (reprise)

Après un DUT GEA, Laurent Avril intègre une école de commerce. Son premier job, Responsable de rayon chez Decathlon. Ensuite il travaille principalement (17 ans) comme Manager commercial pour plusieurs industriels de l'ameublement ou de la décoration et comme Directeur



export. Il fait également un passage dans le monde médical comme Directeur export de Dupont Médical. Son dernier poste, Directeur Commercial grands comptes chez Diva. Ses clients s'appellent alors Conforama, But, Alinéa.

En 2008, il goûte une première fois à la création d'entreprise, en franchise dans le domaine de l'énergie solaire (photovoltaïque, thermique, pompe à chaleur) sous l'enseigne « Soleil en Tête ».

« Je cherche un nouveau projet professionnel et après plusieurs études de marché assez poussées dans l'intérim, la restauration, l'immobilier...je me décide avec ATTILA, à remonter sur les toits...de Provence.

L'activité me plaît, elle est en B to B, n'est pas trop soumise aux effets de la crise ou de mode, n'est pas aidée par le politique, n'est pas trop impactée par la mondialisation (qui m'a coûté plusieurs jobs). Bref, ATTILA me semble une évidence et c'est parti !

Tous les gens que j'ai croisés dans ce groupe, semblent parler le même langage que moi et partagent globalement les mêmes valeurs que moi. C'est rassurant.

En plus j'ai la chance de pouvoir reprendre une agence qui fonctionne déjà, créée par un Chti', ma terre de naissance, l'équipe est du coup de qualité, il n'y a plus qu'à l'entraîner vers le succès », confie Laurent.

ATTILA Orange (reprise)

15 ans d'expérience commerciale dans le secteur viticole puis 10 ans comme dirigeant de TPE dans des industries innovantes et toujours dans des marchés B2B, Frédéric Shearn a donc expérimenté les 2 positions de salarié et d'employeur.



« Pourquoi avoir choisi d'entreprendre en Franchise ? Ma position de Directeur d'une agence en propre est particulière et originale dans le groupe. Ceci étant dit, je suis très content de m'appuyer sur des fonctions support au service des agences, couvrant un large périmètre, permettant de partager les bonnes pratiques et de rompre la solitude du chef d'entreprise. C'est un gain de temps, de qualité de service et de notoriété indéniable », confie Frédéric.

« De plus, je me suis tourné tout naturellement vers ATTILA, avec sa position de leader sur un marché de niche avec un fort savoir-faire technique différenciant.

Des valeurs humaines fortes en correspondance avec mes attentes et mon désir de donner à chaque personne la possibilité de progresser en compétence et de grandir en matière de savoir être.

Des petites structures avec un encouragement à développer un mode de management participatif et un réseau où l'intelligence collective prime, ont fini par me convaincre » termine Frédéric.

ATTILA Montargis

Le parcours professionnel de David Tacel est le suivant : une expérience de 10 ans en vente dans le milieu du BTP.

Il a exercé en tant que commercial puis rapidement au poste de responsable des ventes. C'est en 2008, qu'il crée sa propre société commerciale. 2 ans après, il s'entoure d'une enseigne (GROSFILLEX) en tant que concessionnaire exclusif sur le secteur du 45.

Cette expérience lui a permis d'acquérir une solide expérience en management et en gestion d'entreprise.

En 2017, il vend sa société suite à une proposition venant de l'industriel directement.

David résume « Suite à ma collaboration avec une enseigne, je reste convaincu de l'apport d'une franchise pour plusieurs raisons : éviter de se sentir isolé, une aide technique, dégager plus rapidement une image de qualité sur son secteur et un partage sur les réussites et travail de groupe sur tous les problèmes rencontrés.

Étant originaire de Montargis, je suivais l'évolution du réseau. Après la vente de mon entreprise, je cherchais une franchise avec un concept innovant et c'est tout naturellement que je me suis dirigé vers ATTILA.

Après un entretien avec Jean-Louis Jeuneau et Benoit Lahaye, je me suis complètement projeté dans le projet et le challenge à relever ».

JLC



Au programme de la journée :

Nous avons rencontré entre autres les commerciaux de chez Fakro, Firestone, Ecodis, Kingspan, on a pu discuter des problématiques que nous rencontrons quotidiennement et aussi organiser la venue de ces derniers au centre de formation pour créer des programmes de formation en adéquation avec nos prestations. Le bilan de la journée, des échanges constructifs et des rencontres qualitatives.

