



LA LETTRE de Chantal Baudron s.a.s.



Editorial

Les ennemis de l'intérieur

Alors que la France frôle la récession (0,30 % de croissance), on pourrait s'attendre à un sursaut national de toutes les catégories de Français ; il n'en est rien, le secteur public a choisi de jouer la politique du pire ; cette attitude corporatiste doit être qualifiée de sabotage.

Il est temps, me semble-t-il, que les acteurs économiques du secteur privé protestent, non par des manifestations car, dans une démocratie, ce n'est pas la rue qui doit gouverner, mais pourquoi pas avec les voies modernes de communication, e-mail par exemple, en s'adressant massivement aux médias et à nos gouvernants pour dire leur désaccord. Quand un récent sondage montre que nos enfants, pour près de 80 % d'entre eux, souhaitent devenir fonctionnaires par réflexe sécuritaire, on est en droit de s'interroger sur l'avenir de l'entreprise et... de la France.

Actualités du marché

La mobilité des cadres, un accélérateur de carrière ?

L'heure n'est évidemment pas à faire la fine bouche quand on recherche un emploi, mais cette considération est loin d'être la seule.

Le choix d'une progression de carrière entre bien sûr dans les motivations des cadres qui répondent à nos offres et la mobilité géographique peut les y aider. Le souhait d'une meilleure qualité de vie intervient également de plus en plus souvent. Mais l'époque où l'on devait rester à Paris pour assurer sa carrière semble révolue. Les entreprises raisonnent aujourd'hui au niveau national ou international. Selon une enquête du Bipe*, entre 1999 et 2010 on devrait compter près de 7 millions de déplacements de personnes, les cadres étant en première ligne. La plus forte mobilité se situe entre 25 et 35 ans, l'âge où l'ancrage dans une région n'est pas encore très fort. Les courbes remontent légèrement vers 45/50 ans, quand les enfants deviennent autonomes et les propositions de postes moins nombreuses.

* Étude du Bipe sur la "projection de la population française à l'horizon 2010", avril 2003

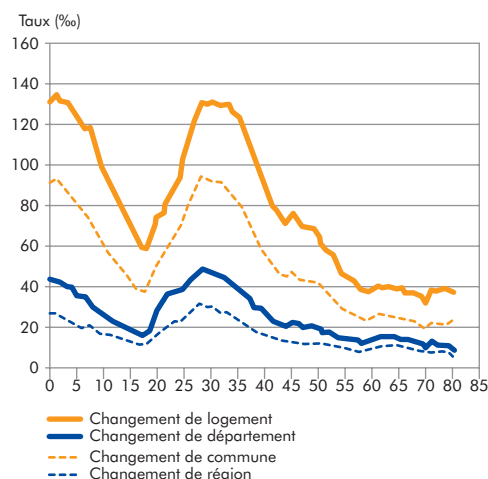
En Grande-Bretagne, 70 % des entreprises font appel aux cabinets de recrutement...

... contre seulement 30 % en France ; pourquoi cette différence ? Est-ce parce que les entreprises britanniques considèrent que recruter est un acte important qui engage l'avenir et qui doit, de ce fait, être confié à des professionnels ?

Est-ce parce que les conseillers en recrutement français ne savent

"Les 30-35 ans ont la bougeotte"

(Source : Courrier Cadres du 22.05.03)



pas convaincre leurs interlocuteurs de l'efficacité et de l'intérêt de leurs prestations ?

Est-ce tout simplement une des nombreuses différences culturelles qui existent entre les anglo-saxons et les latins ?

Reprenons espoir, nous Français, finissons toujours par adopter le "modèle" anglo-saxon.

Dominique Letamendia

En bref

Prix International Veuve Clicquot

Chantal Baudron a participé cette année, comme les années précédentes, au très sélect Jury du Prix International Veuve Clicquot qui récompense la meilleure femme d'affaires française de l'année. Madame Bernadette Dodane, Présidente de Cristel, manufacture d'articles culinaires en acier inoxydable, a reçu cette distinction.

Le conseil des affaires académiques de l'IFM a été renouvelé

Chantal Baudron, membre de ce conseil depuis sa création en 1986, a été réélue pour l'année 2003.

Chantal Baudron poursuit son action au sein du comité d'engagement de Paris Initiatives Entreprises

Cet organisme, initié par la Mairie de Paris, récompense sous la forme d'attribution d'un prêt d'honneur, les entrepreneurs porteurs de développement économique. En 2003, Paris Initiatives Entreprises a financé 75 projets parisiens aboutissant à la création de 320 emplois.

Sophie de Villèle

Questions à un expert

L'audit humain dans les opérations de capital investissement

Quelle est l'importance du facteur humain dans les opérations de capital investissement ?

