

BUSINESS SPEED DATING

Trois minutes pour présenter ses affaires!

Connaissez-vous le *Business Speed Dating*? A Genève, Philippe Kneubuehler, fondateur de l'agence CKFD, spécialisée dans la communication événementielle autour du sport, a eu l'idée de s'inspirer des rencontres amoureuses rapides en série et de transposer le principe dans le domaine de l'entreprise. Les rendez-vous ont lieu quatre fois par année. Nous avons assisté à celui du 13 septembre dernier.



TOUTELA DIFFICULTÉ consiste à exposer l'essentiel de son projet professionnel et à écouter son partenaire faire de même en trois minutes seulement, tout en prenant, éventuellement, des contacts formels. Il faut aussi l'endurance d'un marathonien, l'opération se répétant à une cadence soutenue.

FLAVIA GIOVANNELLI

Pour sa troisième édition, la matinée consacrée au Business Speed Dating, mis sur pied par l'agence CKFD, connaît un succès qui saute aux yeux: près de septante participants – indépendants, chefs de PME ou cadres de grandes entreprises – se présentent autour d'un café qui s'avèrera par la suite bienvenu. C'est d'ailleurs sans perdre de temps que Philippe Kneubuehler, ancien patron de Genève Servette Hockey Club, expose les règles de ces rencontres: chaque participant doit prendre place en face d'un partenaire choisi au hasard, le duo ainsi formé disposant de trois minutes pour échanger l'essentiel. «C'est un concept inédit», explique Philippe Kneubuehler. «L'idée consiste à jouer en partie sur les capacités d'identification des participants, qui vont tenter de se rapprocher de ceux qui les intéressent, tout en ménageant une forte dose de surprise. Il se peut en effet que la personne qui prend place en face de soi ne soit pas du tout celle qu'on imagine! Mais ce n'est pas grave,

puisqu'il n'y a que trois minutes en jeu!»

Au premier abord, l'exercice peut sembler paralysant. Comment dire l'essentiel de son projet professionnel en si peu de temps, tout en écoutant l'autre et en prenant des contacts formels? En outre, la cadence est soutenue et il faut avoir l'endurance d'un marathonien qui ne se lasse pas de refaire la même chose... différemment.

Pour avoir mis en pratique la formule, il faut avouer qu'on repart avec un sentiment très positif. Les qualités de concision, de synthèse et de disponibilité sont de toute façon à cultiver pour chaque chef d'entreprise, confronté quotidiennement à l'objectif de convaincre. Ensuite, comme le relèvent de nombreux participants, l'initiative est à prendre comme un premier contact, qui débouchera sur «plus si entente», tout en permettant d'écarter en toute discrétion et élégance les candidats avec lesquels aucune affinité professionnelle ne se dégage. Que celui ou celle qui n'a pas passé un interminable dîner en ville à côté d'un séillant voisin

travaillant comme goûteur d'eau ou testeur de médicaments dans la phase alpha leur jette la première pierre! Beaucoup jugeront au contraire que les rencontres les plus courtes peuvent s'avérer les meilleures.

En ces périodes où le réseautage est d'ailleurs devenu indispensable, cette formule tranche en mêlant le ludique au professionnel. Il fallait sans doute être issu des milieux sportifs pour l'avoir imaginée. «Après avoir quitté le milieu de la compétition, j'ai créé le Team, un label qui associe les entreprises du bassin lémanique aux athlètes en mal de financement», explique Philippe Kneubuehler. «En contrepartie, nous offrons à ces membres quatre Business Speed Dating par année, ainsi que d'autres événements qui s'inscrivent dans cette logique de win-win», résume Philippe Kneubuehler. La prochaine session de Business Speed dating aura lieu le 29 novembre prochain. ■

www.ckfd.ch

Participation sur inscription, payante pour les non-membres du Team.

un patron m'a dit...

«La famille, c'est ma force!»

GERARD MICHELLODET SON FILS DIDIER, précédés par les parents Armand et Anita, ont bâti un empire de la boulangerie-pâtisserie-traiteur dans la vallée de Bagnes. A Verbier d'abord, profitant du développement du tourisme, et tout récemment à Sembrancher, où ils viennent d'investir huit millions de francs pour la construction d'un centre de production ultramoderne. Ils disposent de neuf points de vente, parfois avec tea-room. La cohésion de la famille a permis cette aventure prodigieuse.

PROPOS RECUEILLIS PAR
PIERRETTE WEISSBRODT

Gérard Michellod, la boulangerie artisanale est-elle un métier d'avenir?

Oui, c'est un métier d'avenir. Mon fils, âgé de 40 ans, poursuit l'aventure avec beaucoup d'enthousiasme et de passion. C'est aussi un métier de tradition. Dans notre famille, nous le pratiquons depuis plus de soixante ans. Mon père Armand a ouvert son entreprise dans le vieux village de Verbier en 1949, alors qu'était projetée la construction de la première remontée mécanique. Un meunier haut-valaisan l'avait aidé à débiter. La boulangerie était toute petite, les clients prenaient le pain sur la pelle.

Un métier d'avenir à quelles conditions?

