

Distribution, des milliers d'emplois à saisir en 2009

En 2008, le commerce a globalement résisté à la crise financière et à la baisse du pouvoir d'achat. Pour nos invités, même s'ils admettent regarder l'avenir avec prudence, les perspectives de croissance ne sont pas remises en cause et les embauches de candidats motivés devraient être encore très nombreuses.

Quel est l'impact de la crise sur votre activité ? Comment s'est passée l'année 2008 et quelles sont les perspectives pour 2009 ?

Nathalie Niogret (Picard) : L'année 2008 s'est terminée sur une note positive. Les clients ont oublié la crise pour profiter des fêtes, même si les achats ont été faits plus tardivement que les années précédentes. C'est pourquoi nous abordons 2009 avec optimisme tout en restant attentifs aux évolutions du marché. Nous maintenons les ouvertures de magasins prévues qui impliquent un recrutement tout au long de l'année.

Frédérique Le Jariel (Métro Cash & Carry France) : Du fait de notre position de leader dans le commerce de gros pour les professionnels indépendants, nous restons également optimistes. Nos projets de développement pour 2009 ne sont pas remis en cause.

Valérie Le Toullec (Auchan) : L'année 2008 s'est bien terminée. La crise et le pessimisme ambiants n'affectent pas nos perspectives de recrutement pour 2009. Nous avons des besoins croissants liés à la mobilité interne, y compris à l'international (Russie, Chine, Ukraine...), au développement de l'activité des Halles d'Auchan, d'Auchan Direct et de Auchan Drive.

Thierry Devy (CEC Vivarte) : La chaussure se porte plutôt bien aussi. Le type de nos boutiques autant que notre créneau (de prix peu élevés) sont porteurs. Nous continuerons à ouvrir des magasins et prévoyons une croissance similaire à 2008.

Arnaud Debart (Carrefour) : Nous sommes également très confiants, même si nous avons constaté un ralentissement dans la consommation des produits non alimentaires. Nous prévoyons le même niveau de recrutement qu'en 2008 soit 7 000 embauches en CDI dont 300 cadres. Nous ferons moins appel aux interims et CDD.

Laurent Maire-Richard (H&M) : On ne peut pas dire que la crise n'a pas d'impact sur la consommation. Mais nous

maintenons nos projets d'ouvertures pour 2009, après une année 2008 record avec 16 nouveaux magasins en France.

Caroline Gaillard (Monoprix) : Monoprix ne subit pas la crise pour le moment. Nous continuons en 2009 à nous développer, à ouvrir des magasins et donc à embaucher. Nous avons recruté en 2008 environ 2500 personnes en CDI et nous devrions avoir des embauches similaires en 2009.

Marie Rambaud (Atac) : L'année 2008 s'est bien terminée. Pour 2009, avec notre nouveau concept, Simply Market, nous pensons avoir une bonne réponse à donner à nos clients en termes de prix. Nous devrions être sur les mêmes volumes de recrutements que l'an dernier : environ 250 agents de maîtrise et cadres. Nous allons encore accentuer l'accueil des jeunes en alternance, de même que la promotion interne.

Quels sont les profils que vous recherchez, en termes de diplômes ou de compétences ?

Nathalie Niogret (Picard) : Nous cherchons avant tout des commerçants capables de travailler au sein de petites équipes. Nous recrutons des personnes souriantes, motivées, ayant un bon relationnel. Le dynamisme et la relation client sont les valeurs fondamentales. Pour les responsables de magasins, nous effectuons peu de recrutements, surtout en Île-de-France, nous privilégions la promotion interne : 90 % étaient adjoints de magasins.

Frédérique Le Jariel (Métro Cash & Carry France) : Pour nous, le conseil est primordial. En effet, au-delà d'un approvisionnement, nos clients viennent chercher des informations sur les produits, notamment sur des rayons comme la marée, la boucherie ou la cave... domaines particulièrement importants pour les restaurateurs. Nous recherchons des gens ayant la volonté d'apporter au quotidien conseils et soutien à nos clients pour qui la période est un peu difficile. Pour les postes d'encadrement, nous mettons l'accent sur trois dimensions importantes : la capacité relationnelle avec les clients, le savoir-faire managérial pour gérer des équipes parfois conséquentes et l'aptitude

à tenir les rênes d'un compte de gestion de rayon.

