

Neuilly le 13 novembre 2009

30^{ème} édition

Étude Salaires 2009 – 2010

Rémunération des professionnels

Marketing & Vente

MAESINA INTERNATIONAL SEARCH

Présente en partenariat avec HEWITT ASSOCIATES
son enquête annuelle.

Pour toute information, nous vous prions de contacter :

01 41 43 70 00

E-mail : maesina@maesina.com

ETUDES SALAIRES MARKETING VENTES 2009-2010

SOMMAIRE

	Page
<u>Première Section</u>	
INTRODUCTION	3
RÉMUNÉRATIONS PAR FONCTION :	
• Médianes	4
• Critères d'analyse	5
AUGMENTATIONS	7
FIXE ET VARIABLE	11
SECTEURS D'ACTIVITE	14
REMUNERATIONS EUROPEENNES	20
ECHANTILLON et METHODOLOGIE	24

Deuxième section

TABLEAUX DES RÉMUNÉRATIONS DES FONCTIONS PAR SECTEUR

INTRODUCTION

Réalisée en partenariat avec HEWITT ASSOCIATES depuis 19 ans, l'étude salaires Marketing-Ventes de MAESINA INTERNATIONAL SEARCH, véritable référence du marché, poursuit son développement. Cette année, elle présente :

- L'analyse des **rémunérations** de 18 fonctions Marketing et Commerciales particulièrement représentatives.
- L'influence des différents **critères** influençant le niveau de rémunération.
- Une analyse des **augmentations** individuelles concernant les titulaires n'ayant changé ni de poste ni d'entreprise, en cette période de **crise**.
- Une information sur les prévisions d'augmentation pour 2009.
- L'analyse comparée des rémunérations de 5 fonctions significatives dans 5 pays d'Europe.

Réalisée cette année auprès de 138 groupes représentant 151 entreprises et regroupant 2031 dirigeants, managers et professionnels, occupant ces 18 fonctions, l'étude présente de façon récurrente des résultats répartis selon 8 grands secteurs d'activité et 2 des critères (âge et situation géographique) les plus significatifs pour chacune des fonctions concernées.

Secteurs :

- Agro-alimentaire
- Pharmacie - Hygiène – Cosmétique
- Produits intermédiaires
- Mécanique – Électronique – Industries connexes
- Construction (BTP et Matériaux)
- Commerce - Distribution
- Tourisme et Loisirs
- Autres Services Non Financiers

Attention : les rémunérations présentées correspondent au brut annuel 2009 pour le salaire fixe auquel s'ajoutent les rémunérations variables effectivement touchées au titre de l'année 2007 par les titulaires.

NIVEAUX DE RÉMUNÉRATIONS :

- Cf Tableaux détaillés en deuxième section

MÉDIANES DES RÉMUNÉRATIONS

Médianes 2009 en K€	Rémunération	Rémunération
Fonction	fixe	globale
Directeur Marketing et Ventes	135,9	152,1
Directeur Marketing	95,0	112,9
Chef de Groupe de Produits	60,5	71,8
Chef de Produit Senior	45,2	51,7
Chef de Produit Junior	44,7	51,4
Chargé d'études marketing	37,6	43,5
Responsable du Marketing Direct	54,4	59,4
Responsable du Marketing sur Internet	61,1	63,7
Directeur Commercial	90,6	110,3
Directeur National des Ventes	70,3	84,7
Directeur Régional des Ventes	64,4	82,4
Chef de Vente Régional	49,8	62,1
Responsable Grands Comptes	52,4	65,7
Directeur du développement des ventes	69,7	84,6
Category Manager	44,9	56,5
Directeur des Ventes Export	98,5	116,7
Responsable de Zone export	49,6	59,3
Directeur du Service Clientèle	67,6	77,0

PERTINENCE DES CRITÈRES UTILISÉS :

Critères Secteurs d'activité : Cf. étude des secteurs d'activité page 13

Critères fonction

- **La localisation géographique** (Région parisienne versus Province) a un impact sur les niveaux de rémunération de l'ensemble des fonctions. En effet, selon le groupe de fonctions, le fait de travailler sur Paris/Région parisienne est de 5% à 11% plus rémunérateur que de travailler en Province.
- **La responsabilité internationale**
Les fonctions de **Direction**/Responsables d'activité et les autres fonctions cadres ayant des responsabilités **internationales** ont une rémunération fixe + variable entre 3% et 9% supérieure à celle de titulaires occupant la même fonction sans responsabilité internationale.
- **La dimension Groupe du poste**
Les fonctions de Direction et Responsables d'activité ayant des responsabilités pour l'ensemble du groupe ont une rémunération globale supérieure de 4 % par rapport aux titulaires qui n'ont pas de dimension groupe.
- **L'effectif supervisé**
L'effectif supervisé a un impact sur les niveaux de rémunération de l'ensemble des cadres et fonctions non cadres à supervision. La rémunération est croissante avec l'effectif supervisé. Cet impact est particulièrement sensible pour les fonctions administratives, techniques et commerciales.
- **Le montant sous responsabilité**
Le montant sous **responsabilité** a un impact sur les niveaux de rémunération des fonctions de Direction et Responsables d'activité, et plus particulièrement dans la filière forces de vente.
- **L'appartenance au comité de direction**
A fonction **équivalente**, un Directeur appartenant au comité de direction aura une rémunération globale supérieure de 12% par rapport aux titulaires qui n'appartiennent pas au comité de direction.

Critères titulaire

- **L'âge**
Quelle que soit la fonction, on observe un impact de **l'âge** sur les niveaux de rémunération. La rémunération est croissante avec l'âge, cet impact s'amenuisant au fur et à mesure que l'âge augmente.
- **L'ancienneté** influence positivement le niveau de rémunération des titulaires occupant une fonction non cadre, notamment en début de carrière (la rémunération augmentant de 15% entre la 1^{ère} et la 5^{ème} année).

