

Déjeuner Performance – Vendredi 21 avril 2006 ***Rencontre avec Olivier GINON, Président de GL Events***

Animé par David GARRETT

Après l'intervention de Corinne LAPRAS SCHMITT qui le décrit comme un gourmet d'exception, Olivier GINON prend la parole face à 400 personnes.

Créée il y a 27 ans, GL Events doit son succès à une alchimie entre les hommes et les femmes qui la constitue, aux méthodes de travail et aux circonstances qui lui ont permis de se développer dans les niches en pleine évolution de l'évènementiel.

Notre conférencier se dit chanceux. Son éducation lui a permis d'acquérir des valeurs qui sont devenues ses règles de conduite. Mais la chance, dit-il, appartient à ceux qui travaillent beaucoup et qui prennent des risques comme pour GL Events, aujourd'hui présente dans plus de 15 pays. C'est par une adaptation permanente au marché, et un accompagnement de ses collaborateurs au quotidien, avec la capacité à les mobiliser et l'engagement de les faire adhérer à un projet commun qu'Olivier GINON explique la culture de son entreprise tournée vers un client-roi.

Ce groupe de communication se positionne aujourd'hui sur trois segments d'un marché de l'évènementiel devenu mondial et en pleine concentration. GL Events propose depuis toujours des services aux organisateurs, mais s'est développé sur les segments de l'organisation d'évènements et la location d'espaces où se déroulent des évènements.

Ce développement s'est déroulé pour suivre une logique de mondialisation au fil des années.

Dans les années 80, GL Events, alors appelé Polygone, vendait son expertise de service auprès des organisateurs.

Les années 90 ont vu un métier en pleine mutation et une entreprise en restructuration. La recherche d'une taille significative a poussé GL Events à des acquisitions pour se développer sur de nouveaux marchés. 1998 : Introduction en Bourse de GL Events.

Le Groupe continue à grandir, en intégrant la gestion d'espaces, comme le Palais des Congrès de Lyon. Dès le début des années 2000, il est alors capable de proposer une offre globale de services incluant l'accès à des lieux d'exposition.

Face à ce développement, croissances interne et externe restent équilibrées et la structure financière tout à fait saine.

Les objectifs pour 2008 sont aussi impressionnants et pour certains déjà atteints :

- Doubler le chiffre d'affaire par rapport à celui de 2004
- Atteindre ainsi les 700 million d'Euros
- Réaliser 50% du chiffre d'affaire à l'international

Pour ce Président amateur de bonne cuisine, le parcours de son entreprise passé et futur est avant tout dû à la richesse humaine de GL Events, la créativité et l'imagination de ses collaborateurs, mais aussi la rigueur et le respect des budgets...

Questions à la barre

Charlotte, étudiante en dernière année

Question sur les profils recherchés par GL Events lors de recrutement.

Olivier GINON

GL Events recrute dans 73 sites nationaux et internationaux.

Le taux de rotation est fort.

Le diplôme est fondamental, mais GL Events recherche surtout des gens qui ont la pêche, qui ont envie de découvrir, de bouger et voyager, qui aiment gérer, inventer, créer.

Pour plus d'informations, aller voir le site www.gl-events.com

Autre étudiant

Questions sur l'implantation géographique et l'identité de l'entreprise face aux diverses et nombreuses acquisitions.

Olivier GINON

Le site de Brignais s'agrandit pour atteindre 10 Ha de structure où travaillent 700 personnes. Une nouvelle implantation est prévue sur le site de la Cité Internationale.

Pour garder l'identité de l'entreprise, le recrutement se fait pour des personnes qui ont la même philosophie, et qui sont ensuite formées dans l'esprit de GL Events.

Pour rester une entreprise à taille humaine, GL Events est en fait pensé comme un ensemble de petites entreprises au services desquelles se mettent les Services Généraux.

François MAYAUX, Professeur à EM-Lyon

Questions sur

- les frontières entre les différents métiers,
- la perception qu'ont les clients et concurrents de GL Events.

Olivier GINON

- Les frontières

Le volume d'activité énorme implique différentes typologies des clients.

Esprit Public, agence de communication, a été acquise dans le but de pouvoir répondre aux appels d'offres internationaux comme le Congrès Mondial de la Route qui aura bientôt lieu.

- La perception

Le client de GL Events accepte tout à fait le Groupe comme étant à la fois fournisseur et concurrent en particulier car le métier subi une forte évolution.

Questions du public

Par rapport au développement international, la politique est-elle de recruter localement ou d'expatrier ?

Ca a beaucoup évolué. Au début, GL Events se développait exclusivement en expatriant du personnel. Puis la tendance s'est inversée en recrutant essentiellement localement et en n'envoyant que quelques personnes du Groupe.

Aujourd'hui la question reste posée car GL Events cherche un équilibre, comme pour l'exemple de Rio de Janeiro où GL Events envoie un Français mais plutôt quelqu'un qui aura passé du temps là-bas.

Questions GL à Olivier GINON

Sa personnalité préférée : Galilée

Son film préféré : L'affaire de Ménélie

Un grand événement qu'il aurait aimé organisé : La chute du Mur de Berlin

L'événement le plus important qu'il a organisé : la venue du Pape à Lyon et les JO de Sidney

Son dernier fou rire : le matin même avec les Chinois qui rient tout le temps

Ce qu'il déteste : qu'on ne respecte pas sa parole

Ce qu'il aimerait qu'on dise de lui : qu'il essaye de ne pas ficher les gens

Le mot de la fin : Essayer de se surpasser pour aller plus loin