

Extrait du Nice Premium

<http://www.nice-premium.com>

Interview de Julie Wolf, Chef de produit confirmé, Grupo Cortefiel (Madrid, Espagne)

- Emploi -



Date de mise en ligne : jeudi 22 novembre 2007

Nice Premium

« J'invite les étudiants à suivre l'évolution du secteur textile »

Nice Premium : Présentez-nous la société dans laquelle vous évoluez ainsi que votre rôle au sein de celle-ci ?



Julie Wolf : Cortefiel est une entreprise textile fondée en 1880, fruit d'un petit négoce familial de mercerie. Elle regroupe aujourd'hui différentes marques internationales telles que Springfield, Women Secret, Pedro del Hierro, Cortefiel, Milano. Présente dans 45 pays avec plus de 1.000 magasins dans le monde, et un total de 11.000 employés, Cortefiel fait aujourd'hui partie des entreprises textiles les plus puissantes d'Espagne après Inditex. A la recherche d'un poste au sein d'une entreprise espagnole à forte envergure internationale, j'ai intégré les équipes de Cortefiel en qualité de chef de produit confirmé voilà plus d'un an. Chargée de la gestion de la production de vêtements sportswear de toutes les marques féminines du groupe (plus particulièrement sur le segment du jean et des articles « prêt-à-teindre »), je développe des collections « clés en main » leur permettant d'avoir en magasin sous 4-5 semaines des produits compétitifs et actuels.

NP : Qu'avez-vous fait depuis votre sortie de l'école ? Quel est votre parcours professionnel ?

JW : Diplômée en 1999, je choisis la voie internationale et pars travailler pour une entreprise qui se consacre à la réalisation de publi-reportages principalement dans les pays en voie de développement. Envoyée en décembre 1999 à Mexico, je suis missionnée successivement en Estonie (3 mois), au Malawi (7 mois) et au Guatemala (4 mois) afin de réaliser des reportages papier pour Forbes ainsi qu'un contenu web de plus de 400 pages par pays. Dans le cadre de ces articles, nous rencontrons les principaux dirigeants des pays, tant politiques qu'économiques. Fin 2000, je reviens en France et m'intègre aux équipes de Flamingo Brazil en tant que responsable de développement international. Fournisseur de vêtements chaîne et trame à des groupes spécialisés comme H&M, C&A, Inditex, je suis chargée de l'expansion européenne de l'entreprise, de la gestion des commandes des clients internationaux, de leur contrôle qualité au sein des unités de production que nous sous-traitons au Maroc et sur les marchés de proximité (Turquie, Tunisie entre autres), et assure le respect des cahiers des charges. Débauchée par Back-to-Back en 2005, j'assure ces mêmes fonctions mais cette fois dans le cadre de productions grand import, essentiellement en Chine avant de rejoindre Cortefiel en septembre 2006.

NP : Avez-vous toujours eu le désir d'exercer ce métier ou est-ce le résultat d'opportunités ?

JW : Issue d'une famille de commerçant, je suis la 5e génération de ma famille qui se dédie au textile. Sensibilisée aux problématiques de ce secteur depuis toute petite, je réalise mon mémoire de fin d'études sur le thème de la fidélisation client dans le prêt-à-porter de luxe. Jusqu'alors démotivée par ma propre famille qui a vécu comme fournisseur de centrales d'achats les débuts de la crise textile, je choisis néanmoins de rejoindre ce secteur, décidée à y évoluer sous un autre angle : « surfer » sur la vague ascendante de la grande distribution qui se redessine et se

veut toujours plus rapide et compétitive, le concept de la « fringue prêt-à-porter, prêt-à-jeter » sur lequel se positionne Zara avec tant de succès.

NP : Quel est votre parcours scolaire, quel(s) diplôme(s) avez-vous obtenu ?

JW : je suis diplômée en 1999 de l'école de commerce IPAG, spécialisation Marketing international.

NP : Quelle est l'image des étudiants de votre ancienne école au sein de votre milieu professionnel ?

