

# Entre Toits & Noues

Le journal du réseau ATTILA

## Franchise Expo 2018 : la présence remarquée d'ATTILA !



Cette année encore notre réseau était présent au salon de la Franchise à Paris, du 25 au 28 mars derniers. Et ce fut une grande réussite à plusieurs registres.

Cette édition 2018 est à l'image de l'engouement actuel pour le modèle de la Franchise en France qui séduit de plus en plus d'entrepreneurs.

Leader européen, la franchise française a vu son nombre de réseaux doubler ces dix dernières années et connaît une progression régulière.

En 2017, on recense près de 1 980 réseaux de franchise, plus de 74 000 « points de vente » pour près de 620 000 salariés et un CA de 59,55 milliards d'euros, en hausse de 8%. En termes de poids économique, la France est leader européen et 3ème au niveau mondial.

Enfin, 43% des franchisés sont des femmes comme quoi, il nous reste du chemin à parcourir...

Mais revenons sur cette nouvelle édition de Franchise expo, la 37ème.

Organisé conjointement par Reed Expositions et la Fédération Française de la Franchise, ce rendez-vous incontournable permet aux différents acteurs de la franchise (réseaux de franchiseurs, franchisés, investisseurs, porteurs de projets, experts...) de se retrouver en un seul lieu.

Quelques chiffres pour cette édition :

- 36 016 visiteurs dont 3 300 visiteurs internationaux
- 125 conférences et ateliers avec une fréquentation totale de plus de 8 350 auditeurs
- 585 exposants concernant 495 enseignes, 90 secteurs d'activité et 27% d'enseignes internationales

Franchise expo est l'occasion idéale pour les porteurs de projets désireux de franchir le pas de se renseigner sur la création d'entreprise et de découvrir parmi les enseignes présentes sur le salon celle qui correspond le plus à leurs attentes en termes de concept, de secteur d'activité, de services et d'apport financier. Mais c'est bien plus que ça. C'est aussi l'occasion pour un franchiseur de communiquer avec ses différents publics,

d'asseoir son image de marque, de recevoir ses franchisés, de mettre en évidence la bonne santé de son réseau...

Et cette année, cette édition a été aussi une formidable réussite pour notre réseau à bien des égards et s'est ponctuée de temps forts et d'échanges riches en partage.

Forte d'une notoriété grandissante, notre enseigne a reçu sur son stand la visite de nombreux candidats à la franchise souhaitant rejoindre le réseau ATTILA. Les profils étaient variés mais l'inspiration commune : mettre à profit leurs qualités entrepreneuriales, managériales et commerciales pour défendre la notion novatrice de Capital-toit. La structuration et la cohésion du réseau offrent aux futurs franchisés des perspectives rassurantes de développement. Le vif intérêt porté à ATTILA par les entrepreneurs en devenir démontre une expansion future de notre maillage national de la marque.



Comme chaque année, le rendez-vous incontournable de la franchise a récompensé de nombreuses enseignes pour leur stratégie et leur performance. Et une nouvelle fois, notre réseau a été reconnu et primé.

L'offre de services uniques proposée par ATTILA continue de rencontrer un vif succès sur le marché. Depuis sa création, ATTILA cherche constamment à mettre en place des prestations innovantes adaptées aux besoins des entreprises, des collectivités et des gestionnaires de patrimoine.

Cette démarche intelligente a d'ailleurs été saluée lors du salon. Ainsi, Benoit Lahaye, président-fondateur d'ATTILA, s'est vu attribué par le jury la mention spéciale « Franchiseur fédérateur » dans le cadre du

prix « Trophée du Franchiseur le plus audacieux 2018 ». Ce jury a également été conquis par les dispositifs technologiques élaborés pour former et accompagner en continu le parcours de nos franchisés. Ce sont toutes ces actions qui, entre

autres, constituent aujourd'hui les fondations de l'enseigne. Par ailleurs, cette distinction honorifique démontre une fois de plus la capacité de la marque à satisfaire ses clients, tant sur l'aspect technique que sur l'accompagnement.

Benoit Lahaye a également remis le prix du Coup de cœur du magazine L'express en faveur du réseau le plus solidaire ; notre réseau ayant été distingué sur cette thématique en 2015.

En plus de la présence de Benoit Lahaye à 2 conférences «



Ces nouveaux secteurs de la franchise auxquels on ne pense pas forcément - Le franchiseur vous accompagne : au démarrage, durant tout votre contrat. Jusqu'où et

comment ? », Laure Saillour, gérante de l'agence ATTILA Le Mans Sud est intervenue lors de la conférence « Développer votre projet ou votre réseau grâce au financement participatif ». Cette nouvelle édition mettant à l'honneur la Franchise a marqué un nouvel aboutissement prometteur pour notre réseau. À l'aube de nouvelles perspectives d'ouvertures d'agences, les valeurs et le savoir-faire unique de l'enseigne, les qualités humaines et professionnelles des attiliennes et des attiliens continuent de séduire et de susciter le respect. JLC

### On en parle

#### Visite d'un secrétaire d'état

Le vendredi 2 mars 2018, Monsieur Mounir Mahjoubi, secrétaire d'État auprès du Premier ministre en charge du Numérique, est venu à la rencontre de notre réseau, au siège à Montargis et s'est entretenu avec Benoit Lahaye, fondateur et président du réseau ATTILA.