- **Le niveau de maîtrise de la fonction (Junior, Middle, Senior)** a un impact significatif sur le niveau de la rémunération pour l'ensemble des fonctions, et plus particulièrement pour les Cadres :

La « maîtrise » du poste (Senior) apporte un plus d'environ 9% pour les Directeurs ou Responsables d'activité par rapport aux titulaires qui débutent (Junior) dans leur fonction, La rémunération des autres cadres « maîtrisant » leur poste est de 7,5% supérieure à celle des cadres débutants,
La rémunération des non cadres débutants est en moyenne 5,6% inférieure aux titulaires qui maîtrisent le poste.

- **La formation initiale** est un critère significatif sur l'ensemble des fonctions, bien qu'elle soit relativement moins valorisée pour les fonctions non cadres. La rémunération globale évolue de façon croissante avec le niveau de formation.

RESULTATS PRINCIPAUX DE L'ETUDE

Rappelons ici que les augmentations présentées ci-dessous correspondent à celles dont ont bénéficié des titulaires n'ayant changé ni de société ni de poste entre les 2 années.

AUGMENTATIONS :

Marketing :

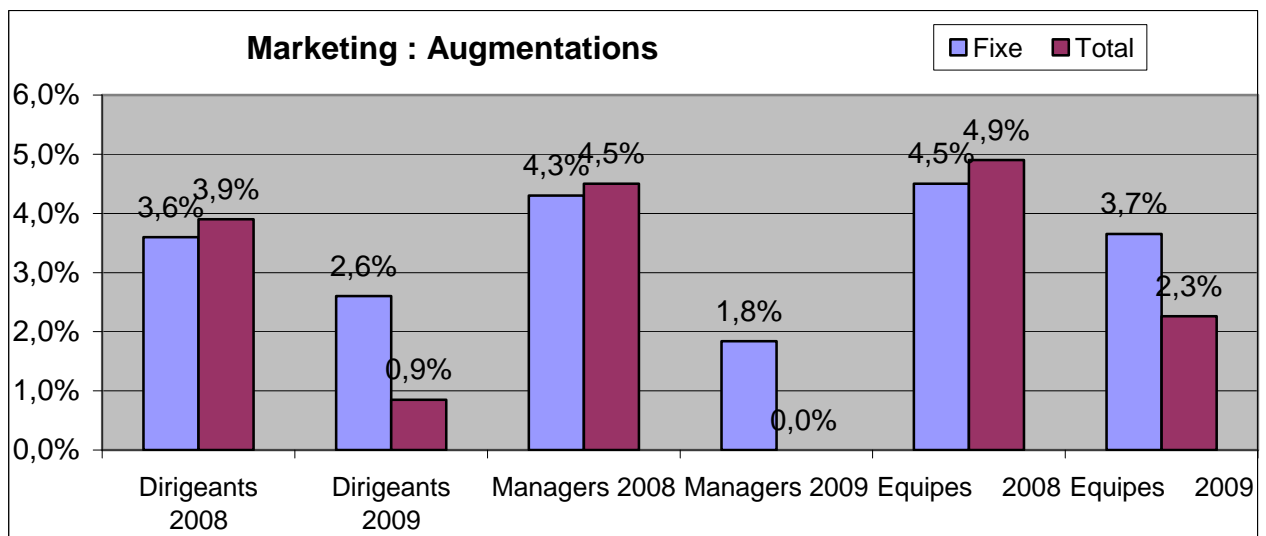
Baisse accentuée du niveau d'augmentation pour les marketers :

La moyenne des augmentations de la fonction Marketing est de 2,7% vs 4,1% en 2006 pour le fixe et 1,0% vs 4,4% pour la rémunération totale, une baisse significative qui traduit directement les mauvaises performances de fin 2008.

En effet la comparaison des niveaux d'augmentation sur le fixe et sur le salaire global montre clairement que les titulaires n'ont pas atteints leurs objectifs et se retrouvent avec des rémunérations ayant peu ou pas augmenté et même baissé dans certains cas.

C'est d'autant plus vrai pour les dirigeants ou les managers. Les équipes ont été touchées par ce phénomène mais dans une moindre mesure.

Le niveau d'inflation probable pour 2009 vs 2008 (2%) annule même certains rattrapages réalisés par le fixe.



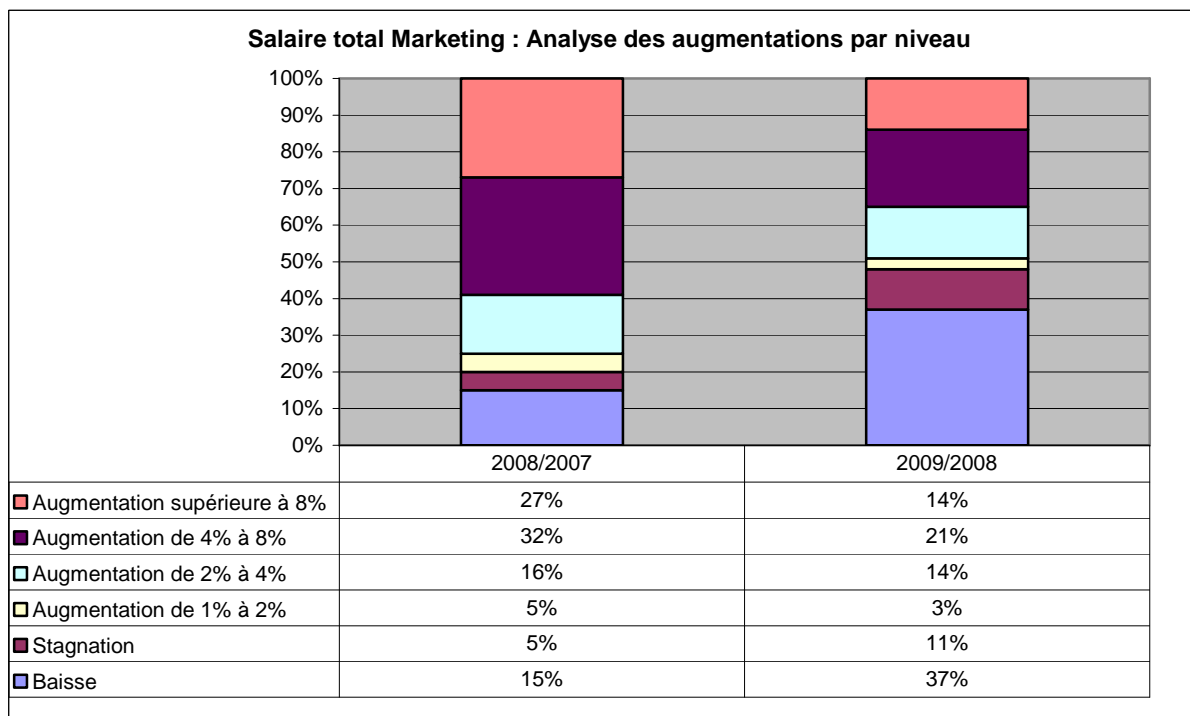
Répartition des niveaux d'augmentation de salaire total :