JW : Il m'est impossible de répondre de façon objective à cette question dans la mesure où, en Espagne, je n'ai jamais rencontré d'anciens élèves de l'IPAG travaillant dans ce secteur.

NP : Quels conseils donneriez-vous aux étudiants qui envisagent une carrière dans le textile ? Selon vous est-il préférable de commencer par des PME ou des grandes structures ?

JW : De manière générale, je leur conseille de bien étudier les différents secteurs d'activité et de choisir, au plus tôt, leur secteur de prédilection. Je trouve en effet qu'il est de plus en plus difficile de passer de la téléphonie à la mode, de la cosmétique à l'automobile, les entreprises ayant de plus en plus tendance à recruter des profils par activité plus que par domaine de compétences. Je crois que cela dépend du profil de chacun. Certaines personnes ont tendance à se sentir plus à l'aise dans le cadre de PME à dimension humaine quand d'autres aiment à évoluer dans de véritables empires emblématiques. La PME proportionne généralement plus d'autonomie, de responsabilité quand la GE est plus segmentée, les postes plus spécialisés et par conséquent la marge de manoeuvre moindre. La projection et l'évolution paraissent néanmoins plus faciles dans un grand groupe. Dans mon cas par exemple, je me suis retrouvée à 22 ans n°3 d'une PME de 30 personnes, à un excellent poste dans lequel je pouvais en dessiner moi-même l'évolution (en ouvrant de nouveaux pays par exemple) mais ma projection était limitée... je n'aurais jamais pu être promue, et pour moi, c'est une forme de motivation de que me dire « aujourd'hui assistant de chef de produit, demain chef de produit, après demain chef de marque », et ainsi de suite selon ta valeur, tes efforts et tes résultats. Enfin, je considère le passage de PME à grandes entreprises bien plus complexe que l'inverse. Par conséquent, celui qui se projette à plus ou moins long terme comme responsable au sein d'un grand groupe a tout intérêt à se diriger directement vers ce type d'entreprises.

NP : Pourquoi avoir choisi d'évoluer à l'International ?

JW : C'est à l'IPAG que mon sens de l'aventure a pris son envol ! En 3e année, j'ai choisi de partir en Australie pour mon stage international... et depuis je n'ai pas reposé ma valise à Paris plus d'un an consécutif ! C'est une telle ouverture d'esprit, un tel partage culturel, une telle expérience. On peut tout étudier dans des livres, ou en cours... mais rien ne vaut l'immersion, arriver perdue dans un nouveau pays et devoir tout reconstruire. Sans parler de l'avantage que cela représente linguistiquement parlant ! Et puis, les voyages, c'est aussi partir vers l'inconnu, donner un nouveau rumbo à sa vie...

NP : A l'heure actuelle quelles sont vos perspectives d'évolution, vos aspirations professionnelles ?



JW : Aujourd'hui, j'ai envie de dire que tout est possible ! Je suis assez tentée par l'idée de refaire mes valises et repartir vers de nouveaux horizons, toujours textiles sans l'ombre d'un doute ! J'espère à moyen terme accéder à un poste de chef de marque chez Cortefiel à moins que ne surgisse une autre opportunité en route... qui sait ! C'est aussi l'avantage de s'atteler au même secteur : on devient spécialisée et on se « vend » avec beaucoup plus de facilité !

NP : Souhaiteriez-vous ajouter quelque chose ?

JW : J'invite les étudiants à suivre l'évolution du secteur textile. Aujourd'hui plus encore que lorsque nous étions étudiants, on y trouve de véritables cas d'école comme Zara qui ont bouleversé les règles de ce secteur. Je trouve par goût que c'est un secteur passionnant et que travailler sur des produits si palpables est une chance qu'ont peu d'entre nous. Pour une femme de surcroît, quand ton quotidien tourne autour de robes, chaussures, tee-shirts ou accessoires, c'est plus sympa que de travailler sur des nouveaux boulons, marteaux ou emballages plastiques, non ?!