



Réseaux D'INFLUENCE

Nouvelle édition

Le guide
du networking
en France

ALAIN MARTY

 éditions du
ROCHER

Le guide du NETWORKING

Le guide du **NETWORKING**

Les clubs influents
en France

ALAIN MARTY

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 : 978-2-268-08310-0

Sommaire

LE PHÉNOMÈNE RÉSEAU	13
Le phénomène réseau.....	15
Mes deux « règles de trois », par Vincent Beaufiles, directeur de la rédaction de <i>Challenges</i>	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'EM Lyon (EM Lyon 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 XXI ^e 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