

OBIZ quand les services innovants s'exportent

Cette start-up multi récompensée a changé le paradigme économique des services à destination des salariés ou des clients des entreprises qui aujourd'hui veulent fidéliser ou séduire en apportant du bien-être et une image positive de leur marque. Aujourd'hui présent en France, il se développe à l'international sur les pays frontaliers dans un premier temps pour accompagner ses grands clients dans leur démarche RSE.



« J'ai créé Obiz sur une réelle motivation de vouloir donner au plus grand nombre un meilleur accès aux activités de bien-être, au sport et aux activités de loisir » explique **Brice Chambard** le président de Obiz.

■ ACCOMPAGNER LA DÉMARCHÉ RSE DES CLIENTS

« C'est assez simple : pour que l'on soit en forme cela demande de pratiquer ces activités et cela demande du temps et de l'argent. Ce que font mes équipes au quotidien c'est de trouver des solutions concrètes pour apporter du temps et des économies. Nous avons tissé pour cela un partenariat exclusif avec 35 000 partenaires de proximité, des commerces, des clubs de sport, des fabricants auxquels nous demandons une offre exclusive en échange d'une médiatisation gratuite de leur offre. Je suis l'anti-groupon, c'est gratuit pour mes 35 000 partenaires, j'ai une éthique forte, je mets les gens en relation directement, mais je demande un contenu, une offre exclusive »

Les grands clients dont parle Brice Chambard sont des grands groupes qui veulent développer leur politique RSE, comme Total, Vinci, EDF, Axa ... les bénéficiaires finaux sont soit leurs clients soit leurs salariés. Le plus de la méthode c'est de développer une image positive à tous les niveaux : « j'aide le commerce de proximité sur tout le territoire, je fidélise la cible client ou salarié, ou encore j'arrive en phase de conquête client, en leur mettant à disposition un service personnalisé qui fait réaliser aux bénéficiaires en moyenne 480 d'économie par an. Je participe au bien-être de ces derniers en contribuant à leur épanouissement dans leurs activités au quotidien. Tous les partenaires vont gagner en valeur ».

■ UNE OFFRE POSITIVE MISE EN VALEUR SUR UNE PLATEFORME TECH- NOLOGIQUE PERSONNALISÉE

La force de Brice Chambard est associée à sa plateforme technologique qui lui permet de personnaliser le service aux couleurs de ses grands clients et à utiliser le profiling de chaque utilisateur pour lui apporter une offre qui va l'intéresser

« Nous mettons au point une offre exclusive avec des partenaires qui peuvent la faire varier dans le temps en permanence sans que cela lui coûte, plus de Google Adwords, plus de bannière payante. Notre force c'est de pouvoir exiger de nos partenaires le meilleur, car c'est gratuit pour eux. L'absence de lien financier avec eux nous rend plus forts. Par exemple Nous avons par exemple passé un accord avec la fédération de l'artisanat et aujourd'hui les 22 000 adhérents de la fédération peuvent bénéficier gratuitement, moyen-

nant une offre avantageuse d'une promotion de leurs activités. »

■ DÉVELOPPER SON OFFRE À L'INTERNATIONAL REPRÉSENTE UN INVESTISSEMENT EN TEMPS ET EN CONSTRUCTION DE RÉSEAUX

Avec 27 collaborateurs et 1,8 ME de CA en 2016 Obiz est en phase de croissance forte car il sait déjà qu'il fera 3,7 M€ de CA en 2017 et il est rentable, mais sa finalité est plus dans le partage de la richesse créée plus que dans l'enrichissement personnel. « il nous faut 1 an ½ d'investissement sur un marché à l'étranger avant de pouvoir facturer le moindre euro de Chiffre d'Affaires » explique le créateur d'Obiz, « car c'est le temps minimum qu'il nous faut pour recruter le réseau de partenaires qui offres des privilèges à nos clients dans un pays. Sans ce réseau le service Obiz ne sert à rien. »

C'est à travers l'un de ses 30 grands clients que Obiz se développe à l'étranger. « Le premier a été Axa qui nous a demandé de nous déployer ailleurs en Europe. On a commencé par la Belgique, mais l'Espagne, l'Italie vont suivre très rapidement. A chaque fois nous allons nous efforcer de convaincre aussi des grands groupes locaux pour accroître notre portefeuille» Pour se donner plus de moyens, la société a monté un dossier H2020 auprès de l'Union européenne, car Brice Chambard espère qu'il fera 8 à 10 M€ de CA dans 3 à 4 ans et qu'il sera implanté sur la plupart des pays européens ...

Marc Hoffmeister