En visite dans notre région, le secrétaire d'État a souhaité en savoir plus sur les réussites entrepreneuriales du département. Ce sont donc « deux chefs d'entreprise » qui se sont retrouvés au siège d'ATTILA afin d'évoquer les raisons du succès des entreprises françaises.



Il faut savoir que Monsieur Mounir Mahjoubi, diplômé de l'IEP de Paris, a par le passé remporté le concours des jeunes inventeurs et a fondé plusieurs sociétés.

Il a été par conséquent sensible à la présentation de Benoit Lahaye, qui a évoqué son parcours et les raisons du succès d'ATTILA, porté par une logique d'intelligence collective. Très inspiré par l'innovation et le digital, notre réseau compte continuer à miser aussi sur le « Capital-humain », essentiel dans la réussite de chacun.

Les échanges, fructueux et porteurs de projets, entre ces deux professionnels, ont été menés dans un contexte extrêmement convivial, ce qui ne pouvait être autrement entre deux chefs d'entreprise animés par l'esprit entrepreneurial.

#### Visite d'un président de région



Puis ce fut au tour de monsieur François Bonneau, Président de la région Centre-Val de Loire et de Dev'Up de visiter, le 23 avril dernier, le siège d'ATTILA ainsi que notre centre de formation à Villemeur.

Dans une société ouverte, coopérative et favorisant les initiatives innovantes, il a souhaité comprendre les raisons de la réussite de notre réseau et les valeurs ajoutées de nos programmes de formation ainsi que les méthodes déployées.

Ces dernières années, la formation est devenue une véritable dynamique. Elle est désormais considérée comme un investissement, garant du maintien durable des compétences des collaborateurs, de leurs évolutions dans leurs entreprises et à la finale, de la pérennité des sociétés.

Très à l'écoute, il a favorisé les échanges avec l'ensemble des personnes rencontrées.

Né à Amilly (à quelques centaines de mètres du siège), François Bonneau, titulaire d'un DEA de lettres modernes obtenu à l'université d'Orléans, a commencé sa carrière comme conseiller d'orientation.

Ce qui peut expliquer, sa curiosité sur le développement de la formation chez ATTILA.

Deux jolis clins d'œil pour notre réseau !

JLC

### L'édito de Benoît

#### « Ceux qui savent, ce sont ceux qui font »

Cette année, nous franchissons la barre des 80 agences et sommes en route pour atteindre prochainement celle des 100. Ce qui fait notre force c'est notre « intelligence collective ». C'est notre capacité à faire en sorte que notre management, quels que soient notre fonction, notre rôle, puisse ne pas solutionner les problèmes qui peuvent être directement résolus par nos collaborateurs. Nous devons apprendre à poser des questions plutôt que se croire obligés d'apporter des solutions toutes faites.

Pareillement, les collaborateurs ont bien souvent une meilleure compréhension de leur entreprise et une vision davantage orientée « terrain ».

Ceux qui savent, ce sont ceux qui font.

Faisons-en sorte que nos collaborateurs deviennent des « collaborateurs entrepreneurs » et leur permettant de se fixer les objectifs qui les stimulent le plus.

Ceux qui « travaillent » le mieux, sont ceux qui le font pour des raisons personnelles. Plus vous présentez le projet et le sens à une personne, plus vous suscitez son intérêt et sa motivation.

La motivation interne, autonome, qui ne nécessite par l'intervention d'un tiers, peut durer des mois, des années et

souvent même, toute une vie.

Il faut favoriser l'initiative personnelle, l'autonomie, la simplicité, l'innovation et le bon sens. Nous devons tous nous sentir concernés.

Je suis convaincu que cet esprit « d'intra-entrepreneur » nous anime toutes et tous au quotidien.

L'intra-entrepreneur marie le travail au présent, l'adaptation au futur et la force du collectif. Un intra-entrepreneur prend des risques et sait apprendre de ses erreurs, parce qu'il a confiance en son avenir. Il se déplace, il converse, il échange, ce qui lui permet d'apprendre aussi des erreurs des autres. Il est également « penseur », dans la mesure où il s'interroge en permanence, plutôt que d'être uniquement dans la proposition de réponses.

Je suis convaincu que cette posture fera encore partie très longtemps de nos gênes attiliens au sein de cette fantastique cellule organique qu'est notre réseau.

Bonnes initiatives à toutes et à tous.

