

update: consumer

04

**L'EMPLOI DANS L'INDUSTRIE
AGRO-ALIMENTAIRE**

09

**AVIS D'EXPERT :
LA GUERRE DES TALENTS**

Christian Klein, Human Resources Director –
L'Oréal Central America

13

DEXXON DATA MEDIA ET EMTEC :

La magie d'un Distributeur Grossiste
et de sa Marque

14

**INTERPARFUMS REÇOIT LE PRIX
SPÉCIAL DE L'INSPIRATION AU
PALMARÈS GREAT PLACE TO
WORK 2011**

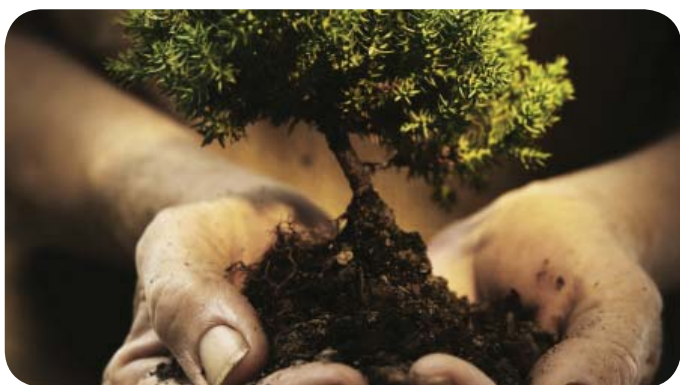
+

GRILLES DES SALAIRES

**A LA RECHERCHE DE NOUVEAUX
TALENTS ?**



2011 sera pour le marché de l'emploi l'année d'un retour progressif à la normale !



Après deux années de marasme et de crise prononcée dans de nombreux secteurs, la reprise se confirme puisque l'Insee note une accélération de l'activité économique en France depuis début 2011.

Par voix naturelle, le marché du travail poursuit lentement son redressement et le chômage des cadres se stabilise et amorce une décrue, après les fortes augmentations constatées en 2009 et 2010.

Un cercle vertueux serait donc à l'œuvre et l'Apec nous indique que cela devrait se traduire par une hausse des recrutements de cadres située entre +3 et +10%. L'ensemble des secteurs d'activité bénéficient de ce dynamisme, et même si les jeunes cadres avec quelques années d'expérience constituent toujours la cible première des recruteurs, les prévisions de cadres très confirmés progressent nettement. Comme toujours, ce sont les profils de cadres commerciaux qui sont plébiscités même si la presque totalité des fonctions devrait être orientée à la hausse.

Cette nette inflexion est également ressentie chez les cadres, et leur optimisme ne se dément pas même si beaucoup d'entre eux hésitent encore à franchir le Rubicon attendant de leurs employeurs des rattrapages (salariaux et d'évolution de carrière) ; gare donc aux entreprises qui négligeraient ces deux aspects, leur turnover pourrait être important.

2011 EST AUSSI POUR NIGEL WRIGHT LA CONFIRMATION DU SUCCÈS DE SA PRÉSENCE EN FRANCE !

Après plus de deux années de présence en France, notre croissance soutenue nous démontre que notre positionnement répond parfaitement aux besoins de nos clients. En effet, de plus en plus d'entreprises (PME, filiales françaises de groupes internationaux, groupes cotés) du secteur du Consumer et du FMCG nous font confiance en nous confiant leurs recrutements de cadres confirmés et de cadres dirigeants sur leurs fonctions Commerciales et Marketing, Opérations et Supports.

Cet Update Consumer est aussi pour moi l'occasion de les remercier pour leur confiance renouvelée mois après mois et de les assurer que toute l'équipe qui ne cesse de s'enrichir de professionnels talentueux s'efforcera de répondre avec expertise, générosité et disponibilité à leurs besoins futurs. Bonne lecture !

YANN FESSARD DE FOUCAULT

SENIOR MANAGER, FRANCE – NIGEL WRIGHT RECRUITMENT

Grilles des salaires

Notre étude de rémunération est établie à partir de l'analyse empirique de notre fichier candidats, des données concernant les missions réalisées par les consultants sur le marché français (en 2010 et 2011) ainsi qu'à l'historique que nous avons sur le marché du recrutement.

Il est important de noter que ces niveaux de rémunération peuvent varier sensiblement selon la taille de l'entreprise, son secteur d'activité et la rareté ou l'expertise très pointue de certains profils. Autre point important, mais non reflété dans cette étude, est l'écart persistant entre les salaires Paris / Province qui se situe toujours aux alentours de 15%.

La précédente étude portant sur l'analyse des salaires 2009/2010 mettait en évidence un gel important des salaires dans les grands groupes internationaux très exposés à la crise et une très faible augmentation de salaire (souvent indexée à l'inflation) au sein des PME.

Avec le retour de la croissance (amorcée fin 2010), l'évolution des salaires reprend son cours habituel. Les augmentations de salaire sont à nouveau à l'ordre du jour mais ne permettent pas de rattraper les gels observés précédemment.

Nous constatons une augmentation raisonnable proche des taux d'inflation dans les grands groupes et, quelquefois, a de plus forts rattrapages dans les PME et dans les entreprises intervenant sur des secteurs particulièrement concurrentiels.

De nombreuses entreprises, conscientes des risques encourus par une politique salariale trop restrictive, adoptent un traitement individuel destiné à satisfaire leurs cadres les plus méritants ou à fort potentiel.

