

TETE D'AFFICHE

Pilotis met en valeur le capital humain des entreprises



Le cabinet, qui s'est fait une spécialité des relations humaines dans le travail, aide les grands groupes et les artisans à vivre les mutations de leur environnement économique et à conquérir de nouveaux marchés.

Ce n'est pas une cellule de soutien psychologique mais cela y ressemble. Avec ses 18 salariés et une vingtaine de consultants extérieurs, Pilotis aide les entreprises à mobiliser leur personnel pour comprendre les mutations de leur environnement économique ou réglementaire et à y faire face. Les plus grandes, comme L'Oréal, La Poste, EADS, Lenôtre..., et de simples pharmacies d'officine ou encore des salons de coiffure bénéficient des services de la société fondée en 1993 à Boulogne-Billancourt (Hauts-de-Seine) par Philippe Tramond. Convaincu que la performance d'un service public ou d'une entreprise est largement liée à la qualité des relations humaines, il dispense des formations comportementales destinées à mettre en valeur les compétences des salariés. Pilotis enregistre ainsi une croissance moyenne de 25 % de son chiffre d'affaires annuel depuis trois ans et devrait atteindre 3 millions d'euros cette année. « *Nous sommes sur un marché porteur qui a progressé de 8 % l'année dernière* », explique le dirigeant. « *Les entreprises ont de plus en plus de besoins. En période de croissance, elles doivent former leur personnel pour répondre à la demande et, lorsqu'il y a une crise,*

il faut s'adapter », résume-t-il. La croissance de Pilotis repose sur le développement de l'activité avec ses clients existants et la prospection. « *Chaque consultant – ce ne sont que des seniors – est à la fois formateur et commercial pour rester en liaison avec le terrain* », explique Philippe Tramond. De plus, ses clients l'amènent à développer de nouveaux marchés. Pilotis travaille actuellement avec les pharmaciens d'officine pour les aider à prendre le virage de l'évolution des conditions d'exercice de la profession. De même, il aide actuellement L'Oréal à former les grossistes sur lesquels va reposer le lancement international d'une nouvelle gamme de produits capillaires. Il peut faire appel pour cela à des consultants parlant les langues les plus diverses. Parallèlement, l'entreprise se dote d'outils spécifiques. L'édition d'un livre pour permettre aux responsables de salons de coiffure d'optimiser leur gestion et un service de coaching en ligne, par Webcam et liaison audio, entrent dans cette catégorie. Pilotis s'est aussi doté d'une cellule spécifique pour les marchés publics destinée aux centres hospitaliers et aux collectivités locales. Signe des temps, il développe aussi une offre spécifique pour accompagner le changement, par exemple en préparant l'encadrement d'une entreprise à une fusion ou à une vente. Les Assedic, dans le cadre de leur rapprochement avec l'ANPE, sont l'un de ses gros clients du moment. A plus long terme, Philippe Tramond envisage d'ouvrir des bureaux en région pour se rapprocher de ses clients et étendre son offre sur les marchés locaux.

DOMINIQUE MALÉCOT