Benoit LAHAYE | Président & Fondateur du réseau



## Histoires d'agence

### Le 4L Trophy 2018 : une histoire de famille



Le 15 février dernier Victor BOUCHER, étudiant en BTS, fils de François et Maud BOUCHER, respectivement gérant et chef de projet développement de l'agence ATTILA Ancenis, a pris part à la 21ème édition du Raid 4L Trophy en compagnie d'Antoine BLOND, son ami d'enfance.



matériels...), l'équipage N°899 (Victor et Antoine BLOND) a sillonné 6 000 kilomètres de route et de pistes désertiques à travers la France, l'Espagne et le Maroc.

A bord des véhicules, du matériel et des fournitures scolaires destinés aux enfants les plus démunis du Maroc, avec le partenariat de l'association « Enfants du désert ».

2 cartables devaient être embarqués. Finalement ce sont 7 qui seront distribués !

Cette association œuvre depuis 2005 avec le 4L Trophy, à la scolarisation des enfants, à la construction d'écoles et de salles de classe, au Maroc.

Chaque équipage devait également récolter 10kg de denrées non périssables à remettre à la Croix-Rouge française.

Les péripéties ont été nombreuses durant ces dix jours d'aventure au travers de paysages lumineux.

Et Victor et Antoine sont revenus avec des tonnes de souvenirs,

Victor s'est lancé dans cette aventure en portant haut les couleurs ATTILA.

Action solidaire en faveur de la population marocaine, le 4L Trophy est une aventure humaine au sens pur du terme. Le plus grand raid étudiant d'Europe est une épopée à travers la nature. Cette course d'orientation vise non pas à battre des records mais à relever le défi de l'orientation en milieu extrême pour des jeunes âgés de 18 à 28 ans. Cette année, ils étaient 2 600.

Après 10 mois de préparation intensive (préparation de la voiture, montage des dossiers techniques et administratifs, recherche de partenaires financiers, collecte de différents

d'images épiques et quelques kilos de sable en supplément ! Sport, altruisme, dépassement de soi, travail en équipe... autant de principes qui ont guidé ce jeune équipage tout au long de leur périple. Des valeurs qui ne sont pas étrangères aux valeurs du réseau ATTILA.

JLC



## Au coeur de nos valeurs

#### « La culture d'entreprise : le socle fondateur »

« Rationnelle, émotionnelle, la culture d'entreprise repose sur 3 piliers majeurs : la vision, la vocation et les valeurs. Il suffit de constater que les grandes entreprises ont jamais transigé sur l'idée de projeter leurs ambitions entrepreneuriales à des dizaines d'années (la vision), d'énoncer très précisément ce à quoi elles servent (la vocation) et de caractériser pour l'ensemble de leurs collaborateurs l'identité sur laquelle elles ne sont pas prêtes à transiger (les valeurs). Nous sommes dans cette dynamique, vous, moi, NOUS.

Au-delà du produit, du service, de la marque, c'est notre culture d'entreprise qui crée un avantage compétitif différenciant par rapport à nos concurrents.

C'est par la croyance que

qui ont pris part au Raid pour vivre une aventure exceptionnelle. Souhaitons bonne chance à France.

ALLEZ « la France » et ATTILA bien sûr ! JLC

### Raid Amazones du Touquet Paris Plage : une Attilienne a l'honneur



France DABEK, directrice de l'agence ATTILA Valenciennes, participera les 2 et 3 juin prochains, au Touquet Raid Amazones, avec le groupe des femmes dirigeantes de la FFB Hauts de France. Qu'est-ce que le raid Amazones ? C'est un raid aventure par équipe de deux femmes. Les concurrentes sont

pour la plupart des aventurières débutantes et le niveau du Touquet raid est à la portée de toutes.

Des activités diverses : course à pied, VTT, canoë, bike&run, orientation et une activité surprise d'environ 20 km par jour. Au rendez-vous, de belles valeurs : partage, solidarité et entraide.

L'année dernière, ce n'était pas moins de 250 baroudeuses

### ATTILA, un réseau solidaire



Le 6 septembre dernier, l'ouragan Irma dévastait les Antilles, suivi de près par l'ouragan Maria. Ils ont causé d'importants dégâts humains et matériels, notamment à Saint-Martin, Saint-Barthélemy, la Guadeloupe, la Dominique, Cuba et Haïti. Les chiffres des dégâts, publiés après la catastrophe, sont très élevés : 1,83 milliard d'euros sur Saint-Barthélemy et la partie française de Saint-Martin, selon le bilan de la Fédération française des Assurances. Irma a ainsi obtenu récemment le titre de « catastrophe naturelle la plus chère de France ».

Face à l'ampleur des dommages, pouvoirs publics et ONG se mobilisent depuis sept mois pour remettre sur pied les territoires détruits. Dès le lendemain de la catastrophe, la Fondation de France a lancé un élan de solidarité et a collecté 14 millions d'euros grâce à la générosité des donateurs. La Commission européenne a également annoncé mi-février qu'elle débloquerait 49 millions d'euros au titre de son Fonds

de solidarité, pour aider à la reconstruction de Saint-Martin et de la Guadeloupe.

