

INTERNET

Les nouveaux intermédiaires

*Nous allons aborder maintenant la dernière partie de la journée. Celle-ci est consacrée à un outil qui devient incontournable pour nos activités : Internet. Vous êtes tous très « branchés », et il n'est nul besoin de présenter l'outil lui-même. Vous avez une messagerie, vous publiez vos pages personnelles, vous participez à des newsgroups. Les associations dont vous êtes membres apportent leur aide à la recherche de clients via leurs propres sites. C'est donc plus à **une prospective** que nous allons nous livrer cet après-midi. Que se passe-t-il sur Internet qui change, qui va changer notre façon de travailler ? Quels nouveaux services se développent, susceptibles de nous intéresser ? Nous allons demander à trois acteurs de présenter leurs offres. Ensuite, nous concluerons avec un expert de ce domaine, consultant lui-même et forte personnalité : Denis Etighoffer. Laissons d'abord la parole à Isalariat, qui est un portail présentant un certain nombre de services liés aux sociétés de portage ; à eQuesto, un service d'offres d'expertise ; et à Marketo.com, un service de sélection de fournisseurs.*

ISALARIAT.fr

Richard Puybasset, Isalariat. Bonjour, nous avons déjà parlé d'Isalariat.fr ce matin, portail développé dans l'environnement du portage. La chose la plus naturelle pour ceux qui veulent l'utiliser, c'est que ce concept soit transparent et clair, qu'ils sachent, s'ils choisissent ce cadre juridique pour développer leurs affaires, à qui ils ont affaire et où ils vont.

La première vocation de ce portail est donc de présenter clairement le concept. Ensuite, nous avons rajouté les services qui fonctionnent déjà au profit de la population qui veut travailler avec nous. C'est une démarche de qualité, une démarche de pérennité parce que nous souhaitons que ce concept évolue, on l'appelle la troisième voie. Nous sommes en effet très attachés à la liberté d'entreprendre et, bien que les personnes souhaitent garder un cadre juridique de salariés, ils ont la liberté d'entreprendre et de choisir leur mission et de bien les faire. Ils sont donc arrivés, dans leur business plan, à l'endroit où il leur faut choisir quelle structure juridique

prendre pour développer leur activité, ils choisissent « l'isalariat », très bien, mais qu'est-ce que c'est ?

Ils vont sur le portail et ils regardent. Ils regardent les conventions, les rémunérations, la responsabilité civile, la responsabilité juridique, tout est inscrit. C'est un portail de renseignements et de services, nous y publions la Charte, et il est ouvert à toute société qui souhaite développer le isalariat, respecter la charte, fonctionner comme nous. C'est une offre complète parmi laquelle les gens pourront à terme choisir, y compris entre différentes sociétés. Nous avons entendu parler tout à l'heure de la difficulté d'être seul, vous avez envie de trouver des partenaires parce que les missions sont de plus en plus complexes, vous voulez partager des expériences : vous avez un forum. Vous avez besoin de vous renseigner, par rapport à votre métier, par rapport à votre environnement : nous avons créé des liens vers des structures juridiques, des institutions, des associations, et dans le portail vous pouvez

avoir tous ces renseignements.

Ce que l'on veut, c'est que ce portail soit votre référence. Vous êtes libéraux, freelances, indépendants ? vous avez besoin d'un renseignement ? vous allez sur Isalariat.fr. Voilà ce que nous souhaitons faire, nous avons commencé il y a quelques mois, il n'est pas terminé, il va évoluer, nous allons apporter d'autres services à terme qui sont en train de se négocier.

