

L'INTERVIEW

Fondateur et dirigeant du réseau de clubs d'affaires Business O², **Olivier Talbert** rêve de faire intervenir Nicolas Sarkozy ou le patron de LVMH Bernard Arnault, lors de ses déjeuners.

© BUSINESS O²

OLIVIER TALBERT FONDATEUR ET DIRIGEANT DE BUSINESS O²

« MON OBJECTIF ? 35 BUSINESS CLUBS EN FRANCE D'ICI À 2022 »

PROPOS RECUEILLIS
PAR
**Élodie
Soury-Lavergne**

En 2013, Olivier Talbert a eu l'idée de monter un petit club d'affaires dans le Valenciennois, où il dirigeait déjà une société de vente de mobilier de jardin, La Villa d'Olivier. Six ans plus tard, son association Business O² chapeaute une quinzaine de clubs dans toute la France et a organisé plus de 320 déjeuners d'affaires. L'entrepreneur revient sur ce succès aussi inattendu que fulgurant.

Vous avez créé votre premier club d'affaires, le Hainaut Business Club, à Valenciennes, en septembre 2013. Vous attendiez-vous dès le départ à un tel succès ?

Olivier Talbert : Jamais ! Le premier club, c'est simplement l'histoire de deux copains, mon ancien associé Olivier Bonneval et moi-même. L'idée est née en janvier 2012, après une partie de tennis : mon ami était coach en ressources humaines et il n'avait pas l'âme d'un commercial. À la fin de ses missions, il avait du mal

à trouver de nouveaux clients. En partant de ce constat, nous avons eu envie de créer un petit club d'affaires. Mais les choses n'ont pas été simples. Les premiers retours de nos interlocuteurs sur le projet étaient mitigés, ils nous disaient : « Encore un club, il y en a déjà trop ! »

Mais vous n'avez pas renoncé...

O.T. : Non, mais nous n'étions pas vraiment sûrs du concept. Ça devait tourner autour du business et du sport... C'était très vague. Nous avons écrit près de 13 versions différentes du modèle économique ! Le déclic est venu lorsque nous avons assisté à une réunion du Club 44, à Mons, en Belgique. Ça nous a vraiment aiguillés dans notre réflexion. Le Hainaut Business Club a démarré en septembre 2013 avec 250 chefs d'entreprise dans la salle. Comme le concept a vite rencontré un certain succès, nous avons ouvert un deuxième club à Lille, le Flandres Business Club, en septembre 2014. Il a été suivi par l'Artois Business Club en septembre 2015 ; c'était notre tout premier club ouvert en franchise. Au-

« Au début, nos interlocuteurs disaient : encore un club, il y en a déjà trop ! »

aujourd'hui, l'association Business O² fédère 15 business clubs en France.

Pourriez-vous rappeler le concept de ces clubs ?

O.T. : Notre volonté, c'est de permettre à des chefs d'entreprise de réaliser des affaires ensemble, tout en leur évitant d'aller chercher à des kilomètres des compétences qu'ils peuvent trouver près de chez eux. Nous organisons une rencontre par mois entre les membres, sous la forme d'un déjeuner en tables rondes, durant lequel intervient une personnalité du monde économique, politique, culturel, sportif, culinaire, etc. Nous avons par exemple reçu François Hollande, le chef étoilé Thierry Marx, le réalisateur Claude Lelouch, le fondateur d'Auchan Gérard Mulliez... L'adhésion au club est de 1 400 € HT par an, auxquels il faut ajouter 55 € par déjeuner. Lors de chaque déjeuner, nous mettons systématiquement en avant deux membres du réseau.

C'est ce concept qui est à l'origine de votre succès ?