Le graphique ci-dessous vient confirmer le commentaire sur le niveau de variable.
 En effet 46% des Marketers ont vu leur rémunération baisser ou stagner à + 1% maximum.

Par contre seulement 35 % ont vu leur rémunération globale augmenter de 4% et plus contre 59% en 2008.

Devant les résultats obtenus, les entreprises ont répartis leurs augmentations individuelles seulement sur ceux qui ont atteint leurs objectifs.

Ces objectifs étaient d'autant plus difficiles à atteindre que fin 2007 était plutôt euphorique et avait conduit à établir des objectifs exagérément élevés.



Commerciaux :

Chez les commerciaux la baisse est curieusement moins forte en particulier pour les équipes :

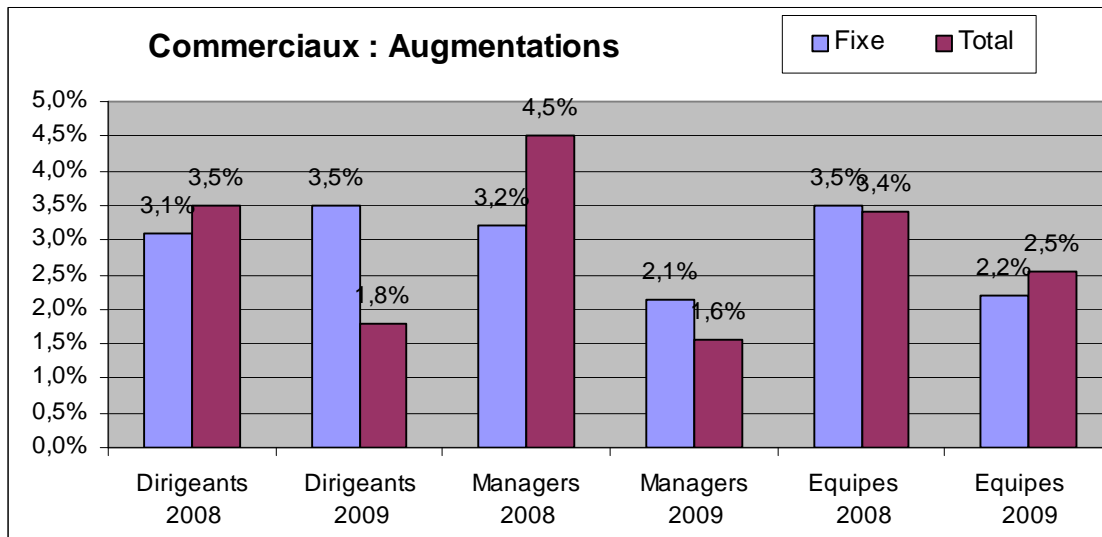
En moyenne le fixe a augmenté cette année de 2,6% vs 3,3% en 2008 et surtout le global a augmenté de 2,0% vs 3,8% en 2008.

Ce contraste est particulièrement fort chez les Managers de 4,5% à 1,6% et les Dirigeants de 3,5% à 1,8%.

La réduction de l'augmentation est moins forte chez les Équipes qui voient leurs augmentations de salaire total passer de 3,4% à 2,5%.

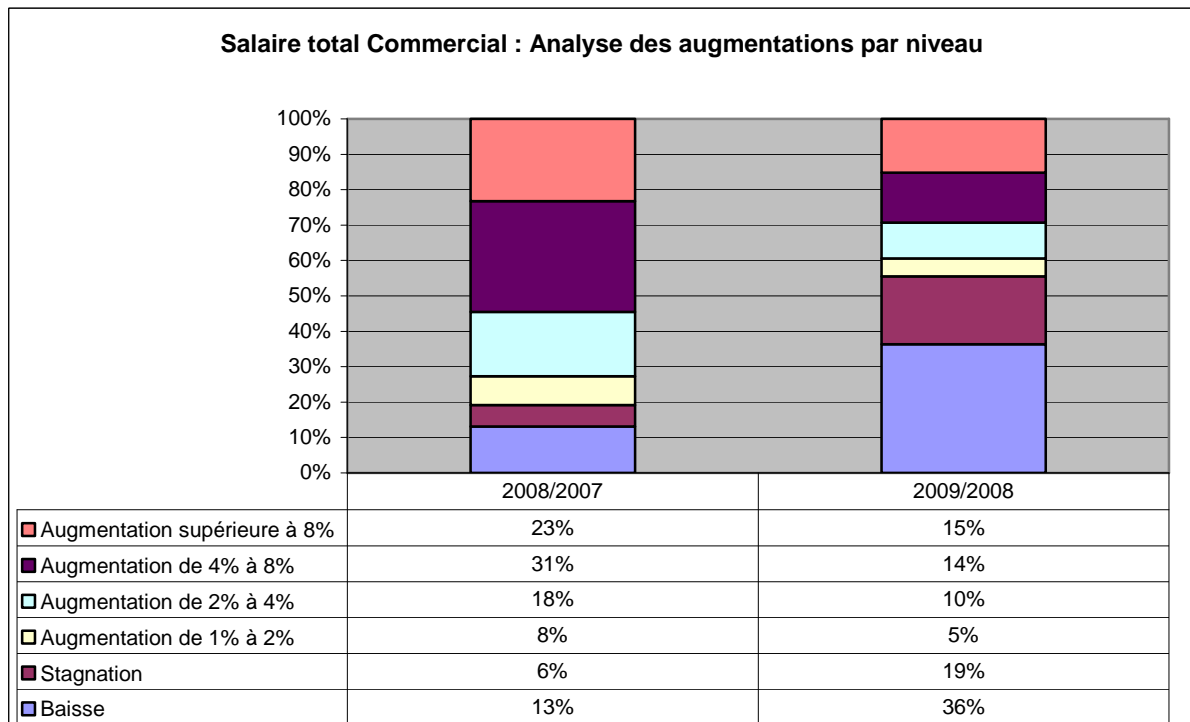
Il est probable que certaines sociétés ont cherché à trouver de nouveaux objectifs commerciaux pour éviter de voir leurs troupes totalement démotivées par ces contreperformances

L'augmentation globale matche à peine l'inflation sauf pour les équipes.