Aujourd'hui, les écoles, les commerces, même certains hôtels ont rouverts, et de plus en plus de maisons sont de nouveau habitables, ce qui pourrait faire croire à un retour à la normale. Cependant, cette impression de normalité retrouvée est fragile et ne reflète pas la situation de la majorité de la population affectée. Les territoires touchés par Irma et Maria présentaient, avant la catastrophe, une situation économique et sociale difficile. Ces problèmes se retrouvent désormais exacerbés et certaines populations ont encore besoin d'aides humanitaires ou psychologiques. Les reconstructions sont également loin d'être achevées, alors que les besoins des habitants sur ce plan restent importants.

Concilier court-terme et long-terme est donc au cœur de l'action menée par la Fondation de France, comme le soulignait Axelle Davezac, sa directrice générale : « Il s'agit d'aider à « reconstruire la vie », en particulier pour les personnes les plus vulnérables, celles qui sont le plus affectées par l'ouragan et qui sont dans une grande détresse. Cela implique à la fois d'agir vite, bien, et dans la durée, car les besoins d'aide seront encore là dans 2 ou 3 ans. »

L'action de la Fondation de France s'articule autour de quatre axes :

- L'aide aux sinistrés (aide alimentaire, accompagnement social, soutien psychologique...);
- La relance économique, en soutenant principalement les petites entreprises, petits commerces et agriculteurs ;
- La réhabilitation des maisons, surtout par le biais de programmes d'accompagnement à la réparation ;
- Les actions éducatives et culturelles en faveur de la jeunesse notamment.

Fondation de France



Dans l'emploi des 14 millions d'euros confiés par ses donateurs, la Fondation de France souhaite favoriser les synergies et soutenir les réponses les plus efficaces aux besoins des populations aux Antilles. A l'écoute du terrain, des solidarités existantes mais aussi des difficultés, elle vise à concilier réponses à l'urgence et actions sur le long terme.

Son ambition reste avant tout de reconstruire la vie, dans tous ses aspects, et durablement.

Pour rappel, sous l'impulsion et la détermination de Laure Lahaye, épouse de Benoît Lahaye et Régisseur d'exploitation au sein de notre structure, le réseau ATTILA s'était mobilisé et avait témoigné sa solidarité en venant en aide aux populations des Antilles touchées, en contribuant avec un don de 25 500 euros.

Encore un grand merci à toutes et à tous pour cet élan solidaire.

JLC

## Développement

### ATTILA passe la barre des 80 !

Devenir le référent national dans le domaine de la maintenance de toiture au cours des prochaines années tout en étant l'un des réseaux les plus performants économiquement, organisationnellement et humainement, tel est l'objectif principal de notre réseau.

Afin d'asseoir notre présence nationale, nous misons sur une croissance à la fois interne et externe.

Interne, tout d'abord, en donnant l'opportunité à certains gérants « d'ouvrir un second secteur » suivant des règles précises et externe, en intégrant de nouveaux candidats à la franchise.

Et c'est dans cette logique, que 4 nouveaux gérants ont intégré le réseau ATTILA. Il s'agit des agences de Saint-Quentin, Béziers Ouest, Challans et Vannes Ouest.

Découvrons leurs parcours avant de nous rejoindre et souhaitons leurs toute la réussite qu'il se doit.



d'entreprise et rompre le risque d'isolement d'un gérant de société. En ce qui concerne son choix d'ATTILA, Raphael avait plusieurs motifs : « J'ai choisi ATTILA » indique-t-il « car le concept répond pleinement à un marché local, non délocalisable avec un risque faible de disruption. De plus le réseau ATTILA est très bien structuré pour accompagner le dirigeant dans toutes les phases d'évolution de son projet d'entreprise. Les méthodes fondées sur l'intelligence collective et participative pour faire progresser le réseau, ont raisonné en moi ? Enfin, des valeurs fédératrices basées sur le respect des femmes et des hommes dans leurs diversités m'ont définitivement convaincu. »

rapide, la priorité donnée à la sécurité et enfin les valeurs humanistes ».

#### ATTILA Vannes Ouest

La pertinence du concept dans le domaine de la toiture, l'humain et l'intelligence collective au centre de l'organisation et la priorité donnée à la sécurité dans les process de travail... voilà 3 raisons majeures qui ont animé Bruno Piettre dans sa volonté de rejoindre le réseau ATTILA.

Fort d'un parcours professionnel étoffé avec un début de carrière en Afrique de l'Ouest avec 6 ans dans l'industrie et le commerce de bois, puis 8 ans dans le secteur de la bureautique chez Kodak Pathé France dans les domaines commercial et management des ventes... 7 ans dans l'industrie des services (ACCOR Hôtellerie direction commerciale et d'exploitation) puis 10 ans comme chef d'entreprise dans le secteur du second oeuvre du bâtiment, Bruno a décidé d'entreprendre en franchise « afin de bénéficier du savoir-faire éprouvé d'une enseigne et de l'appui d'un réseau facilitant ainsi le changement de secteur d'activité, la sécurisation de l'étape de création et le gain de temps non négligeable ».