Avec la croissance, les parties variables retrouvent également leurs niveaux habituels. Pour les populations commerciales (qui ont le moins souffert du gel des bonus pendant la crise), le calcul du variable est principalement assis sur la performance individuelle et/ou celle de leur direction. Pour les autres fonctions (y compris les fonctions d'encadrement), les bonus sont calculés assez généralement sur la double performance : de l'entreprise et individuelle (bonus quelquefois discrétionnaire).

Compte tenu de la forte spécificité de certains environnements (sectoriel et métier), n'hésitez pas à contacter Yann Fessard de Foucault pour affiner cette analyse.

YANN FESSARD DE FOUCAULT

SENIOR MANAGER, FRANCE – NIGEL WRIGHT RECRUITMENT

Executive (€)	Minimum	Maximum	Average
CEO	250,000	450,000	350,000
Managing Director	120,000	300,000	210,000
Commercial Director	110,000	180,000	145,000
Marketing Director	110,000	160,000	135,000
CFO	120,000	250,000	180,000
HR Director	110,000	180,000	145,000
Sales Director	90,000	150,000	120,000
National Account Director	80,000	130,000	105,000
Supply Chain Director	120,000	250,000	180,000
Purchasing Director	90,000	180,000	135,000
Operations Director	80,000	150,000	115,000
Technical Director	70,000	130,000	100,000
Production Director	80,000	170,000	125,000

Operations (€)	Minimum	Maximum	Average
Operations Manager	65,000	130,000	97,500
Production Manager	60,000	110,000	85,000
Supply Chain Manager	75,000	130,000	102,500
Quality Manager	70,000	110,000	90,000
Logistics Manager	65,000	110,000	87,500
Maintenance Manager	55,000	80,000	67,500
Engineering Manager	75,000	120,000	97,500
Shift Manager	50,000	80,000	65,000
Senior Buyer	75,000	130,000	102,500
Buyer	55,000	110,000	82,500

Sales (€)	Minimum	Maximum	Average
Sales Manager	60,000	110,000	85,000
National Account Manager	55,000	100,000	77,500
Key Account Manager	50,000	90,000	70,000
Business Development Manager	65,000	120,000	92,500
Field Sales Manager	60,000	90,000	75,000
Regional Sales Manager	50,000	110,000	80,000
Area Sales Manager	50,000	100,000	75,000
Category Manager	45,000	70,000	57,500
Account Manager	40,000	65,000	52,500
Junior Account Manager	30,000	45,000	37,500

Marketing (€)	Minimum	Maximum	Average
Marketing Manager	60,000	110,000	85,000
Trade Marketing Manager	60,000	100,000	80,000
Senior Brand Manager	75,000	120,000	95,000
Senior Product Manager	75,000	120,000	95,000
Brand Manager	65,000	110,000	87,500
Product Manager	60,000	110,000	85,000
Assistant Brand Manager	35,000	60,000	47,500
Assistant Product Manager	35,000	55,000	45,000
Customer Insight Manager	55,000	90,000	72,500

Support (€)	Minimum	Maximum	Average
Tax & Legal Manager	60,000	120,000	90,000
IT Manager	60,000	150,000	105,000
Accounting Manager	50,000	90,000	70,000
Financial Controller	65,000	110,000	87,500
Human Resource Manager	60,000	100,000	80,000
Office Manager	45,000	70,000	57,500
Treasury	60,000	130,000	95,000
Public Relations Manager	80,000	120,000	100,000

L'emploi dans l'industrie agro-alimentaire

Premier secteur industriel français et deuxième employeur industriel de France, l'industrie agro-alimentaire a réalisé 147 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2010.

L'ensemble du secteur contribue au maintien de l'activité économique et compte environ 400.000 salariés, dans plus de 10.000 entreprises, dont plus de 90% de PME.

Ces résultats situent l'industrie agroalimentaire française dans le trio de tête européen avec l'Allemagne et le Royaume-Uni. Dans un contexte de compétition et de mondialisation accrues, les industries agroalimentaires françaises doivent relever des défis importants afin de rester compétitives. Les industriels doivent ainsi constamment chercher à s'adapter, à gagner en valeur ajoutée et à conquérir des parts de marché. L'innovation et la mutualisation constituent des leviers efficaces pour y parvenir.

Pour autant, l'amélioration de l'image des entreprises agroalimentaires, et notamment leur attractivité auprès des jeunes, constitue une voie de progrès essentielle.

Les innovations, l'automatisation de la production et l'accélération des rythmes de travail, la concurrence accrue entre les fabricants, les évolutions réglementaires portant sur la sécurité des aliments, mais aussi la chaîne de distribution (supermarchés et restauration rapide), sont autant de facteurs qui ont des incidences quantitatives et qualitatives sur l'emploi.

Ainsi, de nouvelles compétences sont demandées aux salariés; les qualifications évoluent, et de nouveaux modes d'organisation émergent dans le secteur. Ces mutations entraînent une diminution de la main-d'œuvre non qualifiée et une augmentation de la demande en salariés plus qualifiés induisant parfois des tensions sur le marché de l'emploi.

La formation professionnelle devient un enjeu majeur pour les entreprises et pour les salariés. Il convient en effet que le secteur dispose d'un personnel qualifié pouvant s'adapter aux évolutions, et que l'employabilité du salarié soit renforcée.

Le dialogue social est, dans ce contexte, un élément clef pour l'ensemble des acteurs du secteur prolongeant ses restructurations.

Les nombreuses implantations en zone rurale représentent un véritable enjeu en terme de maillage et d'équilibre du territoire.

La Bretagne et les Pays de la Loire sont les deux régions employant le plus de salariés dans l'agroalimentaire.