Valérie Le Toullec (Auchan) : Nous avons un fort niveau d'exigence concernant les managers de rayon, dont les possibilités d'évoluer dans l'entreprise sont importantes, notamment en magasin sur des postes de comité de direction, sur la centrale d'achat, à l'international, en logistique. Nous nous attachons à la personnalité, à un potentiel managérial, à l'envie de faire du commerce, d'animer des équipes, de satisfaire une clientèle.

Thierry Devy (CEC Vivarte) : Pour nos magasins, la personnalité compte plus que les diplômes. Les candidats viennent souvent de la restauration, des fast-food. Une fois recrutés, ils sont formés en interne lors de parcours d'intégration dont la durée varie selon leur profil. Nous utilisons aussi les Droit individuels à la formation ou la Validation des acquis de l'expérience. Autant d'éléments qui peuvent valoriser les compétences et sont prisés par les jeunes. La CEC, c'est 1 500 personnes formées chaque année, il ne se passe pas six mois sans formation.

Arnaud Debart (Carrefour) : 70 % des recrutements sont effectués dans nos zones de chalandises. Le diplôme n'est pas un prérequis, nous cherchons des personnes adhérant aux valeurs du groupe. Nous disposons d'un espace de recrutement qui centralise les besoins de nos magasins – nous recevons 10 000 CV par mois – et en même temps aiguille les candidats. Les recrutements se font à tous les niveaux, depuis les assistantes de caisse, jusqu'aux directeurs qui sont issus à 75 % de la promotion interne. Mais nous recherchons aussi des candidats qui apportent du sang neuf, une autre vision. Nous avons développé le statut de stagiaire directeur qui permet pendant au plus une année de connaître le groupe. Pour 2009, notre stratégie est basée sur le management de proximité et la satisfaction client. Il faut aussi être attentionné avec ses collègues.

Laurent Maire-Richard (H&M) : Pour les postes de cadres, nous ne cherchons pas des candidats formatés par un diplôme. Nous ne voulons pas de laboratoire de clones. En revanche, nous avons besoin de personnels expérimentés, opérationnels rapidement. En 2008, les responsables de magasins étaient tous issus de la promotion interne, mais cela varie selon les années. Pour les managers de rayons en revanche, 40 % ont fait l'objet d'un recrutement externe et 2009 devrait être du même acabit. Nous mettons en place un accompagnement important par le manager direct pour détecter les potentiels. Nous recherchons des managers avec une expérience d'équipe, le goût du challenge, du travail en équipe et la passion du client.

Élisabeth Noël (H&M) : Pour les forces de vente, nous re-

cherchons des personnes ayant la volonté de nous accompagner, de s'investir, qui veulent vivre l'aventure avec nous. Nous croyons en eux, au-delà des diplômes.

Caroline Gaillard (Monoprix) : Nous favorisons plutôt l'expérience en magasin et la capacité à diriger des équipes qui peuvent être importantes. Le client recherche l'esprit de la proximité, le boucher du coin, le poissonnier, tout ça sous le même toit. Il nous faut donc des candidats qui aiment et connaissent leur métier. Nous recrutons beaucoup de monde et nous avons un fort niveau d'exigence. Nous mettons en place des politiques vis-à-vis des écoles, des stages, des contacts avec beaucoup de partenaires pour parler de l'entreprise, pour expliquer que chez Monoprix, de nombreuses carrières sont possibles. On peut passer d'une enseigne à l'autre - Monoprix, Monop', Dailymonop' - du siège au magasin, du magasin au siège...

Marie Rambaud (Atac) : Nous recherchons des commerçants, des gens qui ont une sensibilité aux produits alimentaires, et surtout aux produits frais. Nous recrutons des débutants ou des personnels expérimentés du secteur alimentaire. En supermarché, ce sont des petites équipes, de 15 à 60 personnes. Nous demandons aux directeurs de magasins et managers de suivre chacun des collaborateurs, notamment en termes de formation, de les faire évoluer.

Qu'est-ce qui peut attirer les candidats dans le secteur de la distribution et plus particulièrement dans votre enseigne ?

Nathalie Niogret (Picard) : Travailler chez Picard, c'est bénéficier d'un réel contact client ! Toute l'équipe est polyvalente et autonome. Nous insistons sur les possibilités d'évolution, de devenir responsable de magasin, voire de monter au siège. Nous offrons aussi des avantages tels que la participation aux bénéfices, l'intéressement, le 13^e mois et une mutuelle.

Frédérique Le Jariel (Métro Cash & Carry France) : Travailler chez Métro France, c'est être au cœur du tissu local, rencontrer les restaurateurs du coin, les boulangers, les épiciers... En outre, nous proposons des plans de carrière intéressants. Tout est possible pour ceux qui veulent avancer, se dépasser qui ont des idées, font preuve d'innovation. Nous sommes une enseigne internationale et la qualification des collaborateurs français est recherchée.

