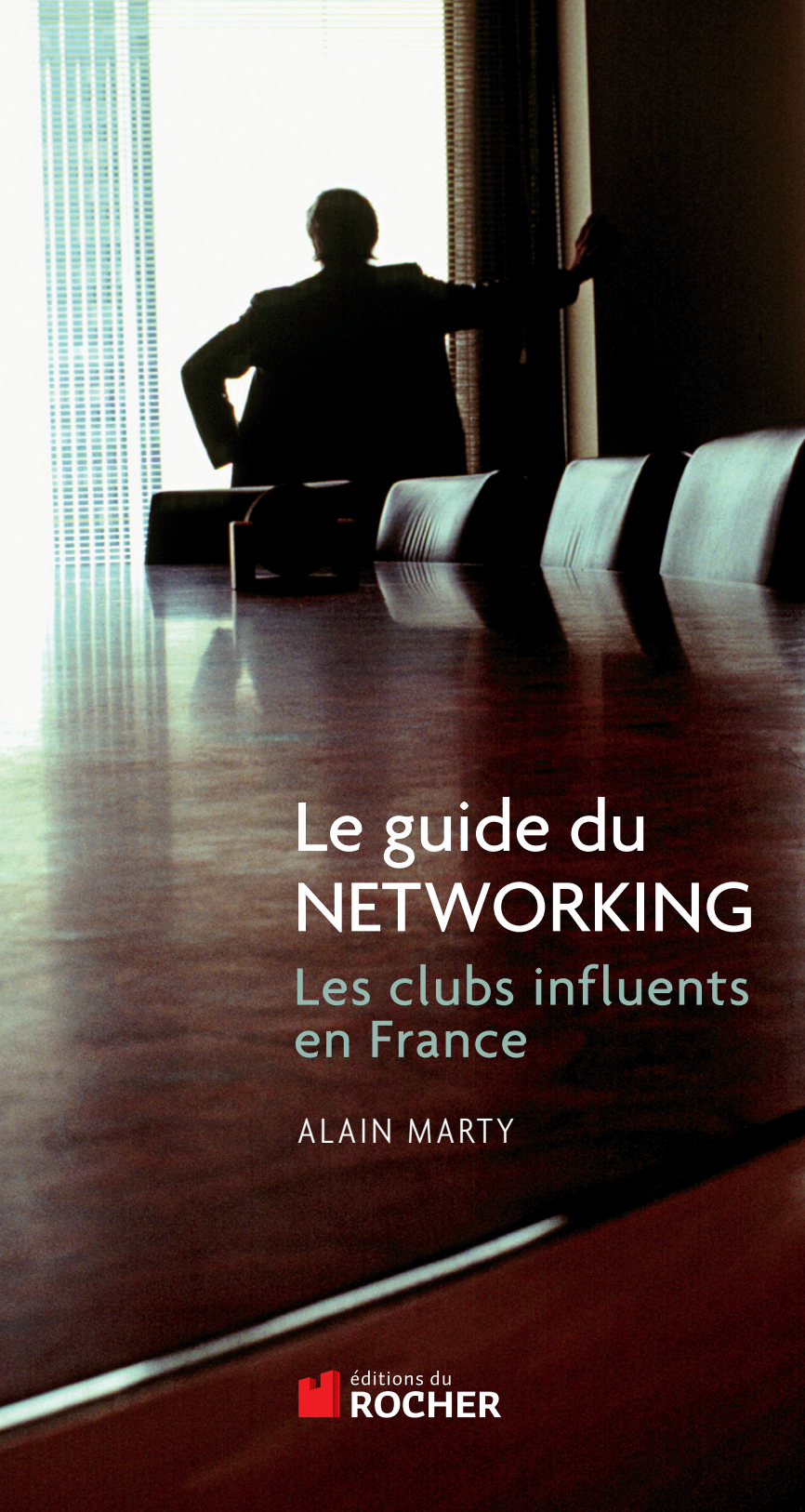

Le guide du NETWORKING

Les clubs influents en France

ALAIN MARTY

éditions du ROCHER

Le guide du NETWORKING

Le guide du NETWORKING

Les clubs influents en France

ALAIN MARTY

éditions du ROCHER

Du même auteur

Cercles et réseaux d'influence, Les Presses du management, 1997.

Réseaux d'influence, le guide des clubs en France et en Europe, Les Presses du management, 1998.

Réseaux d'influence, le guide des clubs en France et dans le monde, Ramsay, 2001.

