

# « Il existe à La Réunion un dynamisme et une inventivité commerciale remarquables »

Regroupant huit agences partenaires, ORA Groupe est un des principaux acteurs français de l'externalisation des fonctions commerciales. Le groupe s'est implanté à La Réunion en 2009 avec la création d'Optimark Océan Indien, organisatrice depuis 2022 du congrès StratCo Run des stratégies commerciales à La Réunion, dont la troisième édition aura lieu le 26 septembre prochain. Le président d'ORA Groupe, Rémi Baetslé, explique les raisons de cet intérêt marqué pour La Réunion, devenue pour le groupe une source d'inspiration pour de nouveaux développements avec, depuis peu, la création de l'association INOE Formation.

## Leader Réunion : Quelles sont les missions et la stratégie unifiant les différentes composantes d'ORA Groupe ?

Rémi Baetslé : ORA Groupe réunit huit agences spécialisées par secteur et par type d'activités commerciales : Optimark, RMA, Askell, Pharmanimation, Optiway Formation, Intérim Distribution TT, ACAP et Agence Marketing. La signature commune rassemblant ces huit agences, qui décrit ce que nous sommes et ce que nous faisons, c'est : « Ensemble, conjuguons durablement passion et expertise. » Il s'agit évidemment de la passion et de l'expertise de tout ce qui relève du commerce et du marketing opérationnel. Nous n'élaborons pas les stratégies marketing, nous les déclinons sur le terrain. Notre mission, dans ce large spectre d'activités liées au commerce, consiste à promouvoir les marques et les produits de nos clients, à guider et conseiller les consommateurs et les acheteurs (shoppers), dans l'objectif de vendre mieux et plus. C'est-à-dire d'une manière plus pérenne, en développant une pédagogie, en éclairant un choix. Pour y parvenir, nous avons un stratagème et une conviction. Notre conviction, c'est qu'il est nécessaire d'avoir une approche holistique de l'ensemble de nos métiers. Notre groupe offre ainsi une expérience sur dix métiers différents, nous permettant de décliner des approches et des stratégies à la fois en magasins, dans les réseaux physiques, et

sur Internet : le *on-line* et le *off-line*. Notre stratagème, c'est le management des offres et de tout ce qui tourne autour des sciences cognitives au service du marketing et du commerce, tout en valorisant le travail de nos équipes en magasin.

## Comment se met en œuvre cette stratégie ?

En étant proches de nos clients, proches des magasins, proches de nos collaborateurs, et au fait des tendances du marketing et de la consommation. Premier pilier de notre action : grâce à nos réseaux sur le terrain, nous sommes en mesure, d'une part de décrypter les tendances de comportement et d'achat, d'autre part de traduire ces tendances en enjeux de marketing et en enjeux commerciaux. Deuxième pilier : dans tout ce que nous faisons, nous devons être centre de profit pour nos clients. Avant d'être externalisé, un service commercial représente pour une entreprise un coût indéterminé servant une cause et un objectif supérieurs. Une fois qu'il est externalisé, le coût devient très concret en figurant sur la facture de fin de mois : pour justifier l'externalisation, il faut donc que nos clients en retirent un profit. Notre rôle est de les aider à être meilleurs dans leurs missions commerciales, et de leur faire gagner du temps et de la flexibilité. Notre troisième pilier est la reconnaissance du travail accompli, qui traduit la valeur ajoutée que nous apportons à nos clients



Rémi Baetslé, président d'ORA Groupe.

et aux consommateurs. Le quatrième pilier, c'est l'innovation technologique qui, en libérant des tâches techniques, dégage du temps pour concevoir et élaborer les actions qui créeront davantage de valeur ajoutée. La technologie est un faire-valoir ce que font les hommes. Quant au dernier pilier, il concerne également l'humain : c'est le management de l'humain. Comment motiver les collaborateurs au quotidien, les fidéliser, les impliquer ? Comment les faire progresser ? Et quand quelque chose ne va pas, avoir le courage de le dire. C'est tout cela que résume notre maxime : « Ensemble, conjuguons durablement passion et expertise. »

## D'où vient l'intérêt d'ORA Groupe pour les DOM ?

Nous sommes arrivés dans l'océan Indien parce que nous sommes proches de nos clients, et que certains de ces clients avaient des besoins dans cette région. Nous les avons accompagnés sur l'île avec notre stratégie d'offre complète en créant Optimark Océan Indien, qui



Objectif des opérations commerciales : promouvoir les marques et les produits, guider et conseiller les consommateurs et les acheteurs.

regroupe les compétences des forces de vente, du merchandising, de l'animation, de l'organisation d'événements, de la publicité en magasin, et qui est présent aussi sur Mayotte. L'océan Indien reflète ainsi toute la stratégie du groupe qui est de devenir le partenaire privilégié de nos clients. Qu'ils soient régionaux, nationaux ou internationaux, nous poursuivons la même démarche pour assurer la visibilité et le succès commercial de leurs marques de produits ou de services.