Un responsable de la CFDT me disait récemment qu'avec l'évolution en cours, un salarié, qui veut rester salarié, verra son périmètre de confort, par rapport à son environnement social et à son travail, diminuer. Il y a deux éléments importants dans ce périmètre de confort, c'est d'abord son salaire qui, quand il choisit une structure comme la nôtre, est directement lié à son activité, à ses missions, à ses factures donc, c'est pourquoi il faut l'aider. Et deuxièmement, il faut l'aider à trouver des missions. C'est difficile, c'est le paramètre supplémentaire de l'indépendant par rapport au salarié : il faut avoir une démarche commerciale, il faut savoir vendre son savoir-faire, il faut savoir créer la confiance des futurs clients. A terme, donc, nous mettrons les personnes en rapport. Quand je dis « en rapport », c'est parce que, nous l'avons dit ce matin, nous ne chercherons jamais nous-mêmes les missions, ce n'est pas notre rôle, mais rien ne nous interdit de vous mettre en relation des personnes qui cherchent des missions avec des sociétés qui en ont besoin. Nous le ferons donc via ce portail, ils se rencontreront et nous, nous serons présent pour assurer le cadre juridique et social.

C'est le but du portail : une déontologie, un métier qui s'installe et une porte ouverte sur le marché pour développer

eQUESTO

Ouahid El Hedjaj, eQuesto.com. En France, le site s'appelle eQuesto.fr. Nous avons aussi ouvert deux autres antennes internationales puisqu'il y a maintenant un eQuesto en Italie, à Milan, et un eQuesto en Espagne à Barcelone. Nous sommes un site d'expertise professionnelle, c'est-à-dire que c'est un site qui fédère des experts de qualité, capables d'apporter des solutions à des cadres dirigeants d'entreprises, dans les domaines essentiels pour l'entreprise. Aujourd'hui, nous couvrons en gros, disons 11 grands domaines de compétences, qui se répartissent en une centaine de sous-domaines de compétences : juridique, informatique, Internet, technologie, marketing, fiscalité, etc. On couvre véritablement l'ensemble des domaines de l'entreprise. Nous avons aujourd'hui 1 400 clients, et à peu près 2 500 experts. Pour ce qui est des freelances, il est clair aujourd'hui pour nous que c'est une cible privilégiée en matière d'expertise,

vos activités, avec toutes les aides et renseignements indispensables. Nous sommes à l'écoute, venez sur le portail poser des questions, envoyez-nous des e-mails, et nous essaierons d'y répondre et c'est de cette façon que le site évoluera.

Que veut dire « isalariat » ? Isalariat est en fait l'évolution du salariat-partenaire dont a parlé Jean-Pierre Lilly ce matin : cela veut dire « indépendant salarié » – on a mis isalariat avec un I et pas avec le E de l'email, parce qu'on est en France, malgré tout. On souhaite que dans l'avenir, c'est peut être une grosse présomption, les gens disent : « je travaille en isalariat » comme « je travaille en intérim », « je suis indépendant », « je suis salarié » ou « je suis créateur d'entreprise ». On souhaite que ça devienne vraiment un concept, la *troisième voie* comme on l'appelle, qui permette à la personne d'avoir une liberté totale par rapport à son métier, à ses envies d'avoir des clients, de travailler avec eux, d'approfondir son savoir-faire, et notre rôle, c'est de le libérer complètement pour ses engagements et sa couverture juridique et sociale.

C'est un portail de services, un portail d'aide. On souhaite que ce soit le portail des personnes qui veulent travailler en indépendant, quelle que soit leur structure d'ailleurs, parce qu'il y en a qui viennent nous voir qui sont indépendants, mais qui ferment maintenant leur entreprise et qui deviennent isalariés.

Question dans la salle. *Quelle est votre rémunération ?* La rémunération, c'est autre chose, celle que nous prenons, comme toute société qui fait du portage, c'est 10 % des honoraires HT facturés. *Mais le portail, c'est inclus dans le prix ?* Complètement, tout à fait.

puisque, pour notre clientèle composée essentiellement de cadres, de dirigeants de PMI, PME et TPE, vous représentez exactement le type d'expertise qu'ils recherchent.