#### ATTILA Challans

Après 7 ans d'expérience professionnelle comme responsable d'agence dans le secteur de la location de matériels BTP / Industrie et 7 ans comme gérant d'une société spécialisée dans l'aménagement et le rangement sur mesure pour le particulier, Baptiste Bureau a choisi d'entreprendre en franchise car il souhaitait profiter de la synergie d'un réseau en s'appuyant sur un savoir-faire éprouvé.

Et lorsqu'on lui demande pourquoi ATTILA, il répond très naturellement « Je souhaitais m'investir dans un secteur d'activité avec un fort savoir-faire technique principalement en B2B. Et mon choix s'est porté sur ATTILA pour plusieurs raisons parmi lesquelles : un concept innovant dans le domaine de la toiture, la mutualisation des savoir-faire, une démarche participative, les valeurs humanistes conjugués à un développement rapide à l'échelle nationale ». JLC

#### ATTILA Béziers Ouest

Marc Gérardin, n'est pas un inconnu pour la majorité d'entre nous, puisqu'il a été animateur du réseau ATTILA pendant 3 ans.

Etant de « la maison », Marc était convaincu du bien-fondé d'ouvrir une agence ATTILA. Son parcours professionnel a renforcé cette conviction. Avec une formation Master 2 en management du développement commercial, il a acquis une expérience de 7 ans au sein de l'enseigne Tryba en animation et développement de réseau et de 6 ans à l'international (Antilles néerlandaises) dans la distribution agroalimentaire.

Comme beaucoup de candidats, il a décidé d'entreprendre en franchise afin de bénéficier d'un savoir-faire commun éprouvé et contribuer au partage de ce même savoir-faire.

Quand on l'interroge sur ses motivations d'avoir choisi ATTILA, Marc répond « la connaissance du réseau, le concept innovant dans le domaine de la toiture, un retour sur investissement

#### ATTILA Saint Quentin

Raphael Trepant, nouveau gérant de l'agence de Saint Quentin (département de l'Aisne) a un parcours éloquent.

10 ans dans la vente et le E-marketing dans les secteurs technologiques et de l'hôtellerie en région parisienne, 6 ans dans le conseil auprès des entrepreneurs dans l'Aisne et 4 ans en tant que maire (toujours actif) de sa commune.

Les raisons qui l'ont amené à « entrer en Franchise » ? Bénéficier d'un savoir-faire éprouvé, sécuriser le parcours du créateur

nous donnons à notre mission et le respect de nos valeurs que nous nous donnons la capacité de définir une vision à long terme qui donne un sens à l'ensemble de notre communauté humaine. La culture d'entreprise crée la distance nécessaire pour se déconnecter quand il le faut et renouer avec l'intelligence humaine;

Dans un monde parfois déshumanisé, elle permet aussi de renouer des relations d'humanité sans lesquelles la créativité et la projection vers l'avenir n'ont aucun sens.

Sachez-le, notre culture d'entreprise est l'un des facteurs clés de succès de notre réseau dans le futur, et je sais que je peux compter sur chacune et chacun d'entre vous.

Benoît LAHAYE, Président & fondateur du réseau ATTILA



## Séminaire

### «Le progrès ne vaut que s'il est partagé par tous» Aristote

Une fois de plus, le réseau ATTILA continue son Tour De France pour ses événements et le dernier séminaire gérants a eu lieu à Bayonne les 8 et 9 mars derniers.

Ce séminaire a été l'occasion de revenir sur la constante évolution du réseau. A la faveur d'un marché porteur, l'année 2017 s'est achevée sur une note positive. Le bilan exposé aux membres de l'assemblée a révélé, entre autres, les axes progressifs suivants :

- Un chiffre d'affaires en hausse de 25%
- L'ouverture de 10 nouvelles agences et 2 reprises
- 3 renouvellements de contrats
- Plus de 80 emplois créés au sein du réseau
- Le renforcement de l'équipe « tête de réseau »
- L'affiliation de nouveaux gérants pour 2018

Sans équivoque, les résultats de ces douze derniers mois

ancrent davantage la marque ATTILA comme LA référence incontournable du secteur de la toiture.

Programme de la 1ère demie-journée : introduction séminaire, bilan 2017 (chiffres et grands travaux), synthèse des visites nationales sur le projet dirigeant et réseau ATTILA, présentation par service des projets réalisés et à venir.

Seconde partie du 8 juin : après-midi, rallye de cohésion en 2CV sur «la route du piment», soirée ponctuée par un dîner dans un restaurant du «pur terroir».

Vendredi 9 mars : rôle et fonctionnement de la commission puis ateliers et tables rondes.

Le séminaire s'est conclu par un déjeuner frugal où déjà les souvenirs étaient d'actualité.