Outre les réorganisations de structures qui impactent quantitativement l'emploi, les modes de production modifient qualitativement les besoins. Industrie de process, l'industrie agroalimentaire française est confrontée à un double défi :

- Recruter et fidéliser une main d'œuvre qualifiée pouvant s'adapter aux évolutions induites par les nouveaux procédés de fabrication et la réglementation liée à la sécurité alimentaire,
- Faire face aux nombreux départs en retraite à court terme qui pose la difficulté du remplacement des salariés et des dirigeants.

Dans ce cadre, il est à noter que lors de l'étude INSEE 2010 sur les anticipations par les établissements de leur besoin en main d'œuvre, 21% des établissements de l'industrie agro-alimentaire ont déclaré avoir des projets de recrutement pour un nombre total d'environ 42.800.

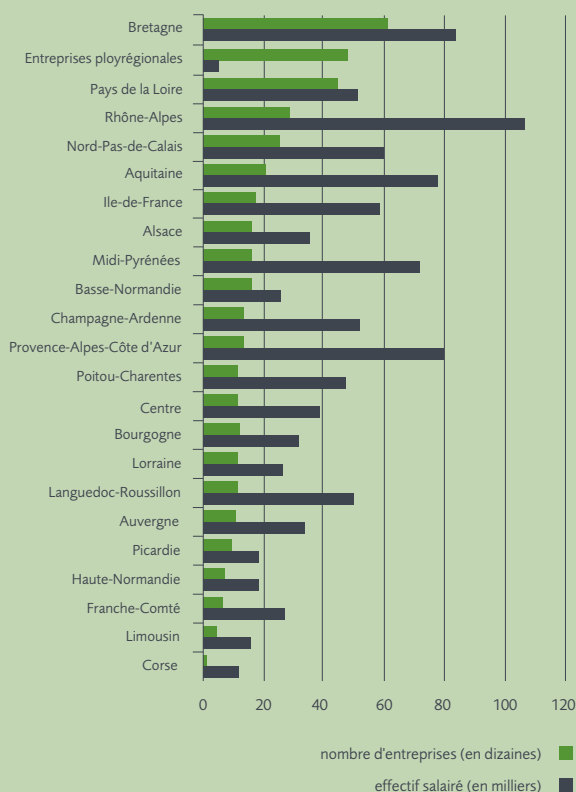
Dans cette optique, Nigel Wright se positionne évidemment comme un interlocuteur fort de l'industrie sur toutes ces problématiques de recrutement et accompagne ces clients dans le recrutement des cadres, managers et dirigeants.

Source : Insee 2010 / rapport gouvernemental 2011 sur les IAA

PAULINE RAVEL
CONSULTANT, FRANCE – NIGEL WRIGHT RECRUITMENT

Répartition des emplois par région

Source EAE et BIC 2007 (agreste) selon la région de plus forte implantation





Dans un contexte de compétition et de mondialisation accrues, les industries agroalimentaires françaises doivent relever des défis importants afin de rester compétitives.





Les différences entre le recrutement de franchisés et le recrutement de collaborateurs.



Le Groupe Monceau Fleurs est aujourd'hui le leader mondial du marché avec plus de 500 magasins sous ses trois enseignes, implantées en France et à l'international.

Monceau Fleurs est la première des trois enseignes du Groupe, avec un positionnement qualifié de « City Garden » tandis que Happy, créée en 2005 propose un concept qui aborde l'univers floral de manière alternative. Rapid'Flore, 3ème enseigne, acquise en 2008, concept discount de proximité, vient compléter l'offre proposée par le Groupe.

Sur l'hexagone, le Groupe détient 8% du marché de la fleur au détail et près de 80% du marché de la fleur sous enseigne vendant plus de 300 millions de produits et comptant plus de 10 millions de clients.

Un fantastique atout pour tous les franchisés du Groupe qui bénéficient d'une centrale d'achats hyper puissante. Ce qui permet d'apporter aux consommateurs des produits aux meilleurs prix du marché, d'une exceptionnelle qualité, et de dégager des rentabilités remarquables dans leurs magasins.

Incités à ouvrir plusieurs unités, les franchisés Monceau Fleurs créent leurs propres centres de profits, détenant pour certains jusqu'à une dizaine de points de vente.

LE RECRUTEMENT DE FRANCHISÉS

Le groupe Monceau Fleurs offre toujours autant de belles opportunités de réussite avec plus de 400 villes où ses enseignes souhaitent s'implanter.

C'est pourquoi Monceau Fleurs était une nouvelle fois présent sur le Salon Franchise Expo Paris, le rendez-vous annuel incontournable où toute l'équipe développement a accueilli les visiteurs venus nombreux.

Des candidats toujours plus avisés

Confirmant une tendance initiée l'an passé, le profil des candidats à la franchise Monceau Fleurs a considérablement évolué avec de plus en plus d'entrepreneurs ayant de fortes qualités managériales, de gestion, porteurs de projets très muris.



Un fantastique atout pour tous les franchisés du Groupe qui bénéficient d'une centrale d'achats hyper puissante.

Au-delà de ce grand rendez-vous, chaque année, les services Développement du groupe reçoivent plus de 1 200 demandes de candidatures, confirmant la très forte attractivité de ses enseignes. Toutefois, l'objectif de Laurent AMAR, le PDG, est d'ouvrir une trentaine de magasins par an et par enseigne, afin de préserver un développement très qualitatif.

Descriptif des profils recherchés :

Tout d'abord, nous ne demandons aucune connaissance florale ou horticole : une formation complète est dispensée.

Nous recherchons des franchisés, qui souhaitent créer leur propre affaire, tout en étant accompagnés de façon personnalisée. Certains ont déjà des compétences de gestionnaire, mais ont besoin de tout apprendre sur la vente ; ou vice-versa !

