

Patrick Rein.

La leçon de pragmatisme

Patrick Rein est un fin stratège et un visionnaire. À Mulhouse, son entreprise, Activis, s'est vite fait un nom dans le domaine du référencement de sites internet. Il a également su fédérer les entreprises des TIC au sein de Rhénatic et aujourd'hui, il préside un autre réseau, Cogifactory. Véritable moteur de l'économie numérique alsacienne, l'homme reste simple et pragmatique.

« Je suis venu à l'informatique un peu par hasard. Je crois que j'ai réalisé mon stage de fin d'études dans l'informatique et ça m'a plu, donc j'y suis resté. Mais au départ, ce n'était pas une vocation. » Patrick Rein aurait pu se retrouver à la tête d'une entreprise dans l'industrie ou dans l'agroalimentaire... Ce qui est sûr, c'est qu'il aurait de toute façon été dirigeant. « J'ai toujours voulu créer mon entreprise. Je ne voulais pas de patron. Je crois qu'après avoir voulu être pilote d'avion, je voulais être chef d'entreprise. Je me sentais capable de faire ça », confie-t-il.

Avec cette volonté et cette idée en tête, l'homme s'engage dans une formation commerciale : il obtient un DUT Gestion à Mulhouse, puis entre à l'École d'administration et de direction des affaires, à Paris. Après un poste de responsable export dans une société informatique, il concrétise son ambition en 1996. Il crée Links Conseil, société de portage salarial et de conseil. Née à Mulhouse, l'entreprise sera déplacée à Paris et au moment où Patrick Rein vend ses parts en 2006, elle compte 1.000 salariés. Un premier coup de maître, que le dirigeant réitérera en 2000, en créant Activis avec Sébastien Rentz.

« Je sais où je veux aller »

Patrick Rein a toujours eu l'envie et le besoin de créer : « Certaines personnes sont créatives dans le domaine artistique, moi c'est dans le domaine des entreprises. C'est le seul secteur où je pouvais être créatif ». Et c'est un domaine où il excelle. Visionnaire, stratège, sens commercial, le dirigeant possède toutes ces qualités, en plus des bonnes idées. « Je pense avoir une bonne vision marketing et je sais où je veux aller. Ce sont les points les plus importants », affirme-t-il. L'homme possède également une

bonne vision du marché. Il sait s'en-tourer et anticiper. Lorsqu'Activis s'est trouvée confrontée à des problèmes de recrutement, le chef d'entreprise s'est rapproché de l'Université de Haute Alsace. Et, en avril dernier, est née la licence professionnelle de référenceur et rédacteur Web à l'IUT de Mulhouse. Problème réglé. « Quand je parle de stratégie, c'est ça. Il s'agit de trouver une réponse intéressante ». C'est du bon sens et c'est imparable.

Le maître mot de Patrick Rein est « pragmatisme » : trouver des solutions qui fonctionnent, qui répondent aux besoins et qui évoluent. Il applique cette règle aux produits qu'il propose à ses clients. Il connaît leurs attentes car il ne s'est jamais déconnecté de la réalité. À la tête de 35 salariés et d'une société pesant 2,9 millions d'euros de chiffre d'affaires, le dirigeant n'en a pas moins gardé des liens serrés avec ses clients. « C'est nécessaire pour comprendre et pour définir l'avenir », explique-t-il.

« Quand les feux passent au vert, il faut avancer »

À l'écouter parler de son parcours et de son approche du métier d'entrepreneur, cela paraît simple, naturel. En fait, c'est simplement que l'homme a du talent et demeure véritablement « taillé » pour être dirigeant. Il aurait d'ailleurs pu faire une grande carrière aux États-Unis. « Si Activis était aux États-Unis, nous serions beaucoup plus gros. Ici, nous sommes un peu bloqués par l'étroitesse du marché. Mais je ne me suis pas posé la question de savoir si ce que j'ai bâti ici, j'aurais pu le bâtir ailleurs. Je n'avais pas de volonté particulière de rester à Mulhouse, mais les choses se sont faites ici. Quand les feux passent au vert, il faut avancer ».