Au fil des années, les fondations permettant la construction de notre réseau performant ont été posées avec confiance. Aujourd'hui, ce sont bien des valeurs communes qui lient l'ensemble des gérants franchisés. Une dynamique constructive anime notre enseigne et lui donne à chacun de nous l'envie d'avancer. C'est dans cette perspective que le concept ATTILA tire toute sa puissance

JLC

## La sécurité

### L'animation sécurité : s'appuyer sur une méthodologie complète

Comme chacun le sait, la sécurité est notre priorité première à toutes et à tous, quels que soient notre fonction, notre ancienneté, notre statut. Elle est une implication au quotidien. Nous devons sans cesse œuvrer pour :

- Modifier les comportements
- Anticiper et gérer les situations à risques
- Eviter les accidents
- Gagner en efficacité
- Avoir des outils d'animation simples
- Construire et analyser des données statistiques dans une logique d'amélioration constante.

Vous l'aurez constaté, le management à la sécurité est un ensemble d'actions qui repose sur la performance d'une méthode en suivant un cercle vertueux.

Cette méthode repose sur le principe de la « roue de Deming », appelé encore le cycle PDCA (Plan = planifier ; Do = faire ; Check = évaluer, vérifier ; Act = agir, améliorer, corriger).

Elle est particulièrement intéressante pour les cas s'inscrivant dans une démarche d'amélioration continue en expérimentant de nouvelles sources de performance, comme celui de la



sécurité.

Plus globalement, la forme générale offre une véritable méthodologie et facilite l'agilité des collaborateurs.

Nous devons nous inspirer très fortement de cette logique pour le management à la sécurité.

Voici quelques conseils :

- **Plan : analyser, préparer, planifier**
  - Commencer par identifier et définir le problème ou sujet en question, analyser la situation
  - La problématique étant définie précisément, chercher ensuite les causes
  - Faire l'inventaire des solutions possibles et décider laquelle retenir
  - Préparer la mise en œuvre de la solution
- **Do**
  - Maintenant qu'une solution a été choisie, il est temps de passer à la mise en œuvre de la solution

retenue en respectant les étapes définies

- **Check**

- Etudier, évaluer les résultats par différentes mesures, suivi de performance



- **Act**

- Identifier les points d'amélioration et affiner la solution  
- Voici maintenant la phase de consolidation, qui permet de pérenniser la solution à l'ensemble du périmètre défini.

Les outils et process à votre disposition existent et il est important de s'appuyer dessus : charte sécurité, journées de la sécurité, saisie des presque-accidents, indicateurs sécurité ... vous les trouverez dans le MSF 07 Manuel Sécurité.

« Ta sécurité, ma sécurité, notre responsabilité ! »

Eric Poullaude | Directeur réseau

## Grands-Comptes

### ATTILA en congrès au Palais

Le réseau ATTILA, représenté par le service Grands-Comptes, participe pour la première fois de son histoire, au Congrès international des économistes de la construction. Cet événement se déroulera les 31 mai et 1er juin au Palais des Congrès à Paris.

Plus de 120 exposants auront rendez-vous avec les 1 500 visiteurs professionnels attendus provenant de 30 pays. Cet événement rassemble les acteurs de la prescription ainsi que l'ensemble de la maîtrise d'œuvre et d'ouvrage (économistes de la construction, architectes, ingénieurs, etc.).

Cette manifestation se réalise avec le soutien du Conseil Européen des Economistes de la Construction (CEEC) et des organisations professionnelles partenaires de l'événement (ADN construction, ICMS, IPMS et RICS).

Des tables-rondes et ateliers permettront aux visiteurs d'échanger et de s'informer sur le thème du coût global et cycle de vie des bâtiments avec plusieurs thématiques comme celle par exemple du numérique dans la construction au service des clients

De plus, le 31 mai, un grand débat consacré

à la transition énergétique et aux impacts sur le cycle de vie et le modèle économique du bâtiment sera organisé avec entre autres la participation de Brune POIRSON (Secrétaire d'État auprès du ministre d'État - ministre de la Transition écologique et solidaire).

Ce sera aussi l'occasion aux exposants de présenter leurs nouvelles offres de matériels, d'équipements et de solutions dans de nombreux univers métiers (Gros œuvre, Aménagement intérieur, Aménagement extérieur, Menuiserie et fermeture, Informatique, etc.).

ATTILA se devait d'être présent en ces circonstances puisque le thème principal est : coût global et cycle de vie des bâtiments, qui raisonne de concert avec notre challenge de marque « La défense du Capital-toit » de nos clients. c'est une véritable opportunité qui nous est offerte pour évangéliser notre métier auprès de ses publics clés et faire prendre conscience que nous apportons des solutions pérennes avec comme objectif premier la maximisation du cycle de vie des toitures en minimisant le coût global.

Jérôme DA FONSECA  
Responsable | Grands-Comptes



## Marketing

### Le client « type » 2018, c'est qui ?

Quelles sont les tendances pour 2018.

#### « C'est qui le patron ? »

De plus en plus de produits de grande consommation affichent aujourd'hui la garantie de contenir par exemple zéro OGM, zéro huile de palme... Une dernière étude indique que 3 français sur 4 n'ont pas confiance dans l'étiquetage des produits alimentaires. Cette défiance se retrouve dans les domaines de la banque, de l'assurance, de l'automobile. Les clients font désormais confiance aux autres clients (voir article « Commerce ») et de moins en moins aux marques.