Clubs et réseaux d'influence, le cherche midi, 2005 (coauteur).

Ils vont tuer le vin français !, Ramsay, 2007.

Le Guide des grands amateurs de vin 2009, le cherche midi, 2008.

Le Guide des grands amateurs de vin 2010, le cherche midi, 2009.

Le Guide des grands amateurs de vin 2011, le cherche midi, 2010.

Tous droits de traduction, d'adaptation
et de reproduction réservés pour tous pays.

© ÉDITIONS DU ROCHER, 2011.
ISBN: 978-2-268-07145-9
ISBN pdf : 978-2-268-00475-4

Sommaire

LE PHÉNOMÈNE RÉSEAU 13

Le phénomène réseau 15

Mes deux « règles de trois »,
par Vincent Beaufils, directeur de la rédaction
de *Challenges* 20

Palmarès de l'influence 2011 des personnalités
politiques en France 23

Palmarès de l'influence 2011 des dirigeants
d'entreprise en France 24

La franc-maçonnerie,
entretien avec Alain Bauer 25

Les réseaux sociaux,
entretien avec Dan Serfaty, fondateur de viadeo.com 36

Les clubs politiques 42

LES CLUBS DE A À Z 49

Accent sur Elles 51
Acsel 53
Aéro-club de France (AéCF) 56
Aïda 58
AJ Auxerre (Aja) 60
Ambassadeurs de l'Usap à Paris (Les) 61
Amicale ISAE Supaéro Ensica 62
ASM Clermont-Auvergne 64
Association amicale des anciens élèves de l'École
nationale supérieure des Mines de Paris (Mines
ParisTech Alumni) 65

Association des anciens élèves de l'EDC (Force EDC) 67
Association des anciens élèves de l'École alsacienne 68
Association des anciens élèves de l'École des Roches et du Collège de Normandie 70
Association des anciens élèves de l'École nationale d'administration (AAEENA) 72
Association des anciens élèves de l'École nationale des ponts et chaussées (Ponts Alliance – Ponts ParisTech Alumni) 74
Association des anciens élèves de l'IAE de Paris Sorbonne (AAE IAE - IAE de Paris Alumni) 76
Association des anciens élèves de l'Ipag 78
Association des anciens élèves de l'université Paris-Dauphine 79
Association des anciens élèves diplômés de l'École polytechnique (AX) 80
Association des anciens élèves, élèves et amis de l'École normale supérieure (A-Ulm) 82
Association des auditeurs en intelligence économique de l'IHEDN 84
Association des cadres bretons 86
Association des cadres catalans de Paris 87
Association des centraliens 89
Association des diplômés de l'EMLyon (EMLyon forever) 91
Association des diplômés de Télécom ParisTech (Télécom ParisTech Alumni) 93
Association des diplômés du groupe Essec (ADGE) ... 94
Association des diplômés HEC 96
Association des Edhec 98
Association des ingénieurs diplômés de l'ESTP (Sid-ETP) 100
Association des maires de France (AMF) 102
Association des moyennes entreprises patrimoniales - Syndicat des entreprises à taille intermédiaire (Asmep-ETI) 105

Association des Sciences-Po (Alumni Sciences-Po).. 107
Association ESCP-Europe Alumni 109
Association européenne des avocats 111
Association française des entreprises privées (Afep) 112
Association française des marchés financiers (Amafi) 113
Association France-Québec 115
Association internationale des anciens Roséens..... 118
Association «Les Supélec» 119
Association nationale des directeurs financiers et de contrôle de gestion (DFCG)..... 121
Association nationale des professionnels du marketing (Adetem) 123
Association Paris Europlace..... 125
Association pour le rayonnement de l'Opéra national de Paris (Arop)..... 127
Association progrès du management (APM)..... 129
Association sportive du cercle du bois de Boulogne (Le Tir aux pigeons – ASCBB) 131
Automobile club de France (ACF) 133
Biarritz olympique Pays basque (BOPB) 135
Bulle (La)..... 136
Centre d'étude et de prospective stratégique (Ceps) 138
Centre des jeunes dirigeants d'entreprise (CJD)..... 140
Cercle (Le)..... 142
Cercle d'Oc (Le)..... 144
Cercle de l'Étrier 146
Cercle de l'Ill..... 148
Cercle de l'union interalliée..... 150
Cercle de la mer..... 152
Cercle de la voile de Paris 154
Cercle des économistes (Le)..... 155
Cercle des nageurs de Marseille (Le) (CNM)..... 156
Cercle des professionnels arméniens (CPA) 158

