

LES MÉTIERS DE LA CONSO

**DIRECTEUR  
D'HYPHER**





LES MÉTIERS DE LA CONSO  
**DIRECTEUR D'HYPER**

**Amandine Levine, 35 ans**  
**(avec Patrick Buanga, employé fruits et légumes)**  
Directrice Carrefour Sainte-Geneviève des Bois (91)





**Amandine Levine, 35 ans, a intégré Carrefour en 2010.** Titulaire d'un Master en communication, elle effectue d'abord un remplacement de congé maternité au sein du service communication de Promocash. Elle y restera 4 ans avant de rejoindre la première promotion du programme "Graduate" visant à former de futurs directeurs d'hyper (4 ans). Après des fonctions de chef de rayon puis chef de secteur, elle est nommée directrice de l'hyper de Sens Maillot (4 800 m<sup>2</sup>) en 2018 puis à Ste Geneviève des Bois (l'hyper historique de Carrefour) en août 2020.

## DIRECTEUR D'HYPER, C'EST QUOI ?

De manière simple, c'est un chef d'entreprise à l'échelle d'un magasin avec trois métiers qui se superposent : commerçant, gestionnaire et DRH. Commerçant, parce qu'il faut s'intéresser aux produits, depuis l'assortiment jusqu'aux mises en avant ; gestionnaire, parce qu'un magasin, même dans un grand groupe, est réellement une entreprise avec une obligation de rentabilité pour assurer sa pérennité ; et DRH, car nous sommes un métier où l'humain est primordial, qu'il s'agisse des collaborateurs (270 ici à Sainte-Geneviève-des-Bois) ou des clients (des milliers par jour).

## CHEF D'ENTREPRISE, MAIS PAS PROPRIÉTAIRE. UNE SACRÉ NUANCE...

Bien sûr, c'est une différence importante. Mais à nous de la gommer pour "faire comme si nous étions propriétaire" ! C'est peut-être un détail, mais je vise toutes les dépenses du magasin sans exception avec une seule grille de lecture : accepterai-je la dépense si c'était "mon argent" ?

## LA JOURNÉE TYPE ?

Je suis au magasin vers 6h. Le premier réflexe est de regarder le NPS, le score de satisfaction clients. C'est devenu plus important que le chiffre d'affaires de la veille que je regarde juste après. Je fais ensuite un premier tour de magasin. Un tour relationnel. Là, je salue un maximum de collaborateurs. Ensuite, il y a un tour plus commercial, sur les rayons, les prix, les mises en avant, bref, ce que voit le client. Après l'ouverture, il y a le brief quotidien avec l'équipe de direction (chefs de de secteurs, managers services, drive, sécurité-technique, performance, RH) ou l'encadrement. Le reste de la journée est consacré à la vie du magasin, la vie de l'enseigne, les relations locales, etc. Pour une part, environ une quinzaine d'heures par semaine, je suis dans un bureau déporté qui est installé à l'entrée du magasin.

## **EN MAGASINS, TOUS LES DIRECTEURS ONT UNE MAROTTE, UNE OBSESSION. LA VÔTRE ?**

L'affichage des prix. Tout simplement car c'est le premier grief des clients à notre rencontre. Donc, oui, j'admets être très exigeante sur le sujet.

## **VOUS CONNAISSEZ CHACUN DES COLLABORATEURS DE L'HYPER ?**

Pas encore. Je pense que sur un hyper comme Sainte-Geneviève des Bois et ses presque 300 collaborateurs, il faut un an pour identifier chacun. Cela dit, je reconnais que connaître le prénom de chacun est un acte de management pour un directeur d'hyper. J'en prends toute la mesure.

## **COMMENT VOUS APPELLE-T-ON ? DIRECTEUR, DIRECTRICE, AMANDINE, ETC. ?**

Personnellement, je me sens plus directrice que directeur ! Mais chacun, de l'employé jusqu'au cadre de direction, peut m'appeler comme il le souhaite, y compris donc par mon prénom. L'essentiel est que la fonction soit respectée. Et ça, c'est non négociable.