Julien Certon | Conseiller Technique

Sécurité

Le service technique en visite à Batimat

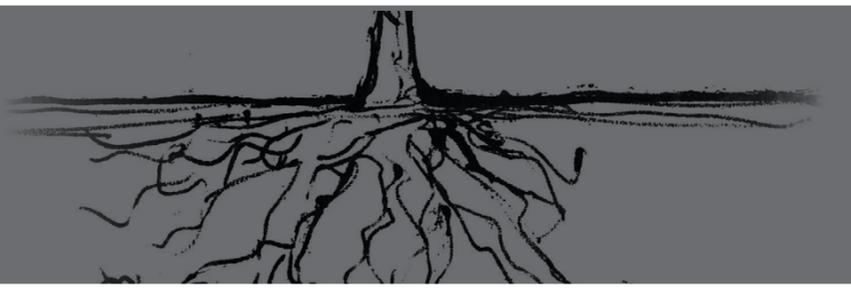
Durant la semaine du 6 au 12 novembre, Thomas ALLIGIER et moi-même, nous sommes rendus à Batimat le salon des innovations pour le bâtiment et l'architecture qui se déroulait au Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte. Premier salon mondial du bâtiment, il regroupait cette année plus de 3500 exposants.

Batimat est le leader mondial de la construction de l'exposition. Il rassemble la plus vaste gamme de produits, d'équipements et de services dans le monde et le plus grand nombre

de professionnels français et internationaux (promoteurs, prescripteurs, entrepreneurs et distributeurs). Les professionnels de toutes sortes se retrouvent ici, pour permettre l'émergence de solutions techniques qui feront partie de la construction et des projets de développement durable de demain.

Batimat a lieu tous les deux ans, et donc pour la 30ème fois probablement en novembre 2019 à Paris

Les objectifs de cette journée étaient d'échanger avec les professionnels et de découvrir les innovations technologiques associées à notre métier de la maintenance, l'entretien et la réparation de tous types de toitures.



« La réflexion personnelle est l'école de la sagesse »

Baltasar Gracian Y Morales écrivain et essayiste espagnol 1601 – 1658

L'agence de Valenciennes, par l'intermédiaire de France Dabek et de ses équipes, a participé dernièrement à une expérience extrêmement enrichissante.



Dans le cadre d'une formation « connaissance de l'entreprise » pour les enseignants de l'académie de Lille, l'agence attilienne a reçu sur deux jours une jeune psychologue de l'éducation nationale. Cette formation rentre dans le cadre du PAF (Plan Académique de Formation) et s'adresse prioritairement aux acteurs de l'orientation que sont les enseignants des lycées professionnels et technologiques, les conseillers d'orientation psychologues, les chefs d'établissement ou leurs adjoints.... Cette session de formation se décline en 3 temps :

- 1 temps de préparation réalisée à distance en e-learning
- 2 journées en entreprise
- 1 journée de restitution et d'exploitation pédagogique

Les objectifs visés sont pluriels :

- Favoriser le rapprochement de ces personnels du système éducatif, avec les entreprises en vue de leur faire connaître la vie économique et les questions touchant aux qualifications et aux emplois
 - Rendre plus concrète et réaliste la perception qu'ils ont de l'entreprise afin qu'ils puissent mieux aider les élèves à préparer les élèves à préparer leur projet d'orientation
 - Valoriser à leurs yeux les emplois et les qualifications de l'entreprise afin d'influer positivement sur le processus d'orientation des jeunes de façon à ne pas systématiquement délaissier les formations professionnelles ou technologiques.
- Tout le succès de l'opération repose sur

l'implication des entreprises partenaires et nous pouvons faire confiance à France sur ce sujet.

Sur ces 2 jours, le programme a été riche.

Dans un premier temps, présentation de l'entreprise et son évolution en relation avec les différents environnements. Deuxième temps, permettre aux stagiaires de repérer les différentes fonctions de l'entreprise, de découvrir son organisation et son fonctionnement et de faire comprendre les différentes étapes du processus d'élaboration du service. Troisième temps, permettre aux stagiaires d'identifier 2 ou 3 métiers qui font la spécificité de l'entreprise et de les présenter d'une manière convaincante. L'objectif étant de les sensibiliser sur l'éventuelle difficulté pour l'entreprise à trouver les personnels qualifiés pour l'exercice de ses métiers et de leur faire appréhender les compétences clés qui sont indispensables pour les exercer. Ce temps est particulièrement important pour les retombées attendues dans le cadre de l'orientation des jeunes. A cette occasion, la stagiaire s'est rendue sur un chantier. Elle a pu apprécier en compagnie du chargé de clientèle les questionnements d'un client et ensuite entrevoir les TTA à l'œuvre.