Répartition des niveaux d'augmentation de salaire total :

L'illustration de la difficulté à obtenir un variable significatif est réalisée par le graphique ci-dessous qui montre une proportion de 55% des commerciaux qui ont vu leur rémunération globale baisser ou stagner alors que 29 % ont vu leur niveau augmenter de 4% et plus vs 54% étaient dans ce cas en 2008.

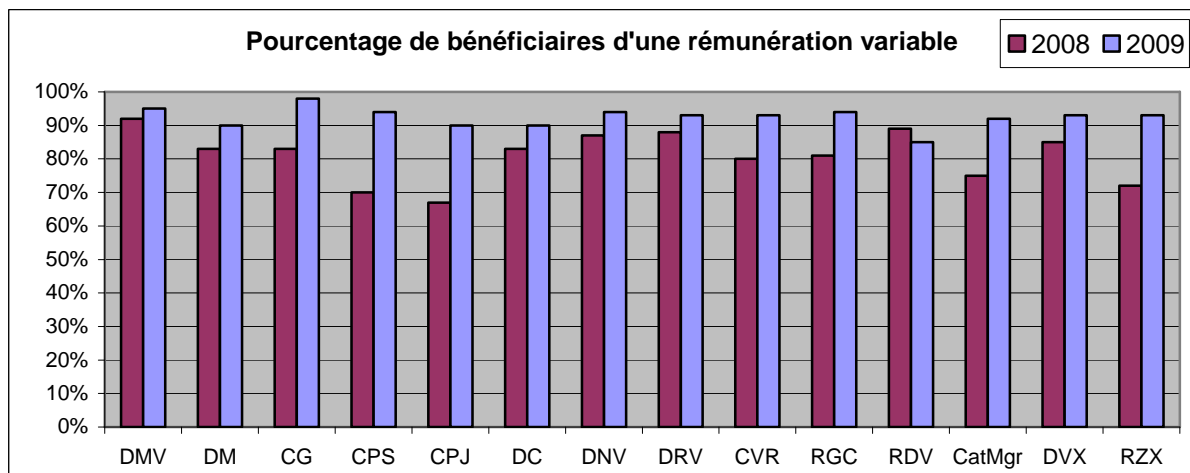


REMUNERATION VARIABLE :

Proportion de Bénéficiaires

Le pourcentage de bénéficiaires d'une rémunération variable individuelle reste maintenant à son niveau proche du plus haut avec des variations chaque année dues au fait que certains n'atteignent pas leur objectif et n'ont pas de bonus une année donnée.

La tendance lourde à l'accroissement depuis plus de 10 ans fait que nous atteignons pour certaines professions une asymptote.



Poids du variable :

Le poids du variable réellement touché est calculé par rapport au salaire fixe, conformément à la façon habituelle des sociétés à présenter un package salarial.

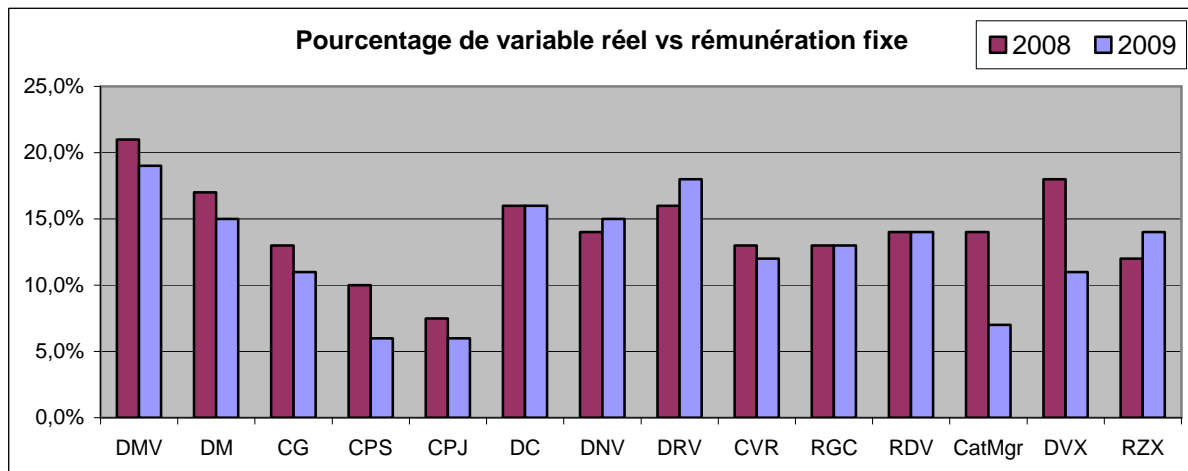
Le poids du variable est ici dépendant de l'atteinte des objectifs fixés, donc de la conjoncture et de la pertinence des objectifs eux-mêmes. En effet les chiffres présentés sont ceux que les titulaires ont effectivement touchés au titre de l'année précédente et non pas le "package" sur la base duquel ils sont mesurés cette année.

Ce chiffre ne tient pas compte des titulaires n'ayant pas touché de variable du tout, même si leur package en comporte.

Ce poids est généralement en baisse cette année en particulier chez les Marketers dans leur ensemble.

Nous avons vu ci-dessus que les mauvais résultats 2008, loin des objectifs initiaux expliquent ces résultats.

