

LA PREMIÈRE ÉDITION DES « TRENDS SALES & MARKETING AWARDS » A LIVRÉ SON VERDICT

Ronald Gobert et Kim Beyns,

Organisés par les magazines « Trends » et « Trends-Tendances », les « Trends Sales & Marketing Awards » (T SMA) ont désigné Ronald Gobert (Groupe Gobert) et Kim Beyns (NGroup) comme lauréats francophones de cette première édition. Coup de projecteur sur ces deux experts qui se sont respectivement illustrés dans les secteurs « business-to-business » (B2B) et « business-to-consumer » (B2C). FRÉDÉRIC BRÉBANT /PHOTOS: JAMES ARTHUR GEKIERE (BELGAIMAGE)

Catégorie B2B

Ronald Gobert (Groupe Gobert)

L'histoire débute au lendemain de la Seconde Guerre mondiale dans un petit village du Hainaut. En 1946, Georges Gobert et son épouse Marie se lancent dans le commerce du bois à Thieusies et contribuent modestement à la reconstruction d'une Belgique meurtrie. Quelques années plus tard, leurs fils aînés Ghislain et Gérard rejoignent l'entreprise et lui donnent une nouvelle dimension en ajoutant le transport, mais aussi le commerce du mazout et du charbon aux activités familiales. Plus jeune, le troisième fils Hubert n'intègre la société Gobert qu'en 1975, mais participe aussi à sa diversification. La location d'engins de génie civil fait désormais partie de l'offre de services et, dans les années 1980 puis 1990, l'entreprise familiale se développe encore en rachetant plusieurs sociétés actives dans le négoce des matériaux de construction.

A 39 ans, Ronald Gobert incarne aujourd'hui la troisième génération de cette entreprise familiale. Fils du cadet Hubert, il dirige le groupe Gobert depuis une quinzaine d'années déjà avec 350 employés sous sa coupe. Florissant, le petit commerce hainuyer s'est en effet mué en une belle *success story* wallonne avec un chiffre d'affaires qui n'a jamais cessé de croître au fil des ans (125 millions d'euros en 2018 contre 90 millions en 2013). Principalement actif dans la vente de matériaux de construction et le transport fluvial, le groupe Gobert s'articule



désormais autour de cinq sociétés et réalise 80% de son chiffre d'affaires dans le secteur B2B, même si l'objectif est de booster à l'avenir la part du B2C grâce au nouveau site d'e-commerce de l'entreprise.

Peu connu du grand public il y a encore quelques années, le groupe Gobert a récemment dopé sa notoriété grâce à son implication réelle dans le monde du sport. En 2014, il s'est associé à Wanty – une entreprise spécialisée dans les travaux

publics et le génie civil – pour sponsoriser une équipe cycliste qui, depuis trois ans maintenant, participe au Tour de France sous le nom Wanty-Gobert. « C'est un événement marquant qui a non seulement fait décoller notre image, mais aussi nos ventes, témoigne Ronald Gobert. L'impact est énorme sur les réseaux sociaux et chaque mois de juillet depuis 2017, nous constatons une augmentation de 15% de notre chiffre d'affaires grâce à notre stratégie mise en place dans le cyclisme. »

L'administrateur délégué du groupe familial ajoute que cette implication dans le sport a eu aussi des retombées positives au sein de son personnel « qui a développé un sentiment de fierté et qui s'identifie davantage à l'entreprise, surtout cette année puisque le Tour de France est parti de Bruxelles pour l'édition 2019 », rappelle Ronald Gobert. Mais c'est surtout au niveau B2B que le groupe a dopé son activité commerciale grâce à sa présence dans le monde du cyclisme. « Nous avons innové en créant un *business club* qui se réunit quatre à cinq fois par an, détaille le patron. Nos clients sont invités à des événements chez nos partenaires et parfois à une course cycliste où participe bien sûr l'équipe Wanty-Gobert. C'est un cercle d'affaires qui est très proactif et qui permet de nouer facilement des liens commerciaux, tout en renforçant la notoriété des deux entreprises. »

Une initiative audacieuse qui vaut aujourd'hui à Ronald Gobert cette récompense des « Trends Sales & Marketing Awards » en catégorie B2B. ©