Valérie Le Toullec (Auchan) : Auchan est une grande entreprise, non cotée en Bourse, avec une vision à long terme. C'est une entreprise familiale avec de fortes valeurs de confiance, de partage, de considération qui ont un écho positif lors de

nos rencontres avec les candidats. Rejoindre Auchan, c'est rejoindre une entreprise qui offre de l'autonomie, des responsabilités et une première expérience de management. Nous avons mis en place des recrutements avec mises en situation pour valider des candidats qui ne seraient pas sélectionnés sur leurs CV, pour développer de nouvelles pistes.

Thierry Devy (CEC Vivarte) : La distribution est un secteur où l'ascenseur social fonctionne bien et assez vite. On peut faire carrière sur des horizons relativement courts. Rejoindre la CEC, c'est venir dans une entreprise leader, un groupe offrant des perspectives de mobilité.

Arnaud Debart (Carrefour) : Nos engagements sont très forts en termes de diversité et d'égalité des chances. Nous avons signé toutes les chartes de diversité. Grâce à notre plan espoir banlieue, nous avons embauché 1 600 jeunes issus des quartiers avec ou sans diplôme, sans aucun tabou. Nous avons lancé une charte de parentalité pour prendre en compte le besoin de construire sa vie professionnelle et sa vie privée en parallèle. Il existe 30 différents métiers sur nos surfaces de vente, donc les possibilités de carrières sont importantes. En 2009, nous poursuivons notre politique de convergence d'enseignes, Champion devient Carrefour Market, ce qui augmente les passerelles entre hypermarchés et supermarchés. Nous offrons également un package de rémunération et d'avantages sociaux attractifs.

Laurent Maire-Richard (H&M) : H&M est un groupe leader dans le secteur du textile et une entreprise internationale, présente dans 33 pays, avec des projets à long terme. Nos salariés peuvent évoluer dans plusieurs métiers et changer au fil des années, de leur maturité... Mais c'est aussi une société à taille humaine où les hommes sont au cœur de l'entreprise. Notre enseigne donne des responsabilités à qui en a la capacité. Ainsi, on peut être manager de rayons à 23 ans, puis passer assez rapidement responsable de magasin.

Caroline Gaillard (Monoprix) : Le secteur de la distribution a mauvaise image, on n'en connaît que les contraintes, mais elles sont à la mesure de l'épanouissement que le métier peut apporter et notamment chez Monoprix : évolutions de carrière rapides, rémunération variable pour tous, relation avec la clientèle etc. Ceux qui aiment le client, le produit et le travail bien fait se plairont chez Monoprix.

Marie Rambaud (Atac) : La transformation de l'enseigne Atac en Simply Market est une aventure à vivre ensemble. Nous travaillons différemment : il n'y a plus de grosses opérations commerciales à monter car les prix sont bas tous les jours. Du coup, nous avons plus de temps pour animer les rayons, organiser des dégustations et nous sommes plus proches des clients. C'est un autre modèle commercial qui

repose sur un autre modèle économique. ■

LES GROUPES EN 2009

PICARD SURGELÉS

Points de vente : plus de 750 boutiques et 45 ouvertures prévues en 2009.

Recrutements en 2009 : 360 CDI de 35 h.

Profil : Vendeurs assistants : BEP ou CAP avec petite expérience ou bac. Adjoints de magasin : CAP ou BEP (1 ou 2 ans d'expérience) ou bac. Responsable de magasin : BTS et 1 ou 2 ans d'expérience.

Postes au siège à Issy-les-Moulineaux : contrôleurs de gestion et techniciens de maintenance pour les magasins.

Difficultés de recrutement : adjoints de magasin et agents de maintenance.

Postuler : www.picard.fr

ATAC - SIMPLY MARKET

Points de vente : 280 magasins dont 110 Simply Market.

Recrutements 2009 : environ 250 agents de maîtrise et cadres. Les employés sont recrutés par les directeurs de magasin. Contrats d'apprentissage : CAP préparat. produits carnés, BEP VAM, BTS Muc, licence professionnelle commerce, écoles de commerce.

Profil : Responsables de rayon : bac pro commerce et services, BTS action commerciale ou MUC. Directeurs de magasin : école de commerce ou université avec stages dans le commerce.

Difficultés de recrutement : métiers de bouche. Femmes pour les postes de cadres.