Comment cela fonctionne-t-il ? Pour être expert chez eQuesto, il faut être, soit un indépendant avec un véritable statut d'indépendant, soit une société constituée. Vous arrivez sur le site où vous trouvez un bouton qui indique « postuler pour devenir expert », vous remplissez un formulaire où l'on vous demande différentes informations sur votre parcours professionnel, vos domaines d'expertises, vos références. Par la suite les procédures de certification vous demandent de vous soumettre à une série de critères. A partir du moment où vous avez donné satisfaction, vous êtes autorisés à prendre en charge les demandes qui arrivent sur le site. L'inscription sur notre site est entièrement gratuite, le contact avec les demandes

des cadres et dirigeants d'entreprises référencées sur eQuesto gratuit aussi. Nous prélevons seulement une commission à partir du moment où vous réalisez une transaction avec un des demandeurs.

D'où viennent les demandes ? Les demandes sont collectées aujourd'hui par eQuesto. Nous mettons beaucoup de moyens en œuvre pour ce faire, par exemple, de septembre à décembre, nous avons lancé une très grande campagne de communication, nous avons investi six millions de francs pour faire connaître le site et collecter les demandes un peu partout en France. Nous avons aussi des actions proactives de marketing direct pour aller chercher directement, auprès des dirigeants et cadres de PME/PMI, les personnes qui sont susceptibles de recourir à nos services. Voilà aujourd'hui comment nous nous faisons connaître, avec, bien sûr, une politique active de partenariats, de cobranding et autre. Nous sommes partenaires officiels de nombreux organismes et, depuis 3 jours, nous sommes partenaire officiel du nouveau portail de services de l'*Usine Nouvelle*.

Lorsque ces gens ont pris connaissance de votre campagne de communication, quels sont les services que vous leur proposez sur le site ? Nous proposons aujourd'hui deux types de prestations, soit ce qu'on appelle la « question-réponse » à des préoccupations de gestion courante, donc à des problématiques de très court terme, soit de véritables missions en forme de projet, d'études, d'audit, etc. Aujourd'hui, la palette de prestations offertes va de la simple réponse à la mission pouvant s'étaler sur plusieurs mois, voire plusieurs années.

Lorsque vos clients ont un problème à résoudre, ils posent leur question et ils ont la réponse directement sur le site ? Ce n'est pas aussi simple que cela. Le client, après s'être inscrit, dispose d'un formulaire pour exposer son problème. Il remplit ce formulaire, il est ensuite guidé puisqu'on lui suggère : soit votre problématique est une problématique à court terme et, à ce moment là, c'est une « question-réponse », soit c'est un véritable projet qui nécessite la mise en œuvre d'une ingénierie, d'une gestion de projet. Dans ce cas, un chef de projet eQuesto va l'aider à formaliser ses besoins, à constituer un cahier des charges. Il va ensuite contacter les experts, pour faire une première short-list.

Si c'est une question simple, vous la transmettez à un expert ? Non, à l'ensemble des experts. On a, en moyenne, une trentaine d'experts par catégories, et on a constaté que, lorsque la demande était publiée sur le site, 4 à 5 experts au maximum répondent en même temps, en fonction de leur disponibilité, du niveau de la compétence exigée par la question, etc. Chacun fait une proposition et un devis chiffré. C'est ensuite le client qui retient la meilleure proposition.

Comment se passe le paiement ? Le client dispose d'un espace personnel et sécurisé sur le site, où il va consulter les réponses et dialoguer avec les personnes qui ont postulé pour répondre à sa demande. Il prend connaissance de l'ensemble des propositions et il en retient une. A partir du moment où il retient une proposition, il rentre ses coordonnées bancaires sur le site, et la somme qu'il soit réglé est préemptée chez un tiers de confiance, qui est en fait Atos BNP.

Chez Atos BNP, l'argent est mis en caution. L'expert répond, il y a un échange de courrier. Soit les individus s'entendent à travers le site, c'est un échange de mails traditionnel, soit cela se fait par relation téléphonique puisqu'on a mis en place un outil de mise en relation sous un système de double call-back, entre l'expert et le client, à travers le site. Une fois que le client est content, nous débitons sa caution et nous payons l'expert moins la commission qui revient à eQuesto.

