

[Travail en temps partagé]

Un directeur pour plusieurs entreprises

L'avenir appartient peut-être aux cadres supérieurs à la carte, qui mettent leurs compétences au service de plusieurs entreprises. Flexible, le travail en temps partagé apparaît aujourd'hui comme une solution intéressante pour développer le chiffre d'affaires de sociétés tout en limitant les charges salariales.

Ce n'est pas nouveau, les entreprises se montrent frieuses dès lors qu'il s'agit d'embaucher, surtout en CDI, un contrat tellement protecteur pour les salariés qu'il dissuade les dirigeants de s'engager durablement, qui plus est auprès de cadres supérieurs très bien rémunérés, à temps plein. En ces temps de faible croissance, les chefs d'entreprise aspirent à des contrats plus souples et plus flexibles. Avant que le CDI et le CDD ne disparaissent, un jour, peut-être, au profit d'un contrat de travail unique – une sorte de CDI revisité, facilitant les licenciements – des professionnels ont imaginé une solution innovante : le travail en temps partagé. Pour répondre à l'attente ambiante, des cadres supérieurs offrent donc des prestations de service à la carte. Ils proposent leurs compétences à durée déterminée, le temps d'apporter des solutions adaptées aux besoins de la société.

Directeur commercial et marketing, Laurent Vervin met par exemple son expertise à disposition de plusieurs entreprises, à raison d'une demi-journée à deux jours par semaine, selon les im-

pératifs et les actions à mettre en œuvre. Travaillant sous la marque DC Pilot, il apporte des avantages sans les contraintes salariales.

Un directeur moins encombrant

“Grâce au système du temps de travail partagé, un chef d'entreprise peut se payer un directeur commercial d'expérience, qui en général coûte près de 200 K€ par an à l'entreprise. De plus, il n'a pas à partager le pouvoir avec un collaborateur important et stratégique avec qui il est lié par un contrat de travail, et les risques d'engagement financier qu'il comporte”.

À terme, les PME qui réalisent un chiffre d'affaires d'au moins 1 million d'euros, pourraient plébisciter ce concept très en vogue au nord de l'Europe, et se partager un directeur commercial opérationnel, chargé d'organiser, manager et développer leur activité dans une relation partenariale, pour un budget maîtrisé.

“Les bénéfices portent directement sur la performance commerciale, mais aussi sur l'organisation, les outils de

pilotage et de communication, la fidélisation des équipes, ou encore la notoriété de l'entreprise, avec des conséquences directes sur le chiffre d'affaires et les marges”, précise Laurent Vervin. *“L'économie bouge.*

Si nous ne bougeons pas avec elle, nous ne nous relèverons pas”.

● Karen Brun

Laurent Vervin est directeur commercial et marketing à la carte.