Nous recherchons des profils d'entrepreneurs, qui ont une réelle envie de se lancer, d'évoluer, tout en s'appuyant sur la force d'un réseau et d'un concept éprouvé avec un véritable concept commercial (architectural, mix-produit, marque...).

Nous recherchons avant tout :

- Esprit Réseau : partage des « bonnes pratiques », application du concept
- Réactivité, car nous travaillons du produit frais
- Qualités de commerçant et de gestionnaire

Aujourd'hui, dans notre réseau : 60% des franchisés sont d'anciens cadres d'entreprise, 30% étaient déjà commerçants, et 10% employés.

Pourquoi les cadres s'intéressent-ils particulièrement à Monceau Fleurs ?

- La notoriété de la marque, et ses valeurs
- La Forte rentabilité : 55% de MARGE BRUTE en moyenne
- Une forte capacité d'innovation : Monceau Fleurs s'est toujours inscrit en « rupture » avec les codes du secteur, c'est ce qui fait sa force et sa différence,
- Une Centrale d'achat très puissante et en constante évolution
- Le fort développement de l'enseigne en franchise, au niveau national, mais aussi international

Le recrutement de collaborateurs :

Concernant le recrutement de collaborateurs, le Groupe recherche régulièrement des profils diversifiés, afin d'accompagner son développement.

Dans le métier de la distribution en franchise, les qualités recherchées sont avant tout un esprit très réactif et orienté vers la satisfaction des clients (franchisés/clients des magasins), allié à des qualités de gestion (respect des budgets et des plannings).

ARNAUD GIMONET

SENIOR CONSULTANT, FRANCE – NIGEL WRIGHT RECRUITMENT





2011 a vu la plupart des entreprises relancer leurs recrutements, la « Guerre des talents » bat à nouveau son plein.

Avis d'Expert :

La Guerre des Talents



Christian Klein, Human Resources Director - L'Oréal Central America (Ex- Talent Acquisition Director - L'Oréal France) :

« Ces 2 dernières années, la crise financière nous a amené à repenser les stratégies les plus efficaces et les outils les plus performants en matière de recrutement.

Avec l'importance croissante des réseaux socio-professionnels et la nécessité de maîtriser toujours plus les coûts, de nombreux acteurs se sont interrogés sur la pertinence de continuer ou non à faire appel aux chasseurs de têtes.

2011 a vu la plupart des entreprises relancer leurs recrutements, la « Guerre des talents » bat à nouveau son plein. Une des conséquences immédiate est que bon nombre d'entreprises consultent toujours les cabinets pour résoudre leurs problématiques de recrutement.

Il y a, à mon sens, 4 bonnes raisons pouvant justifier le choix d'utiliser les services d'un chasseur de têtes :

1. Obtenir une bonne compréhension des tendances du marché :

- les meilleurs chasseurs de têtes et cabinets de recrutement vont établir un « mapping » des forces en présence, et ainsi vous permettre de rester informé et d'identifier les meilleurs candidats travaillant chez vos principaux concurrents,

- ils vous permettront également de connaître les tendances du marché, de rester au fait des nouvelles compétences et de nourrir votre veille concurrentielle;
- ils peuvent enfin vous apporter une approche conseil sur comment appréhender le marché et vous benchmarker par rapport aux autres acteurs de votre secteur.

2. Trouver des candidats que vous ne pourriez pas approcher directement avec les seuls réseaux sociaux et vos propres moyens.

3. Simplifier et accélérer votre process de recrutement :

- la relation de confiance est essentielle ; le chasseur de tête devient un véritable partenaire du Groupe,
- une grande importance doit être accordée à trouver un chasseur capable de comprendre votre culture et d'anticiper vos besoins futurs.

4. Les chasseurs de têtes sont toujours les plus à même de répondre aux nécessités spécifiques auxquelles nous sommes confrontés, ce qu'aucun réseau social ne peut nous apporter. »

LINDA DEGHIÀ

SENIOR CONSULTANT, FRANCE – NIGEL WRIGHT RECRUITMENT

Restaurez la valeur de vos stocks excédentaires tout en finançant vos dépenses courantes :



Active International est le leader mondial du Corporate Trading. Seul acteur International du secteur avec des bureaux dans 12 pays sur les 5 continents.

Active emploie plus de 500 collaborateurs, experts media, voyages, services généraux. Elle investit \$US 1,5 milliards par an dans les media pour le compte de ses clients, le classant parmi les 10 premiers acheteurs media au monde. Active propose ainsi d'allier son pouvoir d'achat avec celui de ses clients, afin de leur faire bénéficier des meilleurs tarifs, placements et contacts dans le monde des media.

Fort de 25 années d'expérience, Active International propose son expertise d'optimisation de la valeur des stocks excédentaires afin de réduire les dépenses courantes de ses clients. Contrairement à la liquidation traditionnelle, son business model propose une alternative financière créatrice de valeur. Active peut payer jusqu'à trois fois la valeur marché et peut ainsi restaurer la valeur initiale du stock et surtout éviter une dépréciation sur le bilan. De nombreux acteurs importants du FMCG utilisent les services d'Active : Well, Casino, Pepsico ...

COMMENT CA MARCHE ?

Active revalorise les stocks excédentaires en les payants 2 ou 3 fois le prix proposé sur le marché de liquidation, avec un crédit d'achat destiné à financer partiellement leurs dépenses courantes. Autrement dit, avec Active, les entreprises clientes réduisent ainsi le cash nécessaire au financement de leurs dépenses courantes grâce à leurs actifs excédentaires.