Cercle du Jockey Club 159
Cercle Foch 161
Cercle MBC..... 163
Cercle national des armées (CNA)..... 165
Cercle républicain 167
Cercle Saint-Germain-des-Prés et Saint-Sulpice
(Castel)..... 168
Cercle suédois (Le)..... 169
Chambre de commerce France-Canada (CCFC)..... 171
Chambre de commerce suédoise en France (CCSF) 173
Chambre officielle de commerce d'Espagne
en France (Cocef)..... 175
Club Averroes..... 176
Club de la Maison de la chasse et de la nature..... 178
Club des amateurs de cigares de havane (Cach)..... 179
Club des Cent 180
Club des croqueurs de chocolat..... 182
Club des entrepreneurs de la Gironde (CDE) 184
Club des gentlemen-riders et des cavalières
de France (Club GRC) 186
Club des goûteurs de caviar..... 188
Club Esprits d'entreprises 190
Club Horizons (Le)..... 191
Club Ivy..... 193
Club L 195
Club La Pelle 196
Club Marseille la découverte..... 197
Club XXIe siècle..... 199
Comité Colbert 201
Commanderie du Bontemps 203
Confédération générale des petites et moyennes
entreprises (CGPME)..... 204
Confrérie du vin de Suresnes 206
CroissancePlus (C+)..... 207
Dîners celtiques (Les)..... 209

Dirigeants commerciaux de France (DCF) 210
Entreprise et progrès 212
Entreprise & Rugby 214
Entreprises de taille humaine indépendantes et de croissance (Ethic) 215
Entreprises & médias, association des directeurs de communication 217
Fédération des entreprises et des entrepreneurs de France (Feef) 219
Fédération Femmes 3000 221
Fédération française Business and Professional Women 223
Femmes Business Angels (FBA) 224
Femmes chefs d'entreprise (FCE France) 226
Financi'Elles 228
Fondation Jean-Jaurès 230
Fondation pour l'innovation politique (Fondapol) ... 232
French Jaguar Drivers Club (FJDC) 233
Golf de Joyenval 234
Golf de La Boulie 235
Golf de Morfontaine 237
Golf de Saint-Cloud 238
Golf de Saint-Nom-la-Bretèche 239
Grande chancellerie de la Légion d'honneur 240
Grandes écoles au féminin (GEF) 245
HaOui 247
Harley Owners Group (HOG) 248
Hénokiens (Les) 250
Honorix 251
Insead Alumni Association France 252
Institut Aspen France 254
Institut de l'entreprise 256
Institut Montaigne 258
ISG Alumni 260
Jeune Chambre économique française (La) (JCEF)... 262

Lions Clubs International France 264
Lounge Cigare Club 266
Medef 267
Mensa France 269
MiddleNext 271
Mouvement chrétien des cadres et dirigeants (MCC) 273
Ordre de Malte France 275
P&G Alumni France 277
Paris Country Club 279
Paris Saint-Germain (PSG) 280
Polo de Paris 281
Press Club de France 282
Pyramides (Les) 283
Racing club de France (RCF) 285
Racing club de Lens (RC Lens) 287
Racing Métro 92 288
Réseau Entreprendre 289
Ritz Health Club 291
Rotary International 292
Rugby Club (Le) 294
Rugby club toulonnais (RCT) 295
Saint-James Club 296
Siècle (Le) 297
Société des ingénieurs arts et métiers 300
Stade français 302
Stade toulousain 303
Stanford Business Club 304
SUA LG (Agen) 305
Syndicat national des entreprises gaies (Sneg) 306
Table ovale (La) 308
Table ronde française (La) (TRF) 309
Tennis club de Paris (Le) (TCP) 311
Terra Nova 313
Travellers (The) 315

Unilever Club 317
Union des patrons et professionnels juifs de France (UPJF) 319
Vieilles tiges d'hier et de demain (Les) 321
Villa Primrose 322
Wine & Business Club (WBC) 324
Women's Forum for the Economy and Society (The) (Wefcos) 328
Yacht club de France 330
Young President Organization (Ypo) 332
Zonta International, Zonta France 335

ANNEXES 337

Classement des clubs par thèmes fédérateurs 339

Classement des clubs par résonances géographiques 344

Qui sont les membres ? 349

Qui est Alain Bauer ? 353

REMERCIEMENTS, CONTACT 355

Le phénomène réseau

Le phénomène réseau

Qu'est-ce qu'un réseau ?