Nous investissons dans des sociétés de petite ou moyenne taille où le facteur humain est déterminant. Si le PDG est de qualité, il mènera son entreprise à bon port. S'il est inexpérimenté, il apprendra au fur et à mesure des étapes. S'il n'est pas un bon gestionnaire, l'entreprise qu'il dirige pourra rencontrer des difficultés.

L'expérience nous a donné l'occasion de vivre des cas douloureux dans le passé, du temps de la "bulle internet" et même avant.

Quelques exemples sont illustratifs :

- un dirigeant qui se présente comme le DG d'une société, alors qu'il n'était en fait que le Directeur Commercial et n'avait pas d'expérience de finances et contrôle. L'audit humain aurait mis en lumière le caractère très risqué de son projet ;
- un dirigeant qui se présente comme un gestionnaire alors qu'il n'avait qu'une culture technique, sans qualité d'animation d'équipe, de contrôle, de reporting et de rigueur. Son entreprise est en survie, il a dû passer la main et ses investisseurs ont provisionné une partie de leur ligne.

Comment réaliser des dues diligences relatives au facteur humain ?

L'intervenant en capital développement dépense beaucoup d'argent en vérifications (dues diligences) comptables, juridiques et techniques.

Le "facteur humain" fait souvent l'objet de vérifications parcellaires, car les capitaux risqués n'ont pas tous intégré suffisamment l'importance de l'audit humain dans leurs procédures de due diligence. Or, l'expérience prouve que dans les petites et moyennes entreprises, la qualité des dirigeants est déterminante pour assurer leur succès.

Pourquoi avoir recours à un Cabinet de Ressources Humaines comme Chantal Baudron s.a.s. ?

Quand il y a un doute ou une interrogation sur un candidat reprenneur ou sur un chef d'entreprise cible, un professionnel des ressources humaines peut avoir un rôle déterminant pour apprécier une personnalité dans son contexte et donner une appréciation du risque pris.

Ce cabinet pourra vérifier les références données et les croiser avec d'autres obtenues par ses moyens propres, avoir une vision objective et neutre.

Sans être une assurance crédit, l'audit humain est essentiel dans les dues diligences des ventures capitalistes américains.

Bien connaître son interlocuteur est un atout pour le long terme. Nous avons donc besoin, nous professionnels du capital investissement, de davantage de dues diligences en ressources humaines. L'expérience que nous avons eu avec Chantal Baudron s.a.s. pour un de nos projets, a répondu à nos attentes.

Chantal Baudron



François LOMBARD,
Président Directeur Général
de Turenne Capital Partenaires

Zoom métiers

Le "Category Manager", une appellation non contrôlée !

Le Category Management est une fonction qui s'est fortement développée au cours des cinq dernières années. On la rencontre plus particulièrement chez les industriels de produits de grande consommation et chez les distributeurs. Fonction très complète, elle réunit des compétences marketing et commerciales pour une catégorie de produits appartenant à une même grande famille.

Sa création est à rechercher dans la volonté des industriels de "coller" aux linéaires de leurs clients distributeurs. Mais cette appellation recouvre aujourd'hui des contenus très différents.

Chez les industriels, le Category Manager apporte une approche marketing globale à l'ensemble des produits constituant la catégorie en vue de la mettre en avant chez le distributeur et de développer la part de marché. Au-delà de l'approche marketing globale, le Category Manager va intervenir sur les ventes en proposant un merchandising adapté à la catégorie. Les produits seront, par exemple, réunis dans un même espace au sein du point de vente et en donnant le bon rythme aux promotions. Le Category Manager doit aider le distributeur à promouvoir la catégorie et à séduire les clients en phase avec la cible.

Chez les distributeurs, le Category Manager occupe une fonction transversale qui permet de rassembler des produits par univers d'utilisation ou par cible de consommateurs. Le Category Manager contribue à définir le positionnement de l'enseigne. Le Category Manager harmonise l'assortiment, le choix des marques, la politique de prix, l'implantation des produits en magasin et les promotions.

Lorsque nous recherchons un Category Manager, nous sommes particulièrement attentifs à la vision stratégique du candidat et à sa capacité à coordonner et à fédérer des équipes. Pour ce poste, les entreprises sont très attentives à la connaissance du marché et de la cible des consommateurs en phase avec la catégorie. De formation commerciale supérieure, le candidat a effectué son parcours dans l'univers des produits de grande consommation à des fonctions commerciales et marketing. Il est en effet nécessaire d'être à l'aise dans un rôle conceptuel d'élaboration de stratégie marketing et dans un rôle opérationnel de vente et de négociation avec un distributeur. Le candidat doit réunir des compétences liées au marketing produit et au marketing enseigne.

Caroline Taylor

www.chantalbaudron.fr



Chantal Baudron s.a.s.

61, boulevard Haussmann - 75008 Paris - France
Tél. : +33 (0)1 47 42 58 20 - Fax : +33 (0)1 47 42 02 56
cbsa@chantalbaudron.fr