Active fournit une large gamme de biens et de services, depuis les achats média jusqu'aux prestations logistiques, en passant par l'évènementiel et le marketing direct. Ces services sont destinés à accroître la rentabilité de ses clients en réduisant les dépenses en numéraire, tout en accompagnant la stratégie d'entreprise et de marque.

En janvier 2011, Martine PELIER rejoint Active France en tant que Directeur Général après 17 ans passés chez PepsiCo France où elle fut Directrice de la Division Food (marques Lays, Benenuts, Quaker et Doritos). Sous sa direction la Division Food s'est développée et a atteint un CA de 220 M€ en 2010. Cette longue expérience chez ce géant de l'alimentaire renforce l'équipe de direction d'Active International France. Mme PELIER s'est donnée comme objectif de développer la gamme de produits et de services que propose Active International France à ses clients en compensation de leurs crédits d'achats.

« Que nos clients souhaitent augmenter leurs budgets médias, régler une question de logistique ou maximiser la valeur d'un actif, nous avons une solution à leur offrir. Nous sommes un moyen de paiement partiel de leurs dépenses média ou d'autres services généraux. Nos équipes travaillent étroitement avec celles de nos clients. Si nos clients confient leurs budgets à une agence média, c'est elle qui continue de superviser la prestation d'Active. Que les conditions économiques soient difficiles ou que l'activité soit florissante, nos clients ont découvert que le Corporate Trading constitue toujours un choix financier avisé car il permet de :

- Obtenir un meilleur retour sur vos stocks excédentaires qu'avec des soldeurs traditionnels,
- Optimiser la productivité de vos achats media, marketing ou autres services généraux,
- Optimiser le coût d'achat de vos campagnes sur le net espace investi tout en préservant votre stratégie d'achat Media,
- Optimiser le déstockage de vos excédents, s'ouvrir à de nouveaux marchés et prioriser vos produits à rendement élevé,
- Optimiser le prix de revient de vos produits, d'améliorer votre CA et d'éliminer tout risque de perte sur votre P&L,
- Maximisez le rendement de vos chaînes de fabrication sous-exploitées.

« Active est la seule société de Corporate Trading international présente sur le marché français à pouvoir lancer ou promouvoir leurs marques à l'étranger. Nous possédons l'expérience et les ressources pour revendre les actifs de nos clients dans le monde entier, par de nombreux canaux, selon des procédures qui garantissent la protection de leurs marques. Notre succès repose sur des fondamentaux solides qui garantissent à nos clients des résultats de premier plan, quel que soit le climat économique ».

LES INDUSTRIELS TÉMOIGNENT :

Steven Libermann, Directeur Commercial de Findus :

« Findus a mis en place un partenariat avec Active : il consiste à financer nos dépenses courantes à partir du prix de revient de nos produits : d'une part, Active revalorise nos stocks à rotation lente, d'autre part, nous mobilisons moins de cash pour payer nos média, imprimerie / marketing direct, services généraux, transport... Au final, Findus bénéficie de solutions additionnelles pour améliorer sa trésorerie et sa logistique, le tout dans le respect de notre image et de notre réseau commercial. »

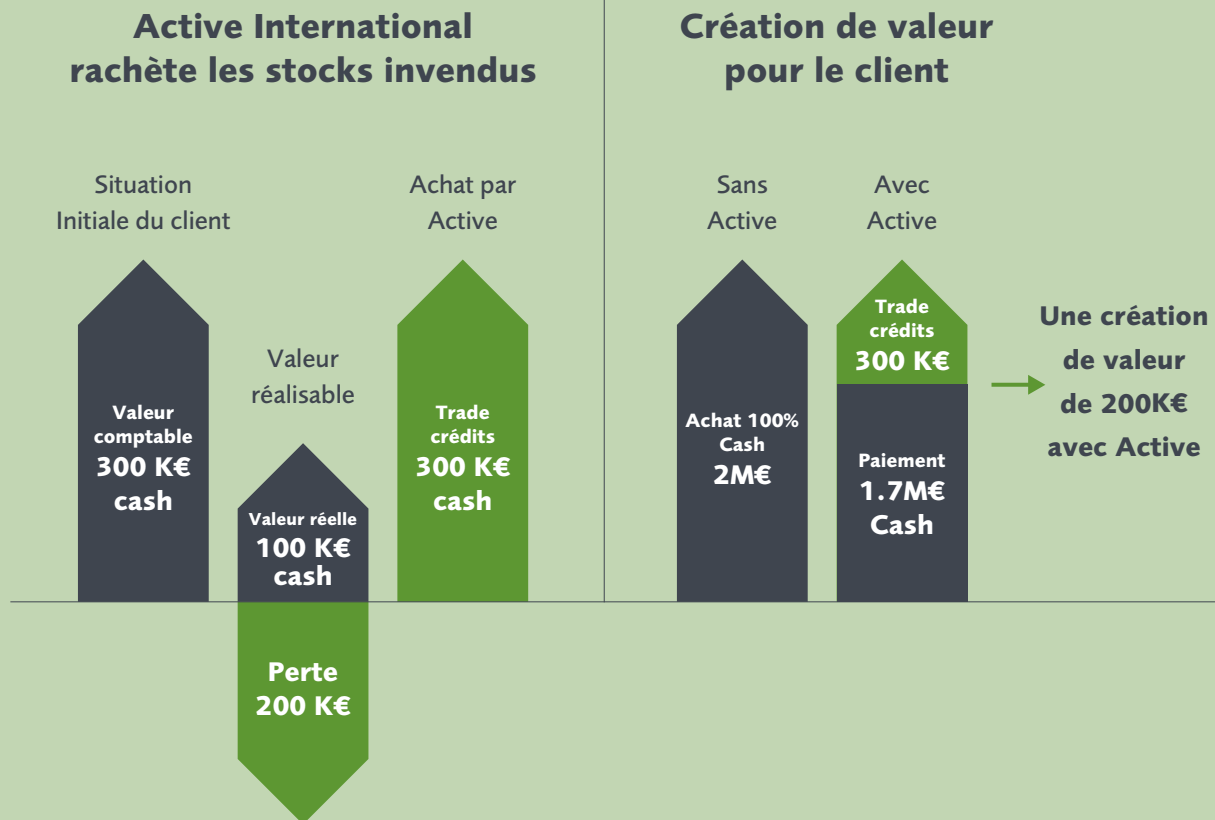
Vincent Cotard, Président GSK Santé Grand Public:

