



LA LETTRE de Chantal Baudron s.a.s.



Editorial

Déraisonnable irrationnel ?

Chacun de nous, au sein de l'entreprise dans laquelle il travaille, est persuadé prendre ses décisions selon des critères rationnels ; ce qui ferait de l'entreprise un lieu de "haute rationalité" ; l'observation du réel montre que le comportement humain obéit à d'autres lois que celles de la raison, en particulier celles du principe de plaisir ; cette part d'irrationnel, si elle n'est pas reconnue, risque d'induire des mécanismes de défense, à l'origine de nombreux dysfonctionnements ; et si c'était la somme de ces forces irrationnelles qui faisait la richesse de l'entreprise...

Actualités du marché

Pas de surprise !

Soyons honnêtes, le ralentissement des embauches de cadres se confirme et l'absence de visibilité prévaut.

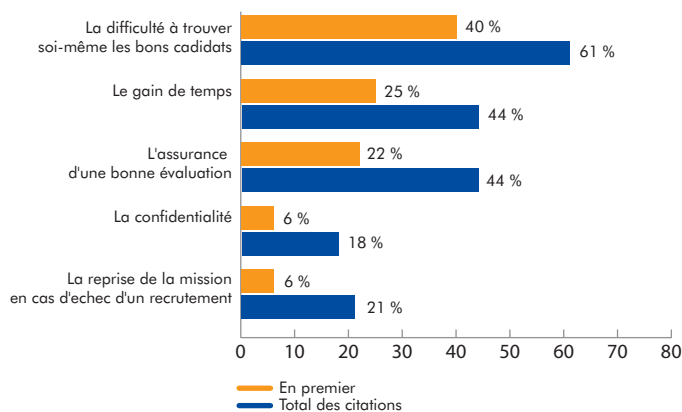
Mais les entreprises restent préoccupées d'optimiser la gestion de leurs ressources humaines, et font de plus en plus appel à des évaluations pour anticiper le renouvellement des effectifs et optimiser leur RH.

De ce fait, le cabinet Chantal Baudron est régulièrement sollicité pour auditer des équipes, préparer une mobilité interne, accompagner des projets individuels, remotiver ou valider des compétences.

Enquête IFOP

Une enquête, menée par l'IFOP sur le recrutement des cadres, a été présentée au cours d'une table ronde organisée conjointement par Syntec Recrutement, l'ACCE (Association des Conseils en Communication pour l'Emploi) et Le Monde, le 24 juin dernier.

Une des questions demandait aux entreprises les raisons pour lesquelles elles décidaient de confier la recherche d'un cadre à un cabinet de conseil en recrutement :



Base : personnes ayant déclaré que leur entreprise a déjà fait appel à un cabinet de conseil en recrutement.

Il en ressort que le sourcing urgent et l'évaluation approfondie constituent un service prioritaire attendu des cabinets de recrutement.

Dominique Letamendia

En bref

"Cosmeeting"

Madame Julia Bezenko - BPO Moscou, partenaire de Chantal Baudron s.a.s. en Russie, participait le 19 septembre dernier à la conférence "The challenges for the distribution sector in Russia", organisée par le Salon international de la Beauté Cosmeeting.

Table ronde

Le 15 octobre, Isabelle Lavielle a participé à une table ronde organisée par la mairie de Paris sur le thème des métiers de la création et de la mode et animée par Marie-Ange Horlaville, journaliste pour France 3 Ile-de-France.

Cent femmes pour la vie

Chantal Baudron a participé au projet « Cent femmes pour la vie ». Cette opération est dédiée à la lutte contre le cancer du sein.

L'Institut Gustave Roussy a demandé à 100 femmes représentatives de la société française "pour leur talent, leur sensibilité, leur implication, leur générosité, leur humanisme" de réaliser un tableau. Les cent œuvres ont été exposées à l'Hôtel Dassault et vendues aux enchères par Art Curial le 29 octobre.

Sophie de Villèle



Questions à un expert

En 2002, nous avons établi des accords de partenariat avec un confrère russe ; nous avons demandé à Julia Bevezenco, présidente de BPO, de nous parler de l'évolution du marché des cadres en Russie, dans le nouveau contexte de l'économie de marché.



Julia Bevezenco, présidente de BPO Executive Search & Consulting

Présentez-nous BPO...

"BPO Executive Search & Consulting" a été créée en 1999 par trois associés russes : Tatiana Kuznetsova, Serguei Tiounov et moi-même. Diplômés MBA des écoles européennes (j'ai le MBA de l'Essec), nous avons une expérience acquise, depuis la création du marché libre en Russie, dans des entreprises russes et internationales.

"BPO" est un partenaire privilégié des sociétés étrangères déjà implantées en Russie, de celles qui veulent conquérir ce marché, et des sociétés locales qui veulent se doter d'un management dynamique et ouvert à l'économie de marché.