Chez les commerciaux les chiffres sont un peu moins gênants, exception faite des Directeurs de Vente Export qui font ici effet de contre exemple.



Critères habituels déterminant le variable.

En général les critères de mesure du variable sont répartis en 3 parties :

➤ Société, Équipe, Individuels

Pour les forces de vente ils s'analysent plus en détail cpmmme suit :

Dans presque toutes les catégories de Forces de Vente, les critères quantitatifs restent prépondérants dans la détermination de la part variable individuelle, notamment le "chiffre d'affaires", le "volume des ventes" et bien entendu la "marge". Pour les Commerciaux Terrain, on tiendra également compte de certains critères d'activité comme le "nombre d'offres clients/réalisées" ou le "nombre de visites clients/prospects".

Concernant les critères qualitatifs pour les Commerciaux Terrain, la "maîtrise des techniques de vente", la "rigueur/l'organisation", "l'orientation client" et "l'esprit d'équipe" sont les savoirs et comportements les plus fréquemment pris en compte dans la détermination de la part variable individuelle.

Pour les Managers, ce sont surtout les capacités de leadership et d'animation qui sont attendues, notamment en terme de "direction d'équipe" et de "coaching". De même, les entreprises attendent de leurs Managers qu'ils fassent preuve de "rigueur et d'organisation" afin de gérer de manière optimale leur équipe et leur activité.

Il est important de noter que pour de nombreuses entreprises, les critères qualitatifs seront plutôt réservés à la détermination de l'augmentation individuelle dans le cadre de l'appréciation du "mérite"

SECTEURS D'ACTIVITE :

Analyse comparée des rémunérations par secteur d'activité

Chaque graphe présente des pourcentages comparant le niveau de rémunération moyen du secteur par rapport à l'ensemble des secteurs pour chaque fonction analysée .

BUSINESS TO CONSUMER :

AGRO-ALIMENTAIRE :

C'est le cœur de la grande consommation où le Marketing est roi qu'il soit exercé vers les consommateurs ou vers les clients distributeurs.

Les fonctions marketing y sont en principe favorisées car les grandes marques doivent constamment être soutenue par de l'innovation et de la communication, responsabilités essentielles du Marketing.

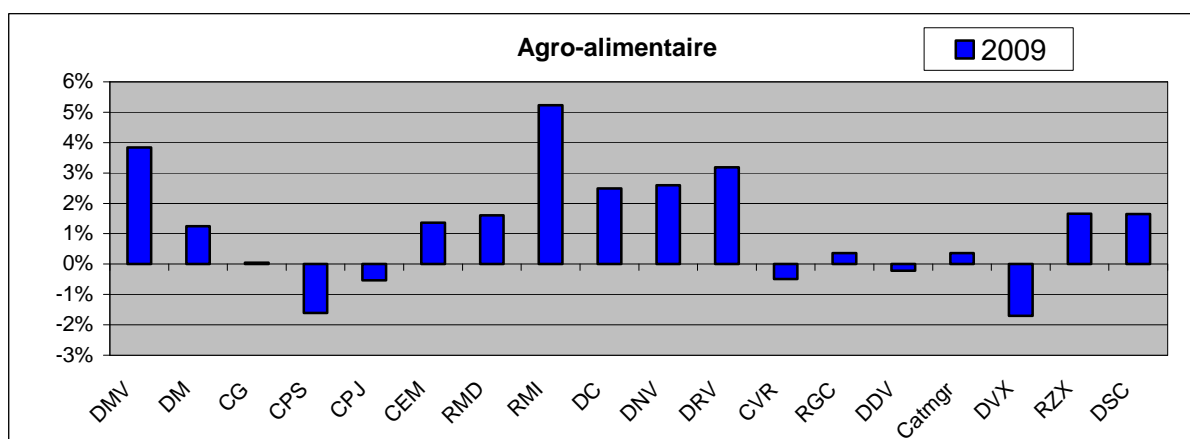
Cependant un certain nombre des sociétés interrogées sont de taille moyenne à petite et ne peuvent pas payer au niveau offert par les multinationales et viennent donc diminuer ce niveau moyen comparé en particulier à L'hygiène-Cosmétique Pharmacie.

Au niveau commercial, les différences par rapport à la moyenne tous secteurs sont relativement élevées pour les plus hauts niveaux de responsabilités.

Les Chefs de Vente régionaux sont en retrait mais ici la possible confusion entre le Directeur Régional et le Chef de Vente Régional peut exister car nombre de sociétés n'ayant pas 2 niveaux d'encadrement régional.

Les Responsables d'Enseignes ou Responsables Grands Comptes (RGC) se situent un peu au dessus de la moyenne sans que cela soit très significatif. Ces métiers se retrouvent aujourd'hui dans presque tous les secteurs et peuvent donc être mieux reconnus en général et pas seulement dans les métiers du BtoC.

Le niveau comparé du directeur export traduit probablement le fait que dans les sociétés multinationales l'export est souvent limité aux DOM TOM, les autres pays étant couverts par des filiales du groupe.



BUSINESS TO CONSUMER :