## Comment se situe StratCo Run par rapport à cette stratégie ?

Le projet de StratCo Run est né de la démarche que je viens de décrire : notre proximité avec nos clients, notre connaissance des tendances de consommation, notre objectif de devenir

un partenaire privilégié sur le territoire de La Réunion. Nous nous sommes dits : forts de cette proximité, de cette volonté et de ces savoir-faire, prenons conscience de notre expertise et assumons notre légitimité à organiser rencontres et échanges entre décideurs sur les stratégies commerciales au sens large. « Il existe à La Réunion, dans le domaine commercial, un dynamisme et une inventivité remarquables » Je l'ai ressenti dès mon premier voyage. Cela vient du fait que l'économie réunionnaise repose principalement sur la consommation et que le commerce y occupe une place très importante. Mais ce dynamisme et cette inventivité ont quelque chose d'exemplaires. Ils donnent à La Réunion sa propre légitimité pour montrer à la métropole tout ce qu'il est possible de faire dans ce domaine. Des idées sont



peut-être plus faciles à tester, les choses plus faciles à mettre en œuvre, parce que le territoire est petit, il n'en reste pas moins que les entreprises présentes à la fois en métropole et à La Réunion devraient s'interroger : une fois testée à La Réunion, pourquoi ne pas dupliquer en métropole une opération réussie ? Je fais partie des gens qui pensent que la métropole peut s'inspirer des réalisations commerciales réunionnaises.

## Le congrès StratCo Run sera désormais organisé par l'association INOE Formation. Pourquoi avoir créé cette association et quelles seront ses activités ?

L'événement StratCo Run est né du partenariat entre Optimark Océan Indien et Leader Réunion. Des clients proches et des partenaires nous ont tout de suite soutenus. Mais, après deux éditions, pour que cet événement s'enracine et continue à grandir, il nous a semblé nécessaire qu'il s'appuie sur une structure indépendante. Nous avons donc créé cette association. Il s'agit d'une association immatriculée à Saint-Paul, dont les buts sont de faire valoir la filière et ses métiers en organisant des événements destinés aux décideurs, et de développer la formation à ces métiers. Optimark Océan Indien devient l'un des prestataires membres de l'association, à laquelle nous confions l'organisation de StratCo Run dans l'objectif d'assurer sa pérennité.

(suite page 42)



À partir de cette année, le congrès StratCo Run sera organisé par l'association INOE Formation.

### **INOE Formation va construire et proposer une offre de formations ?**

Cette offre de formations est déjà en place. Elle démarre en métropole, notamment au sein de l'école l'EPIDE par une formation diplômante Bac + 2. Une formation certifiante au titre de promoteur des ventes va également voir le jour en partenariat avec la Croix Rouge. Cette offre n'est pas déclinée à La Réunion parce qu'elle ne répond actuellement à aucun besoin ni aucune demande locale. Mais j'espère, dans le futur, que nous pourrons la proposer aussi sur l'île. Il est clair que créer cette association à Saint-Paul a une forte portée symbolique. ORA Groupe en est un membre actif. Elle réunit également des personnes qui, non seulement, adhèrent, mais font des dons. Un beau début.

### **L'invité de marque du StratCo Run 2024 sera Xavier Terlet, directeur de l'innovation du SIAL. Pourquoi ce choix ?**

Le Salon international de l'alimentation est un événement très important qui a lieu tous les quatre ans. Beaucoup d'acteurs économiques réunionnais de l'industrie et

du commerce s'y rendent. D'autres n'ont pas la chance de pouvoir y aller. StratCo Run ne pouvait donc ignorer ce salon, cette année. Nous avons décalé la date du congrès pour cette raison. Notre idée est de faire venir un petit peu du SIAL à La Réunion avant la tenue du salon. De manière à ce que les gens qui s'y rendront puissent affiner leur intérêt pour certains sujets, et à les aider à préparer leur déplacement. Et pour ceux qui ne s'y rendront pas, afin qu'ils puissent suivre du plus près possible l'actualité de l'innovation alimentaire grâce à Xavier Terlet, expert de renommée internationale dans ce domaine, qui a accepté de participer à StratCo Run.

### **StratCo Run organise, pour la première fois cette année, les Trophées des stratégies commerciales de l'île de La Réunion. Evoluer, est-ce le principe qui va guider chaque édition ou le congrès a-t-il trouvé sa vitesse de croisière ?**

Restons humbles : il n'y a eu que deux éditions. StratCo Run commence à être un peu connu. Ses participants ont plaisir à y venir et y trouvent un intérêt. L'événement est donc installé. Nous passons en effet cette année à l'étape supérieure avec des prix et

des trophées, et donc avec une organisation plus complexe. Mais toujours dans cette optique de partager et d'échanger sur les stratégies commerciales et les tendances, et cet objectif de mettre en avant et de faire rayonner le dynamisme de l'île. Les Trophées sont un moyen supplémentaire de valoriser le dynamisme et l'inventivité commerciale dont je parlais précédemment en rendant hommage aux équipes commerciales de terrain. Je pense que cela contribuera aussi à mieux faire comprendre à nos partenaires et aux institutions ce que nous faisons et ce que nous sommes.

Olivier Soufflet



StratCo Run 2024, le 26 septembre au cinéma Cambaie, Saint-Paul. Informations et réservation sur stratcorun.re