Julie Giorgi



● Patrick Rein : « Pour moi, un chef d'entreprise doit être un peu visionnaire, un peu stratège et un peu commercial. Il doit savoir où il veut aller ».

PARCOURS

1963

Naissance à Mulhouse

1986

Diplômé de l'École d'administration et de direction des affaires à Paris

1996

Création à Mulhouse de Links Conseil, société de portage salarial

2000

Création d'Activis avec Sébastien Rentz

2006

Se désengage de Links Conseil en vendant ses parts. Création de l'association Rhénatic

2007

Création de l'association Cogifactory, dont il est le président. Activis installe un bureau commercial à Fribourg

2008

Aménagement d'Activis dans ses nouveaux locaux : l'Activis Cube, au Parc des Collines

« Je pense que nous ne sommes qu'à la Préhistoire d'internet »

Vous venez d'inaugurer vos nouveaux locaux au Parc des Collines. Est-ce dans l'optique de grandir à nouveau ?

Entre 2000 et 2008, nous avons déménagé quatre fois ! C'est pour cette raison que nous avons construit un grand bâtiment de 1.200 m². Nous en louons une partie à d'autres entreprises. Mais oui, nous allons encore nous développer. Je pense que d'ici à trois ans, Activis comptera une centaine de salariés, avec un gros bureau à Paris. Nous sommes actuellement en négociation pour racheter une société parisienne.

Internet est déjà incontournable aujourd'hui. Pensez-vous qu'il le sera encore plus à l'avenir ?

Oui bien sûr. Je pense que nous ne sommes qu'à la Préhistoire d'internet. Aujourd'hui il n'y a pas de limites, tout le monde l'utilise, c'est devenu vital. Je pense que nous allons assister à de nombreuses évo-

lutions, notamment au niveau des systèmes embarqués, de l'ergonomie, de la rapidité, de l'accessibilité... On observe déjà une demande de plus en plus forte sur l'internet mobile. Nous y arriverons : les technologies sont là et les utilisateurs aussi.

Êtes-vous inquiet vis-à-vis de la concurrence asiatique ?

Non, je pense que nous possédons une bonne avance. Aujourd'hui nous travaillons en Amérique du Sud, en Arabie Saoudite et dans toute l'Europe. Nous avons également des prospects en Chine. Je vois plutôt la Chine comme un client potentiel énorme que comme un concurrent.

Après Rhénatic, vous avez créé cette année Cogifactory. Est-il important pour vous de travailler en réseau ?

C'est primordial. Dans le domaine d'internet, les demandes sont de plus en plus complexes. Nous som-

mes passés d'un environnement de généralistes à un environnement de spécialistes où les entreprises possèdent certaines compétences. Mais pour répondre à une demande plus large de leurs clients, elles devront se mettre en réseau.

Comment fonctionne Cogifactory, le centre de recherche sur le e-marketing ?

Nous avons mis en place trois groupes de travail. Chacun planche sur un thème : le premier thème est général, le deuxième concerne la réputation en ligne et le troisième examine le comportement de l'internaute. Nous réalisons des études et nous organisons des réunions. Nous avons créé Cogiclub, ouvert aux membres de l'association et aux personnes extérieures. Nous avons également créé une société, Cogilab, qui commercialisera les produits développés par Cogifactory. Plein d'idées émergent encore. Il y a tellement de choses à faire sur internet, on ne s'imagine même pas !

Il aime, il n'aime pas...

Il aime...

- Les voyages
- Les bonnes tables
- La musique baroque, le pop rock des années 70, le jazz
- Les spectacles (ceux de la Filature à Mulhouse, par exemple)
- Le ski et le golf

Il n'aime pas...

- Le foot
- Le bricolage
- La paperasserie
- La voix d'Edith Piaf