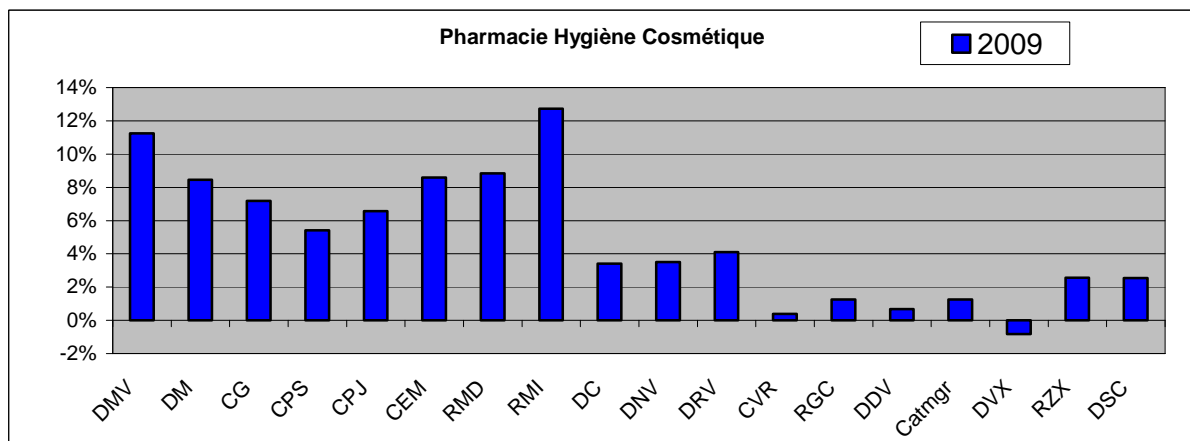
PHARMACIE-HYGIÈNE-COSMÉTIQUE

Ce secteur a toujours été très bon payeur et a un niveau de rémunération qui s'appuie sur de grands groupes très rentables et payant plutôt bien des titulaires pour lesquels ils montrent un niveau d'exigence largement au dessus de la moyenne. Les niveaux sont cette année encore largement supérieurs à ceux de l'agro-alimentaire pour les métiers de marketing.

Chez les commerciaux les trois niveaux hiérarchiques les plus hauts sont mieux reconnus par rapport à la moyenne des secteurs.

Les Responsables d'enseigne (RGC) restent proches de la moyenne malgré la difficulté de la négociation avec les grandes enseignes de la distribution alimentaire.

Le Directeur export a lui aussi un rôle clé en particulier par l'importance du "travel retail" qui commercialise ce type de produits en "duty free shops "



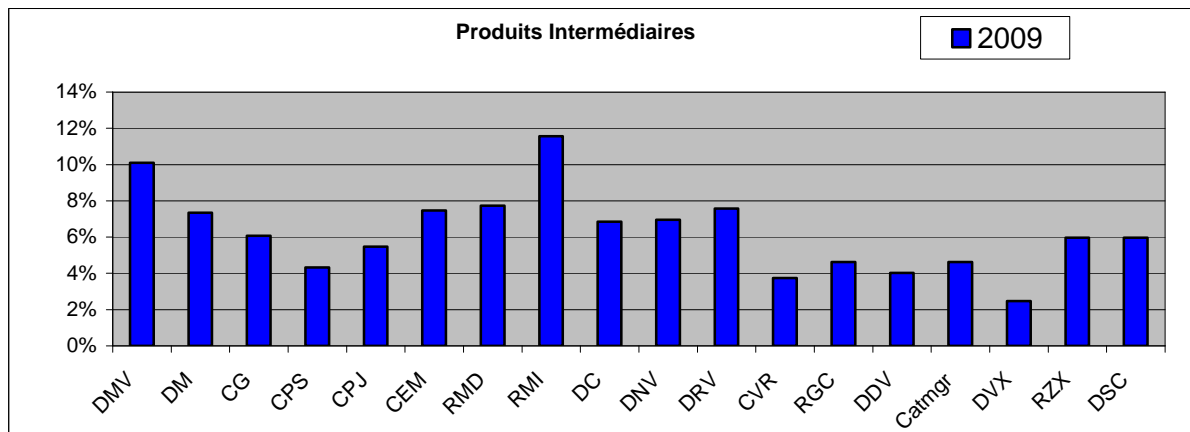
BUSINESS TO BUSINESS :

PRODUITS INTERMÉDIAIRES

Ce secteur, mélange de toutes les industries de produits vendus aux entreprises (chimie, emballage, etc.), est typique du BtoB avec un marketing qui s'y introduit de plus en plus et gagne ses lettres de noblesse grâce en particulier au marketing client qui permet une meilleure adéquation des offres à leur positionnement.

Le Marketing y est cette année plutôt mieux payé que la moyenne avec des niveaux de 4 à 10% de plus. Mais ce secteur arrive même à rejoindre le niveau des meilleurs payeurs que sont les entreprises de la cosmétique.

Les commerciaux sont également bien rémunérés dans ce secteur, et les Responsables Grands Comptes (RGC) dont l'action est essentielle à la relation avec les clients majeurs sont reconnus.



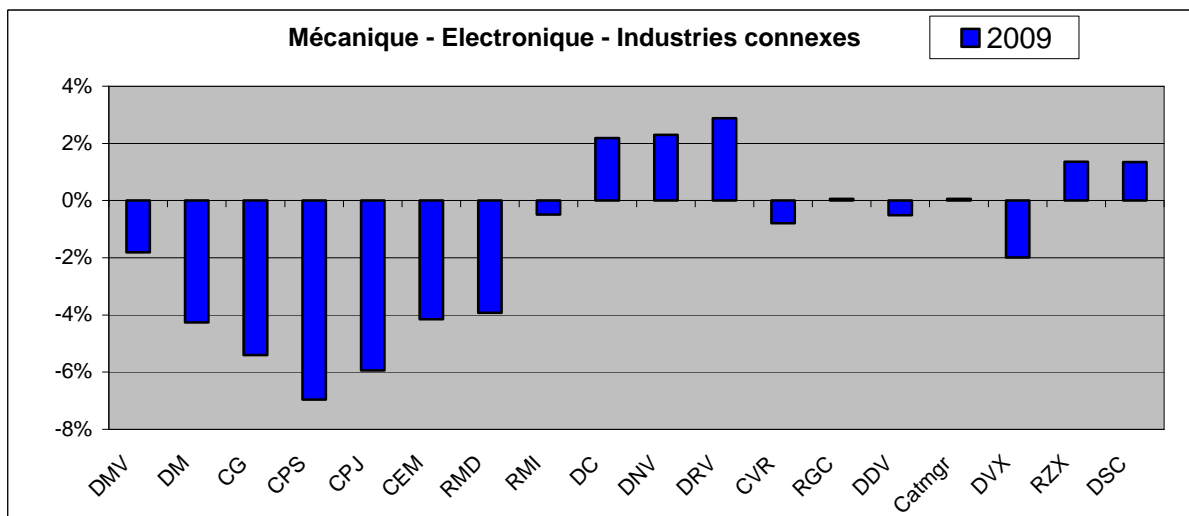
BUSINESS TO BUSINESS :

MÉTALLURGIE-ÉLECTRONIQUE-INDUSTRIES CONNEXES

C'est un secteur un peu disparate où les entreprises traditionnelles de la métallurgie côtoient celles plus modernes du High-Tech et de l'informatique.