Si le client n'est pas satisfait, nous avons une structure d'arbitrage, et nous demandons à chacune des parties de nous fournir tous les éléments permettant d'apprécier la qualité des échanges, et nous émettons un avis.

Lorsque la question se révèle plus complexe, s'il arrive un moment où l'expert dit : « Attendez, nous nous sommes mis d'accord sur 500 F, mais ça dépasse largement ce montant », comment cela se passe-t-il ? Dans la structure d'arbitrage que nous mettons en place, nous n'avons pas de parti pris particulier. Si on s'aperçoit que le client va trop loin, on clôt la prestation.

Très bien. Et si le client et l'expert se mettent d'accord ensuite en dehors de vous ? Nous n'avons pas encore été confronté au by-pass. Pour une simple raison, c'est que, quand on veut une garantie de paiement, il vaut mieux passer par le site.

Questions dans la salle. *Quel âge à votre site ?* La société a été créée en décembre 1999, la première version du site a été mise en place en mai 2000, et l'activité, telle qu'elle existe aujourd'hui, date de fin septembre 2000.

Comment validez-vous les compétences des experts ? On demande des références, bien sûr. Il y a tout un questionnaire à remplir, et dans ce questionnaire, il y a demande de production de certaines preuves et donc des références morales nous permettant de contacter ces références et de vérifier la validité des réponses. *C'est une capture de clientèle ?* Non, puisque nous ne faisons nous-même aucune expertise.

Quel est le pourcentage que vous prélevez, et qui le paie ? Le pourcentage est de 15 %. Lorsque vous faites dans votre

proposition, vous tenez compte de la commission d'eQuesto, c'est vous qui fixez votre prix... Dans l'autre sens, et comme le site fonctionne sur un système d'enchères, il y a toujours une harmonisation des prix, et au final, le client n'est pas lésé.

Vous pouvez rappeler dans quels domaines vous travaillez ?
Nous travaillons sur l'ensemble des problèmes de l'entreprise. La majorité des demandes, aujourd'hui, se situent dans le domaine juridique, comptable et fiscal, informatique, télécom et Internet, tout ce qui est import-export, achats, marchés publics, ressources humaines, marketing.

L'expert reste-t-il anonyme vis-à-vis du client. ? Non, puisque quand vous rentrez dans ce qu'on appelle « l'espace de proposition », lorsque vous remettez votre devis chiffré, votre fiche profil est attachée, c'est un outil d'aide à la décision. Il y a le nom de l'expert, son profil en terme de compétences, ses références clients et des agréments particuliers s'il en dispose.

MARKETO.fr

Bernard Mlakar, Marketo.fr. A l'instar de eQuesto, Marketo.fr (ou .com) est un site Internet, une place de marché. Ce sont des nouveaux lieux apparus avec Internet, des endroits où acheteurs et fournisseurs peuvent se rencontrer. Marketo est purement spécialisé dans le domaine des services généraux, et concerne tous les achats que font les entreprises dans tout ce qui est hors production : les gommes, les crayons, le papier, les photocopieurs, les prestations de marketing, de ressources humaines, et il y a quelques domaines de concurrence avec eQuesto. Le concept part du fait que dans les PME, vers lesquelles nous sommes orientés, il n'y a pas de directeur de service achats généraux, nous sommes donc là pour aider ces entreprises à acheter, à sélectionner des fournisseurs.

A ce jour, nous offrons à peu près 60 rubriques et couvrons 250 métiers. Quand un acheteur se connecte sur Marketo, que va-t-il trouver ? D'abord, des guides d'achats, totalement gratuits, disponibles, consultables : ce sont de petits fascicules qui vont déjà l'aider à comprendre des secteurs d'activité, et à qualifier son besoin.