## **COMMENT SE GÈRENT LES MOMENTS DIFFICILES, PAR EXEMPLE SE SÉPARER D'UN COLLABORATEUR ?**

C'est effectivement une partie du métier. Il faut d'abord être certain de sa décision et l'assumer. Le courage managérial est indispensable. Faute de quoi, on renvoie un mauvais message. Donc ça se gère par devoir. Mais sans satisfaction, évidemment.



## **FAUT-IL ÊTRE APPRÉCIÉE, AIMÉE OU RESPECTÉE ? OU LES TROIS À LA FOIS ?**

Sans hésitation : respectée. Et pour l'être, au-delà de la compétence intrinsèque naturellement, il faut être juste. J'essaie de l'être dans chacune des décisions dès lors que l'humain est en jeu. C'est parfois dur, mais c'est aussi pour ça que dans la "vie humaine" du magasin il doit y avoir de bons moments. Par exemple, une fois par mois, j'élargis le brief du matin à l'ensemble des collaborateurs présents.

## **VOTRE CONCEPTION DE LA TRANSPARENCE : TOUS LES SALARIÉS CONNAISSENT-ILS LE CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'HYPER ?**

Aujourd'hui, je ne le pense pas. Mais c'est une volonté de ma part de tendre vers cette transparence. J'incite les cadres à communiquer vers les équipes, au-delà des seules performances de leur rayon. Après tout, l'hyper est une entreprise et sa santé globale est aussi importante que les ventes d'un rayon ou d'une catégorie pris séparément du reste.

## **FAUT-IL ÊTRE "GUEULARD" OU CÂLIN ? OU LES DEUX À LA FOIS ?**

Nul besoin de "retourner" un magasin (quelle que soit la forme que prend l'emballlement !) pour faire passer ses messages et faire respecter ses consignes.

## **CE QUE VOUS AVEZ DÉCOUVERT DE LA FONCTION ET QUI VOUS A SURPRIS... ?**

Que l'on est tout le temps regardé ! Pendant ma formation, un directeur qui était déjà en poste m'avait un jour lancé "*Attention, tout le monde va te regarder*". A vrai dire, je ne comprenais pas totalement

le sens de la remarque. Aujourd'hui, je vois très bien ce qu'il voulait me dire. A l'échelle du magasin, le directeur est le patron. Donc tous les yeux convergent. Y compris sur ce que l'on pourrait considérer comme des détails !

## **LE BAIL D'UN DIRECTEUR D'HYPER EST SOUVENT PRÉCAIRE, QUELQUES ANNÉES AU PLUS AVANT DE CHANGER DE MAGASIN. EXALTANT OU CONTRAIGNANT ?**

Déjà, nous connaissons tous la règle. Donc la mobilité n'est pas une découverte, elle fait partie du métier. Cela dit, c'est vrai, un mandat de 2 à 3 ans devrait être un minimum pour engager réellement des chantiers et les mener. Parfois, les circonstances en décident autrement...

## **VOUS ÊTES TRÈS ACTIVE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX. POURQUOI ?**

D'abord, je suis très cohérente avec ma formation initiale en communication. Ensuite, j'ai la conviction depuis longtemps que la distribution ne montre pas assez ce qu'elle fait. Tout n'est pas parfait, mais on en fait des choses... Et ces nouveaux médias permettent de parler davantage. Alors parlons ! Et qu'il s'agisse de Facebook ou même de LinkedIn, de nombreux clients nous suivent.

## **FEMME ET MAMAN DIRECTRICE D'HYPER, C'EST VRAIMENT COMPATIBLE SANS SACRIFICE ?**

D'abord, femme ou homme ne change rien pour la fonction. La personnalité me paraît plus importante que le genre pour l'exercer. Et j'ai parfois l'impression qu'il y a plus de différences entre les générations qu'entre les sexes ! Pour le reste, c'est de l'organisation. En arrivant tôt le matin, je suis aussi disponible plus tôt le soir. Sauf exception, la journée s'achève vers 18h/18h15.



**SI VOUS AVIEZ UNE BAGUETTE MAGIQUE, VOUS AIMERIEZ... ?**

Comme tous les directeurs d'hypers je pense : remettre tous les actifs à neuf et aller encore plus vite pour chasser les irritants clients. Parce que c'est bien là que nous sommes tous perfectibles. Un hyper, c'est grand, et les irritants sont possiblement partout.