Dernier temps, le stagiaire est amené à suivre le responsable dans toutes ses activités et dans tous les lieux où il exerce. Par l'observation de la fonction, le stagiaire se trouvera sensibilisé sur les problématiques qui se posent au quotidien mais aussi sur les orientations plus tactiques de l'entreprise. Bilan de cette immersion, une expérience enrichissante pour les deux parties. La stagiaire est repartie avec des conseils affûtés, l'agence attilienne a reçu un regard extérieur sur son activité qui lui a permis d'ouvrir certaines réflexions. JLC

Marketing

Répondre aux réelles attentes de ses clients est essentiel

Nous sommes tous des commerciaux en puissance.

Quand un commercial est questionné sur les attentes fondamentales de ses clients vis-à-vis de son entreprise, il a tendance à répondre : « un bon produit ou service, au meilleur prix ! ». Ce point de vue paraît évident !

Cependant, lorsqu'un client est interrogé sur les raisons qui l'ont récemment amené à changer de fournisseur, ou qui l'ont fortement mis en colère (il n'est pas toujours évident de changer de fournisseur), il évoque 9 fois sur 10 la manière dont il s'est senti traité par son fournisseur. Voici quelques exemples courants concernant la relation avec le commercial :

- « Quand je suis allé voir mon banquier, il a passé cinq minutes à m'écouter et une heure à me vanter les mérites d'un produit dont je n'ai pas besoin »
- « Quand je contacte le commercial, je dois

réexpliquer qui je suis et ce que j'attends, je suis un client parmi d'autres, c'est exaspérant ! »

- Lorsque je fais une demande au commercial, je suis obligé de le relancer pour savoir où il en est ; si je ne le fais pas, ma demande n'est pas traitée »

- « On a l'impression de déranger les vendeurs »

- « Une fois qu'ils font la vente, il n'y a plus personne »

- « Ils m'ont tellement imposé leurs conditions quand ils étaient seuls sur le marché que dès qu'un concurrent est apparu, je lui ai confié 100 % de mes contrats ! »

La liste pourrait faire plusieurs pages. On voit clairement à travers ces exemples que les sujets du prix ou de la qualité semblent finalement secondaires !

Une étude menée en 2008 auprès d'une vingtaine de grandes entreprises confirme cela : 72% des causes de rupture d'une relation commerciale portent sur un déficit de communication et sur des attitudes inadéquates des collaborateurs du fournisseur vis-à-vis du client, en particulier de la part du commercial.

Le prix ne représente que 5% des causes de rupture. Une étude IPSOS de 2014 fait ressortir que 72% des clients seraient prêts à payer plus cher pour obtenir un service de meilleure qualité

Ce point est évidemment essentiel lorsqu'on exerce la fonction de commercial et qu'on cherche à développer une relation forte, basée sur la confiance, avec ses clients.

Pour comprendre les éléments qui précèdent, il faut considérer qu'un client, lorsqu'il s'adresse à son fournisseur, a un double besoin :

- La réponse au besoin de l'entreprise qu'il représente d'une part, à travers la réalisation d'une prestation, ou encore la livraison d'un produit ou d'un bien d'équipement ;
- La réponse à son besoin de reconnaissance individuelle d'autre part.

La 1ère réponse couvre la fourniture du produit et/ou la production du service attendu. Pour bien répondre à ce besoin, le fournisseur doit situer son offre dans ce qu'attend le marché en termes de qualité du produit, du bien ou du service, de prix et de respect des engagements.

Une particularité du B2B est qu'il s'agit là du besoin de l'organisation dans son ensemble, pas de l'interlocuteur client en particulier,

même si la fourniture en question dépend de son champ de responsabilité.

La réponse au besoin de reconnaissance individuelle concerne tout ce que le commercial va entreprendre pour faire comprendre à son interlocuteur qu'il est

important aux yeux de son entreprise. Le besoin de reconnaissance est universel. Tout le monde a besoin d'être reconnu. Cette reconnaissance peut s'exprimer à travers l'amabilité des interlocuteurs, l'écoute, la prise en compte de notre avis, par le fait que nous soyons appelés par notre nom et/ou prénom...lorsqu'une personne se trouve dans la situation d'un client, ce besoin est encore plus fort, pour la simple raison qu'elle a le sentiment, conscient ou non, de contribuer à faire vivre son fournisseur à travers son acte d'achat.

Aussi, dans le contexte d'une relation avec un fournisseur, la réponse à ce besoin repose sur des attitudes que va percevoir l'interlocuteur et qui vont contribuer à une relation de qualité : l'écoute, la facilité, l'anticipation, l'humilité, la souplesse, la convivialité, et la proactivité.