Il s'agit donc aux entreprises de se préparer aux crises et de faire preuve de transparence. Elles doivent se préparer à rendre des comptes.

#### « L'usage oui, la possession non ! »

L'abonnement en tant que technique marketing n'est pas une nouveauté. Ce qui est nouveau, c'est l'extension du domaine de l'abonnement. La tendance actuelle va vers une préférence pour l'usage versus la possession. Par extension, l'abonnement s'est développé : abonnement à un vélo, une voiture, au cinéma, au TGV (TGV Max plus de 100 000 français) ... D'autres secteurs comme la culture et le numérique ont vu la part des abonnements exploser. Netflix avait 4 millions d'abonnés en 2005 et a passé la barre des 100 millions en 2017. Le nombre moyen d'abonnements par Français est passé de 3.6 abonnements en 2012 à 5.4 en 2017.

#### « En avant toute ! »

Aujourd'hui ¼ des clients appréhendant le contact avec le service client car tout s'accélère. Mais paradoxalement, il plébiscite cette instantanéité, cette rapidité. Il veut tout et tout de suite, en mobilité sur son téléphone. Il faut donc gérer une espèce

de paradoxe du client qui est à la fois dans une demande de plus grande rapidité de réponse d'un côté et de l'autre un stress qui naît de l'accélération. Aujourd'hui les marques doivent s'adapter au rythme de leurs clients. Pour info, la société chinoise Alibaba déclare avoir vendu 25 milliards de dollars de produits en 24h....

#### « Moi César, 10 ans ½, 68.9 cm² ! »

Le téléphone portable est devenu un canal de vente, mais aussi un canal de relation client important. En 2018, selon une étude, plus de la moitié du trafic, sera mobile en France.

Aux USA, cette barre a déjà été dépassée. Nous sommes vraiment dans un moment de bascule ou 8 téléphones sur 10 sont connectés, 25% des mobinautes ont déjà acheté sur leur mobile, sur 68.9 cm², qui est donc une nouvelle surface de vente.

L'enjeu pour les entreprises est de prendre conscience de cette réalité.

#### « Vous pouvez répéter la question... »

En 2020, un cabinet d'études prédit que la moitié des recherches sur smartphone sera faite par la voix. Aujourd'hui, ce qu'on découvre, c'est que parmi les utilisateurs de smartphone, 17% utilisent la voix quotidiennement. Le client est habitué à parler à son téléphone. En 1 minute, un être humain est capable d'utiliser 150 mots et de taper 40 mots. Comme on dit plus de choses, on va également plus vite, et pour les clients, le vocal est plus pratique et plus simple. Aux USA, il s'est vendu 27 millions d'enceintes connectées en 2017 et il s'en vendra 44 millions en 2018. En France, la CNIL a autorisé 9 banques françaises à faire des tests sur de la reconnaissance vocale. Une voiture sur 2 devrait être équipée d'un système de reconnaissance vocale à horizon 2020.

A bon entendre...Salut !

JLC

## Commerce

### Parce que vous le valez bien !

Nous sommes toujours à la recherche de nouveautés, pour développer notre activité. Et bien souvent, on oublie les fondamentaux. La recommandation commerciale en est la pure démonstration. Alors, pourquoi aller chercher midi à quatorze heures ? Comment l'utiliser comme levier d'affaires ? Tout d'abord sa définition.

La recommandation commerciale, c'est le fait que vos clients vous recommandent auprès de leurs proches : relations d'affaires, amis, collègues...Cela peut passer par une mise en relation commerciale ou bien par un acte « d'achat » sans que vous le sachiez. Toute la puissance du processus se trouve dans le fait que c'est votre client qui fait votre « promo » et assure le développement commercial en incitant « ses proches » à « consommer » du ATTILA. C'est fort ? Non ! C'est ce fameux marketing de bouche à oreille, appelé aussi marketing viral.

Pourquoi est-ce si efficace ? Parce que tout simplement, le fameux « prospect » préfère toujours croire un proche plutôt que vous, avec votre casquette commerciale. Il ne va certainement pas penser que sa « connaissance » veut lui vendre le produit ou le service en question. Telle est la force de la recommandation commerciale. Il n'y a qu'à voir le succès extraordinaire des sites qui proposent des avis et des conseils émanant de consommateurs.

Il faut bien prendre conscience des nombreux avantages de cette technique :

- Peu d'efforts de prospection, réduction des « coûts » de prospection
- Meilleur taux de transformation pour obtenir des rendez-vous
- Moins d'efforts pour convaincre le prospect, moins d'objections
- Réduction de la durée du cycle de vente.

Vos clients sont autant de « commerciaux » pour votre agence ! Il faudra veiller en revanche à ce que la qualité des prestations délivrées concourent à l'effet « Waouuu », si cher à Benoit Lahaye.