Ensuite, il va pouvoir publier un appel d'offres en ligne, en remplissant un formulaire. Le principe est toujours le même, ces formulaires ont été rédigés par des professionnels, par des acheteurs, par des experts du secteur d'activité, ce sont en fait des cahiers des charges pré-rédigés qui vont l'aider à

Est-ce que, lors d'une intervention, l'expert peut se déplacer, et aller pendant 15 jours, un mois ou 3 mois chez le client ?
Dans la partie projet, certainement.

Quel chiffre d'affaire avez-vous réalisé, et combien de personnes êtes-vous ? Pendant les deux derniers mois de réelle activité en 2000, nous avons réalisé à peu près un million de francs de chiffre d'affaires, dont une grosse partie dans la structure projet. Pour l'instant, nous ne sommes pas encore bénéficiaire, bien sûr. Sur Paris nous sommes une vingtaine de personnes sur Paris, 4 personnes en Espagne, et 3 en Italie.

Combien avez-vous de commerciaux ? Nous n'avons pratiquement pas de force commerciale, puisque aujourd'hui l'essentiel du démarchage est fait par communication et par marketing direct. Sur Paris, notre petite structure commerciale est là pour faire du business développement, auprès d'institutions ou d'organismes ramenant de la demande en masse. Notre politique est essentiellement de développer des partenariats, des cobrandings avec des gens qui ont des problématiques similaires aux nôtres.

se poser les 15 à 25 questions pertinentes pour qualifier son besoin.

A partir de là, nous recevons cet appel d'offres chez Marketo, où il y a 30 personnes derrière l'écran. Une personne va réceptionner l'appel d'offres, va rappeler immédiatement, dans l'heure qui suit, l'acheteur, pour valider avec lui son appel d'offres et en vérifier le sérieux, parce qu'il y a aussi des gens qui essaient, qui font des tests, qui veulent comparer le marché.

L'acheteur étant qualifié, on va pré-sélectionner dans une base de données un certain nombre de fournisseurs. On envoie un e-mail à chacun des fournisseurs pré-sélectionnés, en leur disant : « Vous avez un appel d'offres correspondant à vos produits ou services, connectez-vous sur votre espace personnalisé-sécurisé ». Le fournisseur va donc prendre connaissance de l'appel d'offre rempli par l'acheteur, sans connaître, bien entendu, l'identité de celui-ci. Il décide de répondre ou non, et s'il veut répondre, il va en même temps nous payer puisque c'est le fournisseur qui paye la mise en relation. Chez nous, ce n'est pas une commission sur le CA, mais une somme fixe et forfaitaire, comprise entre 100 et 500 F en fonction du secteur d'activité. Par exemple, 100 F dans l'imprimerie où les marges sont faibles et 500 F dans le conseil parce que les marges sont plus confortables.

Ensuite Marketo va présenter 3, 4 ou 5 fournisseurs à l'acheteur – jamais en dessous de 3, jamais au-delà de 5, sinon nous ne faisons pas vraiment notre travail qui est de sélectionner les fournisseurs qui répondent bien à la demande de l'acheteur. On va déboucler l'appel d'offre, c'est à dire dévoiler l'identité de l'acheteur aux fournisseurs, et des fournisseurs à l'acheteur et ensuite le business retrouve ses droits, on retombe dans la vraie vie, acheteurs et fournisseurs se contactent, font leurs négociations, leur devis final dans lequel Marketo n'intervient pas.

Nous sommes vraiment et uniquement un site d'intermédiation entre acheteurs et fournisseurs. C'est-à-dire que nous n'allons pas négocier, ni pour l'acheteur ni pour le fournisseur. Libre au fournisseur de vendre plus à l'acheteur qu'il rencontre, de faire un meilleur prix, etc. Il n'y a pas vraiment encore de devis en ligne, c'est difficile pour certaines catégories, il est souvent nécessaire de revoir l'acheteur, le rencontrer, discuter, comme dans la vraie vie.