Nous avons tous notre propre réseau. Celui-ci est composé de nos contacts professionnels, mais aussi, à ne pas oublier, de nos relations personnelles et amicales.
Toute nouvelle rencontre l'étoffe. En fait, tout est réseau.

Mais il ne s'agit pas simplement d'accumuler des contacts, il faut les animer et les entretenir : prendre et donner des nouvelles régulièrement, transmettre une information, souhaiter un anniversaire, adresser ses vœux...

Les motivations pour rejoindre un réseau sont multiples : vouloir développer du business, partager une passion, réfléchir, se détendre, parfois également avoir la satisfaction d'« en être ». Le réseau se construit au sein d'associations, de cercles et de clubs. Ce sont des lieux d'échanges, de rencontres, de partage d'expériences. Parfois d'affaires. Dans tous les cas, être adhérent d'une telle structure, c'est s'assurer de ne pas ou plus être seul.

Les clefs de la réussite

Penser un réseau, voilà un réflexe que chacun devrait acquérir dès le début de sa vie active. Il est conseillé de s'investir dans trois types de réseau : l'association des anciens de son école, un club orienté « art de vivre », et un troisième, de type intellectuel, de réflexion. En fait, de multiples possibilités s'offrent au postulant : réseaux d'anciens (école, entreprise), groupements professionnels (fédérations, syndicats), clubs d'affaires, organismes à caractère caritatif, clubs sportifs...

Les clubs d'entreprise animent le tissu économique, industriel ou commercial de leur région. Les clubs de créateurs d'entreprise permettent le partage d'expériences et de bonnes pratiques, et aux jeunes dirigeants d'appréhender toutes les facettes de leur nouvelle fonction. Ils rejoindront sans doute plus tard un club de chefs d'entreprise ou un club de business. Dans le premier, la finalité – conclure des affaires – n'est pas mise en avant, même si elle est souvent sous-jacente. Si le second a un objectif clairement défini, ce n'est pas sans exclure toute une série d'activités : petits déjeuners, déjeuners, conférences...

À côté des clubs à orientation professionnelle, d'autres font appel à la générosité de ses membres, en temps ou en argent, pour les organismes caritatifs ; d'autres encore sont épicuriens, et pas question d'y laisser place aux préoccupations du quotidien ; d'autres, les clubs sportifs, sont des bouffées d'oxygène. Bon nombre de grands patrons ont des rendez-vous hebdomadaires immanquables avec leur club de golf. Ce n'est pas qu'une légende...

Des premiers pas

Avant d'affûter ses arguments, il aura donc fallu sélectionner les réseaux que l'on prétend rejoindre. En cohérence avec ses objectifs, ses attentes, parfois ses croyances. Il faut donc se poser les bonnes questions, et il est utile de rencontrer, sinon les responsables des clubs, cercles ou institutions retenus, du moins un ou plusieurs adhérent(s).

Les points fondamentaux à aborder lors de ces rencontres sont, outre les objectifs et le fonctionnement du club, l'investissement nécessaire en temps (combien de réunions chaque année ? à quelle fréquence ?) et en argent (y a-t-il un droit

d'entrée ? coût de la cotisation annuelle ? participation aux événements ponctuels ?). Il faut aussi s'intéresser de près au contenu des rencontres (débats ? exposés ? travaux des adhérents ? rencontres avec des personnalités ?...) et aux outils dédiés (annuaire ? newsletter ? site Internet à contenu privé ?...).

Ensuite, il faut réussir son entrée, et, pour cela, ne pas hésiter à remercier la personne qui vous a convié, l'organisateur de la manifestation à laquelle vous avez assisté, en faisant ressortir les points positifs retenus. Ou à proposer en retour un sujet de débat ou un thème de conférence, ou toute ressource pouvant être mise à la disposition de la structure tout juste rejointe (des compétences techniques, des salles de réunion, voire un contact utile).

De l'échange

Les réseaux répondent aujourd'hui à un besoin évident de partage. Partage de connaissances, de problématiques, mais aussi d'un intérêt commun. La recherche du moment convivial avec ses pairs fait sans aucun doute partie des motivations à rejoindre un club ou un cercle.

Résoudre une problématique (commerciale, économique...) ensemble plutôt que seul, voilà l'un des « avantages » à appartenir à une communauté. Comme « l'union fait la force », l'union apporte de la performance.

Du secret

En France, l'Occupation, durant la Seconde guerre mondiale, a laissé quelques stigmates. Le secret en fait partie. Dans la