Cependant les recommandations commerciales « spontanées » ne sont pas suffisantes. la meilleure stratégie en la matière est de systématiser les demandes de recommandations auprès de vos clients. Il existe au moins 2 manières de procéder.

#### 1) La recommandation dite active

Il vous faut ici encourager votre client à exprimer sa satisfaction d'avoir travaillé avec vous. Vous devez lui demander explicitement s'il est prêt à permettre aux personnes

proches de bénéficier elles aussi de la qualité de vos services.

Ensuite il faut lui demander quelles sont les personnes auxquelles il pense et comment rentrer en contact avec elles. Il vous indiquera aussi les meilleurs canaux de communication : appel, courrier, e-mail... Il se pourra même qu'il les contacte de lui-même sans que vous lui demandiez. Un conseil : une fois les éléments en votre possession, entrez en contact le plus rapidement possible. Il serait mal venu de laisser trainer...

#### 2) La recommandation dite passive

C'est quand vous vous contentez de dire à vos clients satisfaits « comme vous avez apprécié le service ATTILA, il se peut que vous connaissiez des personnes susceptibles d'être intéressées par nos prestations. Que diriez-vous de leur en parler ? » Ici, il y a incontestablement déperdition des opportunités et aussi absence de suivi.

Il existe éventuellement une 3ème forme de recommandation : le parrainage Ici votre client s'implique par la « force des choses » car il va obtenir un gain : invitation à manger ou à un événement, cadeaux, plan de commissionnement...

C'est cette forme de recommandation qu'utilisent les marketings de réseaux », les sites de paris sportifs ou encore les systèmes d'affiliation. Je vous laisse juge.

#### Dernières recommandations :-)

- Faites le compte-rendu au client qui vous a recommandé en indiquant : « Grâce à vous, Monsieur XXX est devenu client de l'agence. Mon équipe fera tout pour le satisfaire. Merci pour votre précieux concours »

- Faites tout pour satisfaire la personne vers qui vous avez été recommandé. Lorsqu'un client vous recommande, il engage sa crédibilité. Non seulement votre client vous en recommandera d'autres, mais peut-être qu'il jouera le jeu à son tour.

- Demandez à vos clients d'afficher leurs « feedbacks », via la E-réputation, sur Facebook, les pages jaunes, Google My Business... valorisant ainsi leur satisfaction d'avoir travaillé avec vous ce qui vous permettra d'attirer de nouveaux clients.

65% des consommateurs sensibles au bouche à oreille et aux avis clients recommandent à leur tour leur enseigne.JLC



## Jeu de Logique

Vous aimez réfléchir et vous creuser les méninges ? Vous-vous réjouissez lorsque vous trouvez la solution ? Vous voulez tester vos talents ? Alors, Allez-y...JLC

- 1 2 4 5 7 8 9 ? Quel est le chiffre de trop dans cette liste ?
- 2 64 judokas sont inscrits à un tournoi. Le règlement est simple : il n'y a pas de combat nul et tout judoka qui perd son combat est éliminé. Combien de combats vont devoir être organisés pour désigner le champion ?
- 3 Si l'on additionne l'année de naissance d'une mère à celle de sa fille, plus l'âge que chacune a ou va avoir dans l'année en cours, on obtient la somme qui correspond à...
- 4 Une charade de Victor Hugo. Quand je rentre de mon tout, j'aime bien boire mon premier au coin de mon second. De quoi ou de qui s'agit-il ?
- 5 2, 10, 12, 17, 18, 19... Quel sera le prochain nombre dans cette suite ?
- 6 La mer la caresse. Et les mécontents la font. De quoi ou de qui s'agit-il ?
- 7 Nous sommes douze dans la famille. Je suis le second mais le plus petit. Qui suis-je ?
- 8 Mon 1er n'est pas contre. Mon 2ème embrasse à l'anglaise. Mon 3ème fait la cloche. Mon 4ème est un vieux loup. Mon 5ème commence à montrer qu'il a froid. Mon tout raconte la guerre d'Espagne.
- 9 Mon 1er a des plumes, pas de poil. Mon 2ème a des poils, pas de plumes. Mon 3ème contient parfois plumes et poils. Mon 4ème a des poils, pas de plumes. Mon tout n'a ni plume, ni poil. De quoi ou de qui s'agit-il ?

1. Le 4. Il s'écrit en effet avec six lettres, alors que les autres chiffres ne s'écrivent qu'avec quatre lettres.  
2. 63 combats doivent être organisés.  
3. La somme correspond au double de l'année en cours.  
4. Le théâtre (the, à, tre).  
5. 200. Si on écrit ces nombres en lettres, on remarque qu'ils commencent tous par un D. Après dix-neuf, le nombre suivant  
6. Un géranium. Géral - Rat - Rat - Nid - Homme.  
7. Le mois de février.  
8. « Pour qui s'agit-il ? », d'Ernest HEMINGWAY. Pour - Kiss - Sonne - Leu - Glai(g)l.  
9. Un géranium. Géral - Rat - Rat - Nid - Homme.