« Notre société profite d'un partenariat avec Active depuis dix ans qui consiste à valoriser des stocks à rotation lente, en finançant en partie nos investissements dans les média et dans l'imprimerie. D'autre part, Active est force de proposition sur d'autres pistes afin de développer davantage ce partenariat. »

YANN FESSARD DE FOUCAULT

SENIOR MANAGER, FRANCE – NIGEL WRIGHT RECRUITMENT

Une Approche Financière Alternative



→ client élimine le risque de perte financière immédiate dans ses comptes en revalorisant son stock



dexxon
data media

EMTEC

Dexxon Data Media et Emtec: la magie d'un Distributeur Grossiste et de sa Marque



Hakim Aoua s'est entretenu avec Yousri Touihri (Directeur Général des Opérations) et Christophe Olive (Responsable RH) chez Dexxon Data Media pour parler des ambitions du Groupe sur son marché ainsi que de la manière dont le recrutement aide le Groupe à poursuivre sa croissance.

Présentez nous le Groupe Dexxon Data Media et sa particularité sur le marché ?

Le groupe Dexxon est spécialisé dans la distribution en mode B2B de solutions d'impression et de supports de stockage de données. Seul grossiste à disposer d'une équipe technique répartie sur l'ensemble du territoire français, Dexxon assure en outre la délégation de maintenance de plusieurs fabricants d'impression en France.

Propriétaire de la marque grand public EMTEC, spin-off de BASF, le groupe a également une activité de fabricant et couvre la distribution de produits multimédia sur le marché Consumer (B2C), en particulier des clés USB aux design originaux et exclusifs, des disques durs multimédia et des accessoires informatiques.

Avec un siège social établi en France et des équipes internationales réparties en Europe, aux États-Unis et récemment au Moyen-Orient, le groupe couvre globalement plus de 70 pays.

Quelle(s) ambition(s) le Groupe projette dans les 4 à 5 ans ?

Les ambitions du groupe se développent aujourd'hui autour de 2 axes majeurs : conforter notre position de grossiste spécialiste leader en France et développer de nouveaux marchés pour les produits de notre marque EMTEC, en particulier l'Inde et les pays de l'Amérique Latine, via des contrats de licences ou d'importation.

Quelle politique de recrutement récente à adopté le groupe en relation avec les besoins du marché ?

Notre entreprise a fait le choix, en ce début d'année, de confier une part significative de ses recrutements au cabinet Nigel Wright dont une majeure partie en exclusivité ce qui n'était pas, jusque-là, dans nos pratiques. En développant ce type de partenariat privilégié avec Nigel Wright, nous souhaitons gagner en visibilité auprès des candidats potentiels et bénéficier de la réactivité offerte par un cabinet à taille humaine.

Quel rôle joue Nigel Wright dans le volume et dans la qualité de votre politique de recrutement ?

A ce stade de notre collaboration avec Nigel Wright, qui est encore récente, nous nous réjouissons de la qualité des relations que nous avons, d'ores et déjà, pu instaurer avec notre consultant dédié, Hakim Aoua. Sa simplicité, son sens de l'écoute et sa réactivité lui ont permis rapidement de tisser des liens de confiance avec ses interlocuteurs dans l'entreprise. Les recrutements déjà opérés grâce au travail de Hakim et de son équipe nous permettent clairement, aujourd'hui, d'envisager un partenariat durable et de qualité avec Nigel Wright.

PROPOS RECUEILLIS PAR HAKIM AOUA
SENIOR CONSULTANT, FRANCE – NIGEL WRIGHT RECRUITMENT

Interparfums reçoit le Prix spécial de l'inspiration au palmarès Great Place to Work 2011



Pour sa première participation aux Trophées Great Place to Work (9e édition), qui récompensent les entreprises où il fait bon travailler, Interparfums reçoit le Prix spécial de l'inspiration et entre au 10e rang du palmarès dans la catégorie « Entreprises de moins de 500 salariés ».

Ce prix distingue la réelle culture de l'entreprise, caractérisée par un sentiment d'appartenance élevé, un partage des valeurs d'éthique et de solidarité et une responsabilisation de chacun des collaborateurs.

Ce palmarès est établi sur la base d'une étude approfondie de l'entreprise élaborée selon cinq critères (crédibilité, respect, équité, fierté et convivialité) et d'un questionnaire non nominatif adressé à l'ensemble des collaborateurs.

Fondé par Philippe Benacin et Jean Madar en 1982, Interparfums crée, fabrique et distribue des parfums de prestige et des cosmétiques sur la base de contrats de licence mondiale exclusive sous les marques Boucheron, Burberry, Jimmy Choo, Montblanc, Paul Smith, S.T. Dupont et Van Cleef & Arpels. Le groupe possède également les parfums Lanvin et les cosmétiques Nickel.

Fort d'un effectif de 180 collaborateurs et d'une présence dans plus de 100 pays, Interparfums devrait réaliser un chiffre d'affaires de 350 millions d'euros environ en 2011. Le groupe est coté sur Nyse Euronext Paris avec une capitalisation boursière de plus de 400 millions d'euros.