Qu'est-ce que ça peut vous apporter dans les professions freelances ? Eh bien, un moyen facile et pas très cher de trouver des clients. Votre prospection commerciale, si j'ai bien compris, est aussi un problème, donc, comme chez eQuesto, vous pouvez vous enregistrer comme fournisseur sur Marketo. Acheteurs ou fournisseurs, l'enregistrement est totalement gratuit ; quand vous êtes acheteur, vous n'avez pas de formulaire de qualification à remplir, bien sûr ; quand vous êtes fournisseur, vous expliquez ce que vous savez faire, ce que vous ne savez pas faire, vous remplissez un formulaire de qualification qui va nous permettre d'établir la correspondance avec une demande acheteur. Encore une fois, si vous êtes dans la catégorie fournisseurs, vous ne payez que si vous voulez répondre à un appel d'offres : vous n'êtes pas obligé de le faire, vous consultez l'appel d'offres, vous voyez ce qu'il contient, vous connaissez les tenants et les aboutissants et vous pouvez décider oui ou non, je réponds ou je ne réponds pas. Ça ne vous garantit aucune affaire puisque vous serez avec 4 concurrents maximum pour un appel d'offres, et qu'il vous faudra négocier votre offre finale avec l'acheteur. Côté acheteur, c'est 100 % gratuit, donc l'acheteur peut en émettre autant qu'il veut.

Nous sommes concernés des deux côtés, parce que, en tant qu'indépendants, nous gérons, nous aussi, nos fournitures. De l'autre côté, à titre de fournisseurs, nous sommes plutôt fournisseurs de prestations intellectuelles. Avez-vous, parmi vos fournisseurs, des services de traductions, par exemple ?

J'allais y venir, justement. Nous sommes orientés vers les PME, et nos clients acheteurs sont plutôt des PME, mais nous nous sommes rendu compte que certains grands groupes nous consultaient justement pour des besoins d'interprétariat, ou

de traduction de documents écrits. C'est une catégorie dans laquelle nous avons beaucoup d'appels d'offres, provenant même de sociétés assez importantes. Egalement, dans tout ce qui concerne la formation, nous recherchons des fournisseurs parce que, pour tout ce qui touche les grosses formations, on sait répondre, mais dès qu'on nous demande des formations pour 3 ou 4 personnes en informatique, bureautique, Excel, Word, et aussi pour les langues, nous n'arrivons pas à trouver toujours des fournisseurs adéquats. Nous cherchons des consultants en ressources humaines pour le passage des 35 heures, des conseillers pour passer à l'Euro, voilà une nouveauté qu'on va ouvrir prochainement ...

Pour des installations pétrolières, par exemple ? Non, rappelez-vous que notre domaine concerne les services généraux, tout ce qui est hors achats de production. Mais effectivement, nous cherchons toujours des gens produisant des produits ou des services, eQuesto recherche plutôt des experts, mais néanmoins, dans certaines catégories, nous sommes toujours à la recherche de fournisseurs.

Vous avez tout à l'heure que vous sélectionniez 4 ou 5 fournisseurs, comment faites-vous ? En fait, je vous ai dit que l'acheteur remplissait un formulaire pour qualifier son besoin, que le fournisseur remplissait un formulaire pour qualifier sa prestation. Pour croiser des critères discriminants, il suffit de bien concevoir les formulaires et ensuite d'avoir le bon algorithme qui va chercher, selon certains critères, le bon fournisseur en fonction la demande de l'acheteur. *Vous faites ça à la main ?* Non, enfin, il y a un peu de manuel de temps en temps, il ne faut pas le cacher, mais il y a une grande automatisation, et, avec l'expérience, on automatise de plus en plus.

Questions dans la salle. *L'acheteur ne remplit pas de formulaire de qualification autre que celui de son appel d'offre ?* Il remplit quand même une fiche d'identité, on lui demande son nom, son numéro de Siret, la taille de sa société, son chiffre d'affaires.