Ces attentes clés se positionnent dans la dimension des « besoins relationnels », par opposition aux « besoins contractuels » (prix, qualité, respect des engagements).

Le commercial doit donc développer sa capacité à répondre à ces attentes fondamentales pour améliorer le niveau de fidélisation de sa clientèle.

A méditer ! JLC



Centrale d'achats



Fournisseur du moment : Triflex

Triflex

Triflex France vous propose des solutions d'étanchéité liquide à séchage rapide pour la protection des toitures.

Succursale du groupe allemand Follmann, Triflex est implanté en France depuis 2010 et partenaire du réseau Attila depuis 2011.

France s'est aussi renforcée : 10 personnes composent aujourd'hui l'effectif dont le siège social est situé à Antony (92).

« Au nom de toute l'entreprise, nous formulons le vœu de continuer à travailler sur vos projets au quotidien : nous sommes présents pour assurer, ensemble, la protection de votre « capital-toit » de manière durable.

Bonne année 2018 à tous, santé, bonheur et réussite ! » Henrik Follmann



A l'image de la volonté de son dirigeant Monsieur Henrik Follmann, la collaboration entre ATTILA et Triflex est basée sur une philosophie de partenariat, qualité, sérieux et service.

La gamme de produits est intégralement fabriquée sur le site de Minden (Allemagne) qui est actuellement en cours d'agrandissement.

La nouvelle unité de production permettra une meilleure réactivité, tout en gardant le même objectif de qualité.

Depuis quelques mois l'équipe Triflex

De gauche à droite :

En haut : Stéphane Boutineau (région Nord), Jérôme Bodiguel (région Ouest), Ludovic Gravejat (région Rhône Alpes), Henrik Follmann (PDG)

Au milieu : Hakim Zemat (démonstrateur), Florian Gosset (technique), Anthony Biteau (région Sud-Ouest)

En bas : Xavier Bellan (région Est), Justine Gombert (marketing), Pierre-Yves Paepegay (prescription)

Dimitri Chassignolle | Responsable Achats

JEU DE LOGIQUE

Testez et développez votre logique pour gagner en efficacité et concentration...JLC

- 1 O 15 - A 1 - I 9 - C ? - ? 6. **Quels sont les lettres ou chiffres manquants ?**
- 2 XII ? - VI 3 - III 3 - XVII 6 - IX ? - V 2. **Trouvez le chiffre arabe qui manque après le chiffre romain.**
- 3 Les chiffres suivants sont attribués à quatre filles. Amélie 1 + 5 = 6 ; Cloé 3 + 5 = 8 ; Irina 9 + 1 = 10 ; Océane 15 + 5 = 20. **Quels chiffres doivent être attribués à Elisa ?**
- 4 1) Etat 2) Région 3) Département a) Arrondissement b) Canton c) Commune. **Quel est le mot de la seconde liste qui appartient à la même famille que les mots de la première liste ?**
- 5 Le général a 43 ans, le colonel a aussi 43 ans, le commandant (en retraite) a 73 ans, le lieutenant a 55 ans, l'adjudant a 53 ans. **Quel est l'âge du capitaine ?**
- 6 Pendant vos vacances, vous décidez de faire un jogging tous les matins. Vous courez tout autour du camping où vous résidez. Ce camping est un cercle d'1 km de diamètre. **Au bout d'une semaine, combien de kilomètres avez-vous parcouru ? A 22 km B 27 km C 25 km D 30 km.**

1. Réponse : Les nombres désignent le rang des lettres et la lettre de rang précédent. C'est la 3ème lettre de l'alphabet et la lettre de rang 6. Réponse : 4 consonnes et 3 voyelles, ce qui donne 43 ans pour l'un et l'autre. Dans le mot commandant, vous trouvez 7 consonnes et 3 voyelles, ce qui donne 73 ans. C'est un âge avancé. Dans le mot capitaine, vous trouvez 4 consonnes et 5 voyelles, soit 45 ans. Réponse : le camping est un cercle de diamètre 1 km. Son périmètre fait donc 3,14 m. Périmètre d'un cercle = 2 x Pi x rayon = Pi x diamètre = 3,14 x 1 = 3,14. A la fin de la semaine, vous aurez parcouru 7 fois le périmètre (une fois par jour), soit près de 22 km en tout : 7 x 3,14 = 21,98 = 22. **Donc réponse A.** pas la personnalité morale. Réponse : le mot commun est de la seconde liste désigne une collectivité territoriale. L'arrondissement et le canton n'ont pas la personnalité morale.