

“Il a fallu s'accrocher au départ pour réunir à la fois des offres accessibles et différenciantes et un nombre suffisant de bénéficiaires. Nous avons tenu, grâce à nos valeurs : dire ce que l'on fait avec clarté, faire ce que l'on dit avec courage, assumer ses résultats avec transparence, avancer ensemble avec générosité et confiance.”



Plateforme de services sport et bien-être de proximité

« **O** biz propose du mieux-vivre à ses bénéficiaires tout en augmentant leur pouvoir d'achat. » Il y a quelque chose d'un “Michel-Edouard Leclerc du bien-être”, chez Brice Chambard, impressionnant athlète de l'existence. Durant vingt ans, il cumule une carrière professionnelle dans le business développement pour des groupes internationaux, plusieurs formations continues (IAE, INHESJ, EMLYON...), une implication intense dans les domaines associatifs et sportifs (compétiteur, éducateur diplômé, entraîneur de champions, président fondateur de clubs, ...) et la pratique exigeante de sports d'engagement comme le kick-boxing, la boxe thaïlandaise, la plongée sous-marine, la chute libre... « *Mon MBA m'a servi de tremplin pour faire de belles rencontres et prendre du recul sur mon parcours.* »

Il fait entretemps la connaissance de Christophe Labare, ancien militaire, longtemps directeur de l'Établissement du Sang de Saint Etienne, avec qui il partage des expériences fondatrices. « *Nous avons couru ensemble la Saintélyon en 2008 et réalisé des actions sociétales qui ont conforté nos motivations et complémentarités.* »

Accueilli dans l'incubateur EMLYON, le tandem fonde Obiz fin 2010 pour rendre accessible aux consommateurs une offre de sport-loisirs-bien-être de proximité, au meilleur prix. Dans ses premiers mois d'existence, Obiz affronte une double difficulté : la confusion avec les sites d'achats groupés ou les inter-CE et un développement commercial coûteux. « *Nous avons redoublé d'efforts pour concevoir un*

modèle plus innovant, nous réorienter sur les grands comptes, construire un back-office performant et affirmer notre différence par les valeurs. »

Brice Chambard convainc des grands groupes d'utiliser Obiz pour renforcer le lien affectif avec leurs clients. « *Chaque contrat comprend une exclusivité sectorielle, des outils de marketing relationnel dédiés, un accompagnement dans la durée.* » Obiz conclut en parallèle des partenariats -non marchands- avec de très nombreux prestataires, régulièrement évalués. « *Il arrive que des bénéficiaires nous invitent à négocier pour eux des bons plans auprès de leurs partenaires préférés. Il y a une vraie logique de co-création de valeur entre tous, bénéficiaires, prestataires d'hyper proximité, clients et Obiz.* »

Obiz, “le réseau qui fait du bien”, séduit également des associations (Comité National Olympique et Sportif Français, Assemblée permanente des Chambres de Métiers et de l'Artisanat...), franchit le point mort en 2013, accueille en ses murs le ministre des sports, reçoit plusieurs distinctions, voit son chiffre d'affaires bondir à 1,3 million en 2014 et devrait dépasser 2,5 millions en 2015, avec 145 000 offres pour trois millions de bénéficiaires actifs.

Pour gérer au mieux l'hyper croissance, l'entreprise obtient la labellisation Pépites et explore désormais les potentiels du datamining. « *C'est l'une de nos priorités de développement, car comme le dit l'un de mes amis banquier : cash is king, but knowledge is power.* »