Vous ne prenez pas de renseignements bancaires ou financiers ? C'est un service que nous allons ajouter à nos prestations dans les semaines qui viennent, nous sommes partenaires de la Coface dans le système Atraiting, nous envisageons de faire un rating des acheteurs et des fournisseurs, c'est à dire, après chaque prestation, de vérifier auprès du fournisseur et l'acheteur comment s'est passée la prestation, et d'établir notre propre système d'annotations. Vous avez raison, notre valeur ajoutée est évidemment liée à tous les services associés, absolument.

C'est le genre de service qui va permettre de traiter de gros volumes, des mises en relation importantes de fournisseurs et

d'acheteurs, mais qui peut aussi permettre, si on n'y met pas des garde-fous, que n'importe quoi se passe à un moment donné. De la même façon que lorsque vous prenez les pages jaunes pour chercher un fournisseur. Oui, mais par exemple eQuesto met la somme en caution. Effectivement, mais ils vivent sur une commission, ce qui n'est pas notre cas, donc ils prennent en charge la transaction et sont obligés de se garantir un paiement. Il s'agit bien de notifier la commission qui est prise. Mais nous, ce n'est pas une commission, donc il y a rien de variable sur le site, et les sommes engagées sont modiques.

Trois questions, depuis combien de temps fonctionnez-vous, combien de contrats ont été réalisés par votre intermédiaire et quel est le montant moyen de ces contrats ? Le concept de place de marché a au maximum un an en France. Marketo fait partie des deux premières, nous existons depuis février 2000, le site est en ligne depuis fin mars-début avril 2000.

Michel Paysant. *J'ai une question à vous poser à tous les trois, est-ce que vous fonctionnez aussi avec des ressources publicitaires ?* Chez Marketo, clairement non, nous préservons l'identité des fournisseurs et des acheteurs aux maximums, et vous verrez que, sur le site Marketo, il n'y a absolument aucune publicité et nous ne vivons pas de ça. Dans l'avenir, je ne peux pas vous le dire... Même réponse pour eQuesto, pas de publicité. *Voilà une unanimité intéressante.*

En revanche, des choses qui se font de plus en plus, chez nous comme chez eQuesto, ce sont des partenariats, et nous sommes partenaires, par exemple, de la Société Générale : leurs clients PME ont un Marketo sur le site de la Société Générale, c'est à dire qu'il est peint aux couleurs de la Société Générale. Ce sont vraiment des partenariats actifs, qui font qu'il y a des gens qui viennent directement depuis le portail de la Société Générale, et de *l'Usine Nouvelle*, puisque nous sommes aussi partenaires.

Merci beaucoup de cette présentation, merci d'être venus et nous vous souhaitons à tous les trois Bonne Chance, il y a sans doute des gens dans la salle qui seront intéressés par vos services.

Depuis cette date, nous avons traité à peu près 2 000 appels d'offres – ce n'est pas forcément le nombre d'acheteurs inscrits qui compte, parce qu'il y a des acheteurs qui sont inscrits mais qui bougent jamais. Le plus petit appel d'offres était de 800 F pour des cartes de visites, le plus élevé de 15 millions pour du transport vers la Pologne. L'appel d'offre moyen est d'environ 45 à 50 000 F.

Au titre de fournisseurs, nous avons 6 000 numéros de Siren, parce qu'un fournisseur peut s'enregistrer dans plusieurs catégories. Par exemple, si on prend un loueur de voiture, et nous avons tous les plus gros fournisseurs, Hertz ou Avis, ils ont 400 points de ventes en France. Donc, c'est un seul numéro de Siren mais, en même temps, 400 points de vente qui peuvent assurer des prestations. Si vous avez une voiture à Strasbourg, une à Marseille, 3 à Toulouse et 4 à Paris, vous pouvez avoir 3 ou 4 appels d'offres impliqués avec un seul fournisseur derrière.