

ECONOMIE | BNI : l'économie locale et bienveillante

21/11/2019 | Alors que BNI Dordogne-Gironde ouvrait ce mardi 19 novembre son 32ème groupe à Créon, AQUI! a pu rencontrer Stéphane Terraza, Directeur Régional de BNI.

Fondé en 1985 par l'américain Ivan Misner, BNI (Business Network International) est un réseau d'entreprises cherchant à se développer au niveau local. Misant sur l'entraide et la bienveillance au service de l'économie locale, BNI compte aujourd'hui plus de 10 000 groupes dans le monde. Parmi eux, BNI Dordogne-Gironde, rassemble 32 groupes dans le Sud-Ouest dont le dernier créé le 19 novembre à Créon. Autre actualité pour la délégation régionale de BNI, un changement de directeur. Rencontre avec Stéphane Terraza, gérant d'une agence de communication entré à BNI Dordogne-Gironde en 2009.

Un modèle économique basé sur la recommandation. « C'est particulier, en France » admet Stéphane Terraza, Directeur Régional de BNI Dordogne-Gironde. « On est là pour faire des affaires, mais pas n'importe comment, reprend l'entrepreneur. L'objectif n'est pas d'écraser la concurrence mais d'aider les autres à se développer tout en gardant un esprit positif ». C'est cette politique qui a séduit ce gérant d'une agence de communication lors de son entrée dans un groupe BNI en 2009. Il est important de noter que chaque métier a l'exclusivité dans son groupe. Par exemple, dans chacun des 32 groupes de BNI Dordogne-Gironde, il ne peut y avoir qu'un seul charpentier, restaurateur, ou journaliste, afin d'éviter la concurrence des métiers. Pour ce qui est du profil des entrepreneurs composant les groupes BNI, « ce sont plutôt des PME, même si des grands groupes peuvent en faire partie, cherchant à se développer au niveau local », précise Stéphane Terraza. Ce dernier trouve d'ailleurs l'attractivité grandissante de la Gironde et de la Nouvelle-Aquitaine très favorable au développement de BNI.

Stéphane Terraza résume le principe de BNI en deux mots : savoir donner. « On n'est pas là pour vendre un produit à nos co-membres, mais leur expliquer notre projet, notre stratégie et nous entraider. Il faut voir BNI comme un outil de stratégie marketing ». Il peut même arriver que des membres d'un groupe conseillent un client de leur réseau personnel à un co-membre. Ce dernier lui adresse un 'remerciement' indiquant le montant de la transaction effectuée. C'est de cette manière que BNI calcule son apport à l'économie locale. Ainsi, sur la base de ces 'remerciements' BNI a généré près de 58 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019, soit une moyenne de 50 000 euros pour chaque membre.



Par Yoan Denéchau

Crédit Photo : BNI Dordogne-Gironde