On y paie mieux les ingénieurs que les Marketers.

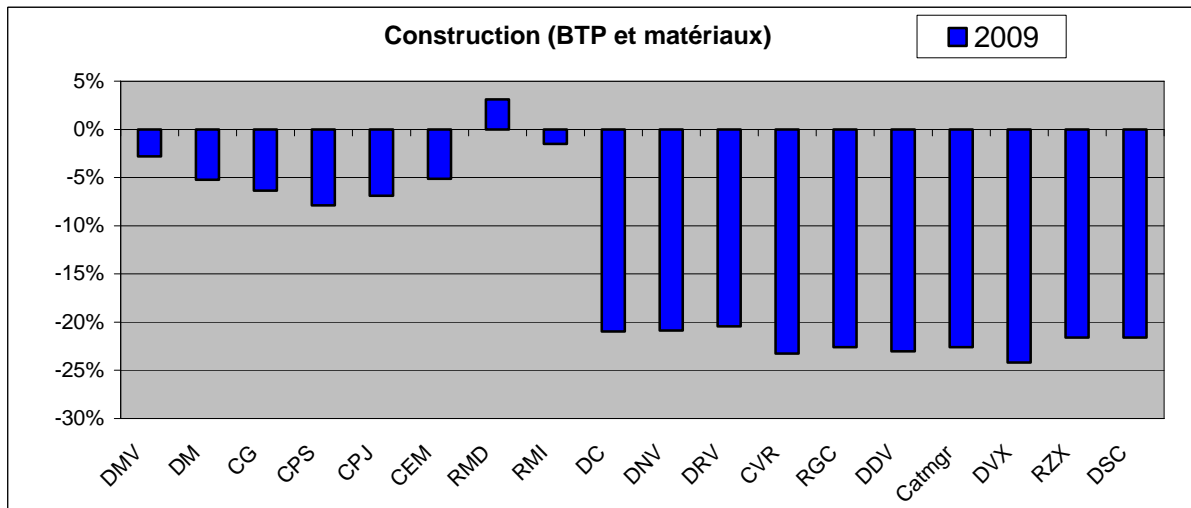
C'est plutôt du côté commercial que ces fonctions sont reconnues sachant que bien évidemment la plupart des Commerciaux sont eux-mêmes ingénieurs.



CONSTRUCTION (BTP ET MATÉRIAUX)

Voici un secteur que nous n'avons pas l'habitude d'avoir dans notre étude. Cependant nous connaissons le secteur dans le domaine du recrutement et il est effectivement moins bon payeur que la plupart des autres, en marketing comme en commercial.

L'exception du marketing direct ici doit plutôt être considérée comme une anomalie de l'échantillon que comme une tendance lourde



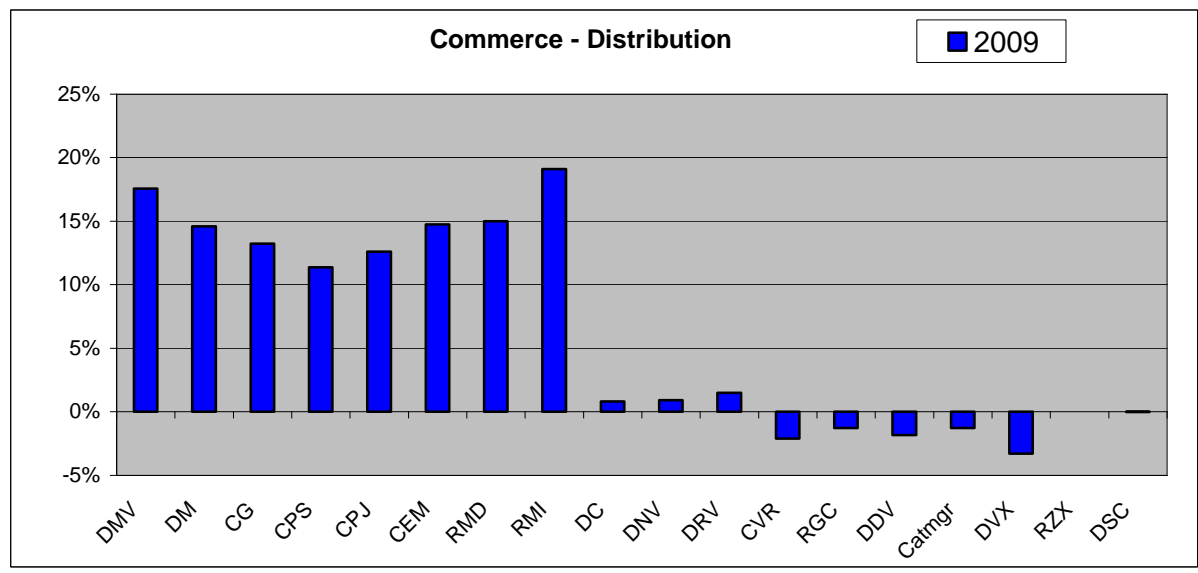
COMMERCE - DISTRIBUTION

Les fonctions observées sur ce secteur sont un peu différentes, certains métiers étant propres à l'existence de points de ventes.

Nous pouvons cependant comparer les niveaux de rémunérations sur quelques fonctions.

Le Marketing semble ici nettement plus élevé que la moyenne et c'est d'autant plus vrai pour le Marketing direct ou le Marketing sur Internet qui sont valorisés par ce circuit.