O.T. : Je pense que le succès est surtout lié à la professionnalisation du club d'affaires. Il existe beaucoup de clubs de ce genre gérés par des bénévoles : au début ils sont tout feu tout flamme, mais dans la durée, ça s'essouffle. J'ai une équipe de cinq salariés et ça fait une vraie différence. Nous avons aussi fixé des règles dès le départ et nous nous y tenons. Nous voulions nous différencier des clubs qui comptent trop de commerciaux, d'assureurs, de banquiers... Ce sont des personnes qui ont des choses à vendre mais rien à acheter. Nous avons fait le choix de mettre l'industrie au centre des clubs : deux tiers des membres sont des industriels ou des cotraitants industriels, et un tiers des prestataires de services. Il nous arrive de refuser des membres pour conserver cet équilibre. Cela permet aux dirigeants de trouver un réel intérêt business à nos déjeuners. Deux reprises d'entreprises ont même été réalisées via nos clubs.

Pour quelles raisons les chefs d'entreprise adhèrent-ils ?

O.T. : Nous comptons au total 1 500 membres, dont 450 dans les trois premiers clubs lancés. Nous avons réalisé une étude et nous savons qu'un tiers d'entre eux assistent à nos déjeuners uniquement pour faire du business, un autre tiers pour rompre la solitude du dirigeant et le dernier tiers vient pour les intervenants. Et je sais qu'un déjeuner a plus ou moins plu en fonction du nombre de textos que je reçois le lendemain !

BIO

1965
Naissance à Tours

1983
Obtient un CAP cuisine

1987 à 2005
Mène une nouvelle carrière professionnelle, depuis chauffeur-livreur chez Brioche Pasquier jusqu'à directeur commercial chez Candide.

2012
Il crée la société La Villa d'Olivier

2013
Il lance le Hainaut Business Club, premier club d'affaires d'une longue série

Le fondateur et dirigeant de l'association Business O² Olivier Talbert (à gauche) en compagnie de Gérard Larcher, président du Sénat, lors d'un dîner du Flandres Business Club en juin 2019.



Comment faites-vous justement pour mobiliser de tels intervenants ?

O.T. : Au début, mon associé et moi étions plutôt gauches... Nous ne savions pas vraiment ce que nous voulions et nous n'avions pas non plus les moyens de joindre ces personnalités que nous invitons aujourd'hui. Nous y sommes allés à l'audace et nous avons fait jouer notre réseau pour obtenir des coordonnées... Par exemple, le dirigeant Jean-Charles Decaux est intervenu récemment et j'en ai profité pour lui demander les coordonnées de Jean Todt, président de la Fédération internationale de l'automobile. Résultat, il va intervenir lors de l'un de nos déjeuners l'année prochaine. L'idée, c'est de provoquer le hasard. Mon rêve, ce serait de faire venir Nicolas Sarkozy ou le patron de LVMH Bernard Arnault... Je pense que j'y arriverai !

Combien de clubs pensez-vous pouvoir encore créer ?

O.T. : Mon objectif est d'atteindre 35 business clubs en France d'ici à 2022, dans les villes de plus de 150 000 habitants. Et je veux aller vite, pour ne pas être copié. L'ambition, c'est que chaque club d'affaires lancé devienne une référence dans sa ville d'implantation. Cela arrive en moyenne au bout d'un an ou un an et demi. En septembre, octobre et novembre 2019, des ouvertures sont programmées à Montpellier, Grenoble et Tours, en franchise. En tant que franchiseur, Business O² met à leur disposition plus de 500 personnalités susceptibles d'intervenir durant leurs déjeuners. En janvier, nous avons d'ailleurs créé une cellule événementielle, en nous appuyant sur ce carnet d'adresses. Nous proposons désormais aux entreprises de trouver l'intervenant idéal pour leurs manifestations, en fonction d'un cahier des charges qu'elles établissent. Business O² réalise un chiffre d'affaires de 600 000 € et va poursuivre ce développement. Pour m'y consacrer, je vais bientôt céder ma première entreprise, d'autant que mon associé a quitté Business O² il y a un an et demi. J'ai un réel problème de temps : mes nuits ressemblent à mes jours ! ■■■

