

Réduction du volume des ventes des distributeurs et démission des cadres supérieurs

Après dix ans de développement rapide, la vente du vin en Chine a commencé à décliner depuis 2013. L'écoulement difficile des stocks de vin a obligé les distributeurs à compresser leurs coûts de main-d'œuvre élevés pour survivre. En conséquence, le revenu de beaucoup de cadres supérieurs et vendeurs clés a fortement chuté, ce qui a obligé certains professionnels du secteur à changer d'activité. Cette année, des responsables importants des entreprises majeurs du secteur du vin, tels que les sites web Jiuxian et Zhongjiu ainsi que la société ASC ont démissionné les uns après les autres. Des équipes de vente de certaines entreprises ont également été remerciées. Néanmoins, cette vague de départs pourrait permettre de faire redescendre les rémunérations élevées du métier et revenir à des niveaux rationnels.

Démission en chaîne des cadres supérieurs des distributeurs de vin

Les démissions commencent à s'étendre sur les importateurs et les agents connus du secteur de vin.

D'après un journaliste de *Beijing Business Today*, Wang Hao, vice-président, directeur général d'une des plateformes leaders chinoises du e-commerce du vin, Zhongjiu.com, a annoncé récemment sa démission sans précision supplémentaire. C'est sa deuxième démission en un an, après son départ du poste de directeur général de Jiuxian.com en mai dernier. Par coïncidence, en septembre dernier, Li Gang, directeur des opérations de Zhongjiu.com a annoncé sa démission et confirmé sa reconversion dans la plateforme du commerce électronique *Vats Liquor Store*. Le responsable des relations publiques du célèbre importateur de vin ASC a démissionné pour exercer le même type d'activité mais dans le secteur des jets-privés. Selon les révélations d'un expert, ce responsable a démissionné de sa propre initiative pour éviter un licenciement possible. Depuis la prise d'ASC par la société japonaise Suntory il y a trois ans, la structure dégraisse ses effectifs au fur et à mesure. Il y a six mois, ASC a annulé ses services de relations publiques, actuellement, c'est la filiale de l'entreprise à Shanghai qui se charge de toutes les affaires de relations publiques.

Par ailleurs, les distributeurs n'échappent pas à cette tendance et leurs équipes de ventes sont de plus en plus réduites. Un cadre supérieur chargé de la vente d'un distributeur connu a révélé au journaliste de *Beijing Business Today* que sa société avait supprimé tous les départements à Pékin sauf le département commerciale et qu'il démissionnerait bientôt, signifiant la dissolution de la société à Pékin.

Cause directe : fléchissement sensible du salaire

D'après l'analyse des experts, le contexte de démission fréquente des cadres supérieurs des distributeurs de vin du moment met tout le secteur en crise cette année. Selon des données, l'importation chinoise de vin en bouteille a augmenté de 65% sur la période 2010 – 2011, mais en 2012, la hausse n'était que de 9%. A présent, la croissance diminue considérablement encore par rapport à celle des années précédentes. Beaucoup d'entreprises sont touchées : certains distributeurs chinois du Groupe Castel, ont réduit leurs volumes de ventes en raison de bénéfices en baisses ne pouvant couvrir leurs dépenses. Beijing Haifuxin Trading Co., Ltd., plus grand agent de la marque Great Wall dans le Nord de la Chine et plus grand distributeur à Beijing, a récemment rencontré des problèmes pour payer ses créances auprès de ses fournisseurs chinois en raison d'une situation financière difficile.

D'après un importateur de vin, aujourd'hui, les distributeurs s'affairent à écouler leur stock. Ayant dépensé des sommes colossales dans la création de stock et face à la rentrée difficile de liquidités causée par la baisse des ventes, beaucoup d'entreprises paient des coûts de stockage élevés. Les cadres supérieurs chargés des ventes sont les premiers à faire face à une chute de leur revenu.

D'après le journaliste de *Beijing Business Today*, les salaires des cadres supérieurs tels que les directeurs marketing ou les directeurs commerciaux des distributeurs sont composés de trois parties : salaire de base, salaire de performance et distribution de dividendes en fin d'année. Selon une œnologue indépendante, en cas d'atonie des ventes, les salaires des cadres supérieurs diminuent considérablement et les démissions sont donc logiques.

Auparavant, il était commun de voir les vendeurs de vin gagner des salaires mensuels moyens de 30 000 yuans par mois. Actuellement, les salaires mensuels auraient été divisés par deux. Cette baisse brutale a conduit à une fuite des talents.

Éclatement de la bulle des salaires artificiellement élevée

Selon les experts, la fuite d'un grand nombre de cadres supérieurs et de vendeurs des entreprises du secteur a été une bonne occasion d'éliminer la bulle de rémunérations artificiellement élevée.

En réalité, le développement rapide du marché du vin de ces dernières années, a permis une augmentation notable des salaires suivant la tendance et les distributeurs ont débauché des talents de vente et de gestion sans être vraiment regardant sur les prestations salariales demandées. Selon les experts du secteur, la hausse des salaires des talents qui passaient d'une entreprise à une autre était de l'ordre de 20% à 30%, bien supérieure à celle d'autres secteurs. Ces augmentations ont dépassé la capacité d'adaptation des entreprises sur une longue période et la baisse des ventes a provoqué une crise sans précédent dans le secteur.

Le responsable d'un distributeur, sous couvert d'anonymat, a pu témoigner du niveau déraisonnable des salaires dans le secteur, la pénurie de talent se serait toujours fait ressentir et le niveau de salaires élevé n'était pas révélateur de la qualité des personnes en poste. Il témoigne: « Maintenant, je préfère embaucher des débutants et les former plutôt que de débaucher des gens non compétents.»

D'après certains experts du secteur, les distributeurs doivent affronter cette situation difficile avec des approches actives : D'abord, ils doivent pénétrer le marché du vin moyenne-gamme au lieu de rester concentré sur le marché haut de gamme. Cela augmentera les sources de profit. Deuxièmement, en lien avec la croissance du e-commerce, les distributeurs peuvent se repositionner sur ce marché. Enfin, ils peuvent élargir leur portefeuille sur les liqueurs et la bière.

Source : <http://www.cnfood.cn/n/2014/1113/37715.html> 北京商报