Philippe Benacin, Président d'Interparfums, a déclaré : « Depuis le début de l'aventure Interparfums, nous sommes conscients que nos équipes constituent notre principale richesse et un véritable atout différenciant dans la compétition que se livrent les acteurs de notre marché. Leurs qualités entrepreneuriales et leur créativité sont ce que nous avons de plus précieux à offrir à nos clients. C'est pourquoi le recrutement est un sujet central auquel nous accordons le plus grand soin afin de préserver un équilibre entre compétences techniques et qualités humaines au service d'un projet commun. Ce prix est ainsi l'heureuse concrétisation des efforts de l'ensemble des managers du groupe ».

YANN FESSARD DE FOUCAULT

SENIOR MANAGER, FRANCE – NIGEL WRIGHT RECRUITMENT

BOUCHERON

BURBERRY

JIMMY CHOO

LANVIN

**MONT
BLANC**

NICKEL

Paul Smith

S.T. Dupont
PARIS

Van Cleef & Arpels

A la recherche de nouveaux talents ?

Vous cherchez à recruter de nouveaux talents. Nous vous proposons ci-dessous quelques profils de candidats à l'écoute de nouvelles opportunités de carrière. Ils sont représentatifs des candidats avec lesquels nous entretenons des relations régulières.

PRESIDENT

SALAIRE	300 K€ + variable + voiture de fonction
LOCALISATION	Paris ou Capitale Européenne
FORMATION	ESSEC + INSEAD
POSTES OCCUPÉS	Directeur Financier / Directeur Général Pays / Président Europe
SECTEUR D'ACTIVITÉ	Agroalimentaire

PROFIL

Après un début de parcours dans le conseil, ce candidat rejoint un des leaders de l'industrie agroalimentaire pour prendre la direction financière France. Il évolue très rapidement et occupe le poste de DAF Europe, de VP en charge du Développement, de Directeur Général Pays puis de Président Europe. Véritable expert du FMCG, des problématiques logistiques et de définition de politiques commerciales. Habitué des environnements à faible marge et des restructurations.

DIRECTEUR GENERAL

SALAIRE	220 K€ + variable + voiture de fonction
LOCALISATION	Paris, Ile de France
FORMATION	Ingénieur CESTI + IAE Paris
POSTES OCCUPÉS	Responsable Production / Directeur Supply Chain / Directeur Général Pays
SECTEUR D'ACTIVITÉ	Agroalimentaire

PROFIL

Commence son parcours comme responsable de production avant de s'orienter vers la logistique et la supply chain. Est ensuite amené à refondre le service Client (ADV, mise en place de SAP ...) d'un groupe agroalimentaire mondial, avant de se voir confier la direction générale d'un pays. Est aujourd'hui Directeur Général d'une société industrielle filiale d'un grand groupe : re-ingéniering industriel (cost killing, Lean Manufacturing), développement portefeuille client ...

DIRECTEUR MARKETING

SALAIRE	220 K€ + variable
LOCALISATION	France et Suisse
FORMATION	Ecole Supérieure de Commerce
POSTES OCCUPÉS	Chef de Produit / Chef de Groupe / Directeur de Marque
SECTEUR D'ACTIVITÉ	Cosmétique

PROFIL

Occupe l'ensemble des fonctions possibles au sein de la direction marketing d'un groupe mondial leader sur le secteur de la cosmétique (chef de produit, chef de groupe, responsable de marque). Grosse expérience internationale (connaissance des spécificités des marchés locaux), expertise dans le développement produit « mass market », marketing stratégique orienté résultat, définition de stratégies de croissance. Management d'équipes pluridisciplinaires, pluriculturelles et délocalisées.

DIRECTEUR COMMERCIAL

SALAIRE	150 K€ + variable + voiture de fonction
LOCALISATION	Paris, Ile de France
FORMATION	Ecole Supérieure de Commerce
POSTES OCCUPÉS	Chef de Zone / Chef de Produit / Directeur des Ventes / Directeur Commercial
SECTEUR D'ACTIVITÉ	Agroalimentaire - distribution

PROFIL

Première expérience comme chef de zone (pays anglo-saxon) avant de prendre une fonction de chef de produit (fort développement industriel). Réoriente ensuite son parcours vers la vente : compte clé, directeur d'enseignes, directeur des ventes. Occupe ensuite un poste de directeur Commercial dans le monde des spiritueux et dans le monde de la distribution / logistique. Management de 50 personnes. Hauteur de vue, définition de stratégies commerciales, négociation de haut niveau.

DIRECTEUR RESEAU

SALAIRE	120 K€ + variable + voiture de fonction
LOCALISATION	Paris, Ile de France
FORMATION	Ecole d'Ingénieurs + Mastère Ingénierie Logistique
POSTES OCCUPÉS	Chef de projet logistique / Directeur magasin / Directeur régional
SECTEUR D'ACTIVITÉ	Transport – distribution spécialisée

PROFIL

Après une première expérience en logistique, il prend la responsabilité d'un point de vente d'un acteur européen de la distribution spécialisée puis de l'ensemble d'une région (15 magasins). Il change d'employeur et de secteur pour occuper une responsabilité élargie de Directeur régional au sein d'un groupe leader. Recherche un nouveau challenge : prendre la direction d'un réseau complet ou d'une enseigne. Expert dans la mise en œuvre d'une stratégie commerciale multi sites, dans le management d'équipes importantes et dans l'animation d'un réseau.