La situation demeure difficile pour des raisons de concurrence, mais surtout pour des questions d'heures de travail et de congés réglementaires. Il faut avoir la fibre. Le métier requiert de la rigueur et de la sensibilité. Disposer de machines perfectionnées ne signifie pas «chaîne à pain». Le boulanger doit veiller à apporter des ajustements à chaque opération. C'est la signature de l'artisan! Nous avons affaire à une

matière vivante, à l'instar du vigneron-encaveur ou du cuisinier. Accomplir une maîtrise fédérale constitue un atout très précieux pour savoir gérer son entreprise. Je l'ai effectuée, mon fils aussi. Mais nous ne sommes qu'une dizaine en Valais à avoir consenti cet effort.

Est-il difficile de recruter des apprentis et de gérer le personnel? En ce qui concerne les apprentis, du moment que très peu de boulangers sont disposés à en former, il n'est pas difficile d'en recruter. Nous en avons six actuellement. Notre nouveau centre et l'extension de nos points de vente dans la vallée et en plaine nous permettent de stabiliser notre production et notre personnel. Auparavant, nous dépendions à 75% du tourisme et nous devions engager du monde à chaque saison touristique, sans savoir sur qui nous pouvions compter. Nous devions fermer la boulangerie deux fois cinq semaines par année. Aujourd'hui, la clientèle touristique ne représente que 25% de notre clientèle. La gestion du personnel en est facilitée et nous avons des collaborateurs en majeure partie très fidèles. Nous avons mis l'accent également sur la bonne organisation du travail et la rationalisation des processus.

Votre aventure est avant tout familiale?

Mon fils Didier assume la responsabilité de la production. Il a épousé une fille de boulanger, aujourd'hui responsable des points de vente et de leur personnel. Mon frère Jean-François, architecte, est président de notre conseil d'administration. Nous avons à cœur de travailler en famille. Mon petit-fils est encore jeune, mais il semble avoir déjà la fibre.

A Sembrancher, vous avez investi dans les économies d'énergie... Nous sommes sensibles à l'écologie et notre système nous permet de récupérer la chaleur non pas des fours, mais de tout notre équipement de réfrigération. Cela nous permet d'économiser environ 20% d'énergie. Nous sommes autonomes pour chauffer nos locaux en hiver et les rafraîchir en été. Nous pouvons également les humidifier, afin d'éviter que les déplacements d'air n'assèchent la pâte avant la cuisson du pain. Nos nouveaux fours comportent un circuit d'huile, ils sont aussi moins gloutons en électricité. Nous contrôlons toutes nos consommations par informatique, jour après jour. Nous n'avons pas encore de panneaux solaires sur nos toits, même si nous avons be-

soin d'un appoint pour l'eau chaude. Nous n'excluons pas une telle solution, ou géothermique voire éolienne, lorsque la technique et les coûts auront baissé.

Avec neuf points de vente dans la vallée de Bagnes et en plaine, de Saint-Maurice à Saxon en passant par Martigny et Fully, quel est votre volume de production?

Nous travaillons en moyenne une tonne et demi de farine par jour. Nous confectionnons quarante sortes de pain, de la pâtisserie et des produits traiteur pour apéritifs dînatoires froids.

Comment assurez-vous votre approvisionnement en matières premières et la qualité de vos produits?

Nous avons des contrats avec les Moulins du Rhône de Naters et les Moulins de Sion. Nous travaillons aussi avec le primeur QLC (Qui l'Eût Cru) qui nous livre des ingrédients prétranchés et sous vide (jambon, tomates, fruits), ainsi qu'avec le fournisseur allemand Pistor, par exemple pour les marmelades et les produits laitiers. Les denrées sont suisses. QLC diffuse en outre nos produits pré-cuits destinés à l'hôtellerie-restauration. Ces collaborations simplifient notre travail et nous assurent



Les boulangers bagnards Gérard (à droite) et Didier Michellod poursuivent l'œuvre entreprise par Armand à Verbier. Ils viennent de construire un grand centre de production à Sembrancher. (PHOTOS PW6)

la traçabilité des produits. Nous avons obtenu un label de qualité propre aux boulangers.

Comptez-vous poursuivre votre croissance?

Nous n'avons pas la prétention de nous étendre encore beaucoup, mais notre succès nous mène à installer encore un point de vente et un tea-room dans le nouveau centre Migros de Fully. Nos projets pourraient

en outre nous amener à développer à l'avenir un secteur chocolaterie.

Vous avez été président de l'Association romande des boulangers-pâtisseries, vous avez enseigné à l'Ecole professionnelle de Sion. Et aujourd'hui?

Je suis toujours membre de l'association, mais je n'enseigne plus. Ce rôle m'a passionné. J'aime motiver les jeunes. ■

Le Crem (Centre de recherches énergétiques et municipales de Martigny) organise un «5 à 7» jeudi 22 septembre au centre de production de la Boulangerie Michellod à Sembrancher. Thème: optimisation énergétique de processus industriels et récupération dans le froid industriel. Inscriptions jusqu'au 20 septembre, www.crem.ch.