Nos missions couvrent le territoire de la Russie et ceux de l'ancienne Union soviétique. Dans certaines missions nous rapatrions les jeunes cadres russes qui ont fait leurs études à l'étranger, dans d'autres nous "impatrions" les professionnels de différentes nationalités qui voient dans le formidable développement du marché russe une perspective de carrière intéressante.

Quelles sont les caractéristiques des cadres russes ?

Le dynamisme de l'économie russe qu'on observe depuis 1999 nécessite de nouveaux managers, capables de diriger les entreprises. Dans ce nouveau contexte, l'étape de la privatisation agressive s'est achevée et les "tycons" des années 90 ont vécu ; aujourd'hui, ce sont les dirigeants diplômés des universités ou des écoles européennes, avec une spécialisation en management ainsi que l'expérience dans la gestion moderne des entreprises, qui ont la cote.

Mais l'application du modèle de management occidental au sein des entreprises russes ou des filiales de sociétés étrangères ne se fait pas sans tension.

Les cadres russes ont un haut niveau d'éducation académique mais leurs compétences ne correspondent pas toujours

aux attentes des entreprises ; ils compensent néanmoins cette inadéquation par leur grande capacité d'apprentissage, y compris des langues étrangères.

Les occidentaux leur reprochent souvent leur absence de sens des initiatives, leur difficulté à gérer les priorités ; ça n'est pas vrai pour les jeunes qui n'ont pas subi le modèle soviétique et qui ont une grande soif de réussite personnelle et de pouvoir d'achat ; ceux-ci recherchent des postes dans les entreprises internationales qu'ils considèrent comme des écoles de business ; cette forte motivation individuelle induit une grande implication dans le job, mais la recherche de la réussite personnelle est à l'origine d'un fort turn over.

Pour les dirigeants étrangers qui viennent travailler en Russie, nous constatons aussi un changement. Si, au début des années 90, les étrangers qui venaient en Russie étaient, soit des aventuriers, soit des managers qui voulaient sans souci attendre la retraite, aujourd'hui la Russie accueille des professionnels désireux d'être confrontés à un marché en développement, véritable booster de leur carrière.

Que vous apporte un partenariat avec la France ?

"BPO Executive Search & Consulting" est ouverte à la coopération internationale. L'Europe et, en particulier la France, est un marché porteur tant pour générer des missions que pour fournir des cadres compétents pour la Russie.

Voilà pourquoi nous sommes très optimistes en ce qui concerne notre partenariat avec Chantal Baudron s.a.s. Lors de la dernière visite de Chantal Baudron à Moscou, dans le cadre du voyage d'études du CEW, nous avons pu juger ensemble du niveau de l'intérêt des sociétés locales et françaises pour une collaboration dans le domaine du recrutement.

Chantal Baudron



Zoom métiers

Les concept stores vont-ils créer de nouveaux métiers ?

Les concept stores se définissent comme des magasins multi-marques et multiproduits avec la volonté de s'adresser à un public international, urbain et "accro" de mode et de tendances.

Ce concept est en opposition avec la distribution plus traditionnelle qui est spécialisée par marque ou par type de produit avec une offre pouvant séduire un public assez large. Les concept stores se différencient par leur politique d'achat. Les produits sélectionnés doivent refléter un style de vie et se composent souvent d'une offre de produits de mode, de beauté, de design, d'art, de restauration.

L'acheteur n'a pas une spécialisation produit, il doit être aussi bien à l'aise dans une sélection de produits textiles que de produits de restauration. Il a avant tout la capacité à comprendre une cible et à capter les tendances. L'acheteur doit savoir repérer les marques pointues ou les produits "branchés" de marques plus grand public et négocier une distribution en exclusivité. Les gammes sont très courtes et il n'y a pas de réassort. L'acheteur agit comme un défricheur de talents, il lance les nouvelles marques qui seront présentes pour une durée courte dans le concept store. Il contribue à créer un phénomène de rareté du produit.

Les concept stores se différencient par leur politique de merchandising. On trouvera, par exemple, sur un même niveau, une offre de chaussures, de cosmétiques et de produits culturels.

Le responsable de l'identité visuelle doit créer un univers proche du style de vie reflété par le concept store. Le taux de rotation des produits est très rapide, chaque semaine les vitrines et l'organisation des lieux changent et des expositions sont organisées régulièrement. Le concept store ne se définit pas comme un lieu marchand mais comme un lieu d'exposition, un endroit "lounge" où l'on vient écouter la dernière compilation du concept store.

Enfin les concept stores se différencient par leur politique de communication. La fonction relations presse et relations publiques est essentielle. La notoriété du concept store s'établit par des passages réguliers dans la presse qui font référence à des produits distribués en exclusivité, à des expositions... Le concept store communique en direct avec sa cible et soigne ses clients : envoi d'invitation à des fêtes, des avant-premières...

Le concept store est-il un phénomène de distribution éphémère ou un modèle pérenne ?

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