Postuler : www.atac.fr ou www.simply-market.fr

MONOPRIX

Points de vente : 300 magasins et 30 ouvertures par an.

Recrutements 2009 : entre 1 500 et 2 000 dont 250 cadres.

Contrats d'apprentissage et de professionnalisation : CAP ECMS, BEP VAM, bac pro Commerce, BTS MUC, Licence Management de la Distribution.

Profils : pas de diplôme particulier, 2 à 6 mois de formation interne pour les cadres. Pour le siège : bac+2 à bac+5

Difficultés de recrutement : métiers de bouche.

Postuler : <http://recrutement.monoprix.fr>

H&M

Points de vente : 114 sur la France et 7 ouvertures prévues au printemps.

Recrutements 2009 : vendeurs, responsables de rayon, visual merchandiser, contrôleurs de caisse, directeurs de magasin. Embauches à 95 % en CDI.

Profils : Pas de diplôme particulier.

Formation interne : Visual merchandiser (étalagiste) : 9 semaines ; responsables de magasin : 15 semaines, responsables de rayon : 11 semaines. Vendeurs : 2 à 3 semaines.

Postuler : en magasins ou sur www.hm.com

AUCHAN FRANCE

Points de vente : 121 hypermarchés en France.
Recrutements 2009 : 6 500 CDI dont 800 cadres. 3 200 apprentis ou contrats de professionnalisation.

Profils : Manageurs de rayon (650 postes) : école de commerce, bac+4/5 MSG, master 2 grande distribution, ingénieurs agronomes. 6 000 stagiaires, source de préembauche.

Difficultés de recrutement : métiers de bouche.

Postuler : www.talent.auchan.fr

Entraînement à l'entretien de recrutement.

MÉTRO CASH & CARRY FRANCE

Points de vente : 91 entrepôts alimentaires en France, 10 Métro bureau et 20 Métro Équipement.

Recrutements 2009 : 500 CDI dont 100 cadres. 500 contrats en alternance.

Des jeunes sans le bac sont recrutés pour 8 mois sur des postes d'approvisionneur-vendeur.

Profils : vendeurs, expériences variées (restauration, produits frais, sommelier...)

Postuler : www.metrorecrut.fr

CEC (filiale de VIVARTE)

La Halle aux chaussures, Chaussland.

Points de vente : 670 magasins et une trentaine d'ouvertures prévues en 2009.

Recrutements 2009 : 110 cadres

Profils : En magasins, vendeurs et responsables : pas de diplôme demandé. Au siège, pour la centrale d'achat : école de commerce.

Formation interne : parcours d'intégration.

Postuler : directement dans les magasins ou sur www.unepersonnaliteapart.com

CARREFOUR

Points de vente : 226 hypermarchés Carrefour en France.

Recrutements 2009 : 7 000 en CDI, dont 300 cadres. 3 000 apprentis du CAP au bac +5.

Profils : du CAP au bac+5 selon les postes (bac+3 pour un chef de rayon).

Difficultés de recrutement : métiers de bouche.

Postuler : sur <http://recrute.carrefour.fr> ou en magasin.

Les conseils de nos invités aux candidats



Arnaud Debart
CARREFOUR

« Soyez authentique et ayez un esprit positif, c'est très important chez Carrefour. N'hésitez pas à envoyer un CV vidéo. »



Elizabeth Noël
H&M

« Ayez la curiosité de demander aux personnels pourquoi ils sont venus chez H&M. »



Laurent Maire-Richard
H&M

« Documentez-vous sur l'entreprise sinon, la démarche est incomplète, et c'est décevant. »



Nathalie Niogret
PICARD
SURGELÉS

« Montrez votre motivation et votre envie d'aller vers le client. Être gourmand, c'est aussi important. »



Thierry Devy
CEC VIVARTE

« En entretien, ne jouez pas un rôle car vous serez démasqué à un moment ou un autre. »



Valérie Le Toullec
AUCHAN

« Effectuez des jobs d'été ou un stage dans le commerce... vous découvrirez des métiers passionnants et très diversifiés. »



Marie Rambaud
ATAC

« Discutez avec nos collaborateurs, vous découvrirez notre entreprise. »



Caroline Gaillard
MONOPRIX

« Renseignez-vous sur les métiers du commerce, il y en a forcément un à la mesure de vos ambitions ! »



Frédérique Le Jariel
MÉTRO FRANCE

« Communiquez sur vos propres valeurs et assurez-vous qu'elles correspondent à celles de l'entreprise. »

Photos : DR