DIRECTEUR DES OPERATIONS

SALAIRE	120 K€ + variable + voiture de fonction
LOCALISATION	Paris, Ile de France
FORMATION	Maîtrise de Sciences et Techniques + Institut Supérieur de Logistique Industrielle
POSTES OCCUPÉS	Consultant / Directeur Supply Chain
SECTEUR D'ACTIVITÉ	Industrie - luxe

PROFIL

Après plusieurs années en cabinet de conseil, ce candidat rejoint un groupe prestigieux de luxe pour remettre à plat l'ensemble des process Supply Chain d'un important site de production (achats, approvisionnements, ordonnancement, planification industrielle, expéditions, stocks et système d'information). On lui confie ensuite la direction logistique France avant de prendre en charge l'ensemble des Opérations (logistique et SAV). Approche analytique, dimension conseil, expérience de restructurations et de réduction des coûts.

DIRECTEUR SHOPPER & CUSTOMER INSIGHT

SALAIRE	Package 95 K€
LOCALISATION	Paris, Ile de France
FORMATION	Ecole Supérieure de Commerce
POSTES OCCUPÉS	Consultant / Directeur des études / Directeur du category management
SECTEUR D'ACTIVITÉ	Conseil – agroalimentaire

PROFIL

Première partie de parcours au sein d'un groupe anglo-saxon de conseil et d'études où il occupe le poste de consultant (conseil sur la gestion marketing et le Trade des marques) puis de directeur des études grande consommation (animation d'équipes, gestion de projets et clients internationaux ...). Ce candidat rejoint ensuite un groupe agroalimentaire pour prendre la responsabilité monde du category management : définition stratégies marques et responsabilité du marketing opérationnel. Recherche aujourd'hui à synthétiser ses deux compétences pour prendre la responsabilité du Shopper et customer insight.

DIRECTEUR LOGISTIQUE / SUPPLY CHAIN

SALAIRE	75 K€ + variable + voiture de fonction
LOCALISATION	Paris, Ile de France
FORMATION	Ecole d'ingénieurs
POSTES OCCUPÉS	Responsable planning / Responsable études logistiques
SECTEUR D'ACTIVITÉ	Agroalimentaire

PROFIL

Après une première expérience comme responsable planning (amélioration de la prévision des ventes et réduction des stocks de produits finis) au sein d'un groupe mondial de l'agroalimentaire, il prend la responsabilité des relations clients et des flux : optimisation des flux et de la Supply Chain, réduction du budget logistique. Est aujourd'hui directeur de la logistique : maîtrise des coûts, réduction des frais fixes, amélioration du service clients. Management d'équipes européennes.

NOS SITES

PARIS

63 AVENUE DES CHAMPS ELYSÉES
75008 PARIS
FRANCE
T +33 1 53 93 54 56

NEWCASTLE

LLOYDS COURT
78 GREY STREET
NEWCASTLE UPON TYNE
NE1 6AF
UNITED KINGDOM
T +44 (0)191 222 0770
F +44 (0)191 222 1786

LONDON

PALLADIA CENTRAL COURT
25 SOUTHAMPTON BUILDINGS
LONDON
WC2A 1AL
UNITED KINGDOM
T +44 (0)207 4053 921

AMSTERDAM

TOWER D, LEVEL 10
WTC AMSTERDAM
STRAWINSKYLAAN 1059
1077XX AMSTERDAM
NETHERLANDS
T +31 (0)20 333 21 88

COPENHAGEN

RÅDHUSPLADSEN 16
1550 COPENHAGEN V
DENMARK
T +45 7027 8601

STOCKHOLM

PARK VENUE STOCKHOLM
ENGELBREKTSGATAN 9-11
S-114 32 STOCKHOLM
SWEDEN
T +46 (0)8 120 66 136

DUSSELDORF

GRAF-ADOLF-PLATZ 15
40213 DUESSELDORF
GERMANY
T +49 211 882 42 364

www.nigelwright.com

FRANCE_2011

A propos de Nigel Wright Recruitment

La division internationale de Nigel Wright est spécialisée dans le recrutement de professionnels intervenant dans le secteur du Consumer (Agro-alimentaire, Electronique Grand Public, Electroménager, Luxe - Parfum et Cosmétique, Healthcare, Retail et Grande Distribution ...).

Nous recrutons à tous niveaux de responsabilités, des cadres aux dirigeants, sur l'ensemble des fonctions Commerciales et Marketing, Supports et Opérations.

Notre présence dans les principales capitales européennes nous permet de répondre avec efficacité et pertinence aux besoins des entreprises qui souhaitent recruter de nouveaux talents pour accompagner leur croissance.

Nous entretenons des relations privilégiées avec les principaux acteurs du secteur ainsi qu'avec des candidats à fort potentiel, mobiles et multiculturels, nous permettant de réagir rapidement à vos projets de staffing en vous apportant une forte dimension conseil.

Forte de 20 années d'expérience, l'équipe Consumer France vous offre son expertise sectorielle et sa capacité à sélectionner des candidats internationaux, et saura vous proposer des solutions adaptées à vos besoins.

L'équipe française est principalement composée de consultants ayant tous une forte expérience du recrutement dans des environnements internationaux, maîtrisant parfaitement votre secteur d'activité et qui sauront vous apporter une forte valeur ajoutée dans la présentation et la sélection de vos futurs collaborateurs.

Si vous souhaitez obtenir de plus amples informations sur nos services, n'hésitez pas à nous contacter au + 33 (0)1 53 93 54 56 ou à nous faire parvenir un mail à info@nigelwright.com

YANN FESSARD DE FOUCAULT

SENIOR MANAGER, FRANCE

E yann.fessard@nigelwright.com

T +33 (0)1 53 93 54 74