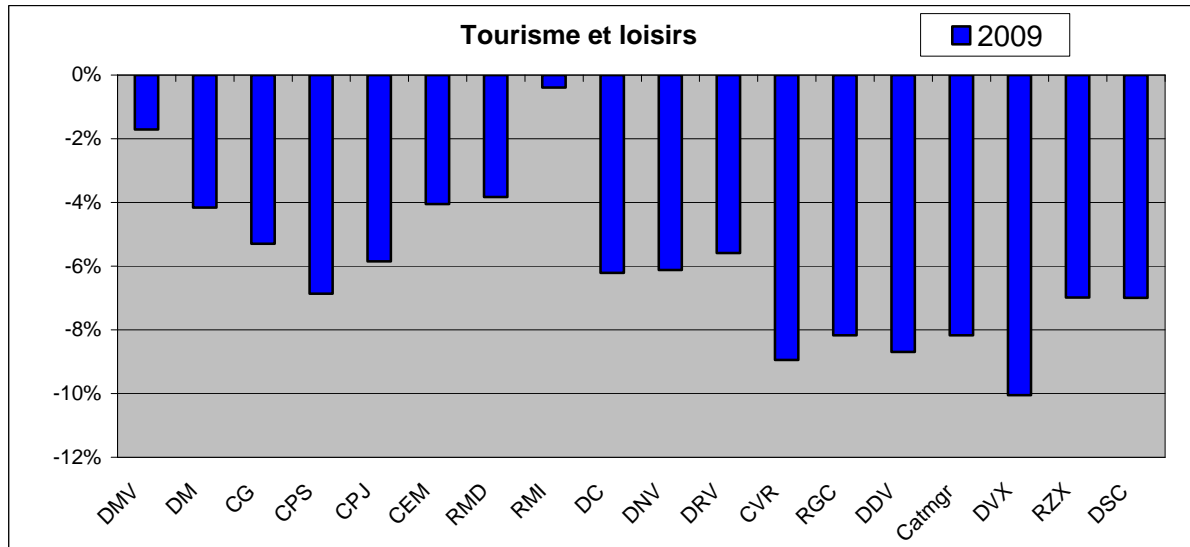
Les postes caractéristiques de la distribution sont aussi les achats dont nous ne disposons pas cette année. L'année dernière ils sont apparus moins bien payés que la moyenne car les acheteurs industriels du secteur Mécanique, Électronique et Industrie sont au dessus de la moyenne.



TOURISME ET LOISIRS :

C'est également un secteur nouveau pour cette étude, qui est habituellement inclus dans les services non financiers.

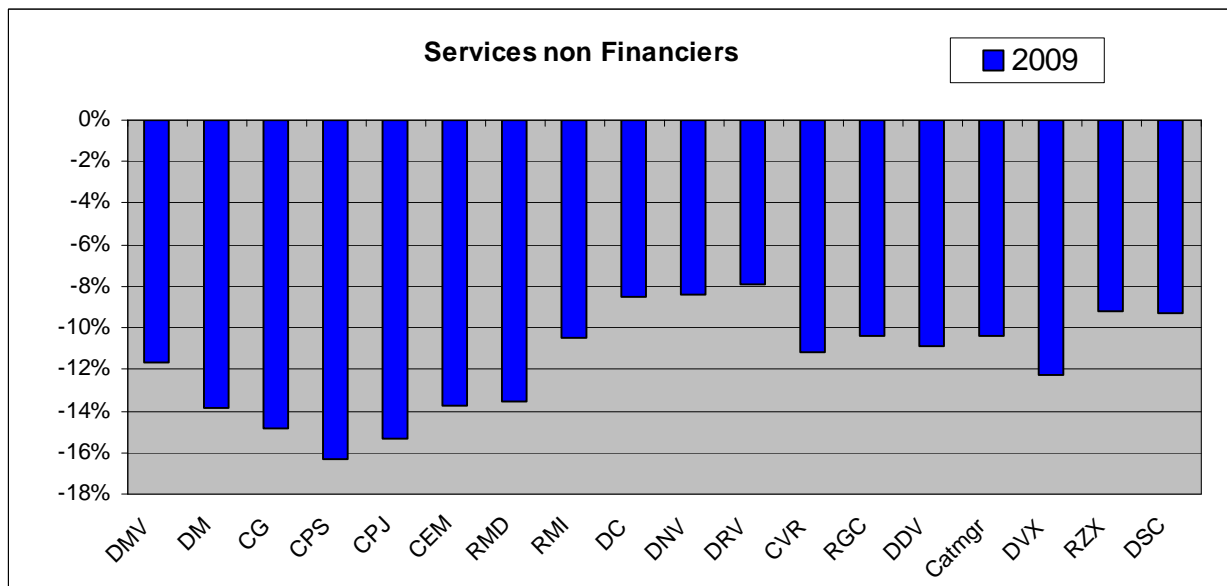
Les résultats sont clairement probants, très en dessous de la moyenne et proches de ce que nous observons habituellement pour les services non financiers.



AUTRES SERVICES NON FINANCIERS

Ce secteur est constitué de sous-secteurs différents les uns des autres avec du B2B et du B2C comme les Transports ou le Tourisme.

Quoiqu'il en soit, c'est un secteur manifestement sous-payeur en moyenne, en particulier le transport ou la distribution textile car les marges y sont souvent basses et la concurrence souvent basée sur les prix.



RÉMUNÉRATIONS DES DIRIGEANTS EUROPÉENS

Comme chaque année l'Etude Salaires Marketing-Ventes de Mæsina International Search réalisée en association avec Hewitt Associates permet une comparaison des rémunérations de 5 fonctions significatives de ces métiers :

- Directeur Marketing Ventes
- Directeur Commercial
- Responsable Grands Comptes
- Directeur Marketing
- Chef de Groupe

Ces fonctions, déjà observées depuis 9 ans sont suffisamment représentatives pour que les évolutions observées puissent être en partie extrapolées à l'ensemble de la filière Marketing-Ventes.

L'étude porte sur le niveau de rémunération annuel brut, fixe et total, exprimé en Euros, le pourcentage moyen de salaire variable sur le fixe et la proportion de bénéficiaires d'une voiture de fonction.

Cette année 6 pays sont couverts cette année France, Allemagne, Royaume Uni, Pays-Bas, Belgique et Italie.

CONCLUSIONS PRINCIPALES DE L'ETUDE

LES DISPARITÉS ENTRE LES PAYS SUBSISTENT :

Les comparaisons directes de rémunérations brutes sont trompeuses car l'effet des charges sociales et de la fiscalité sont peu cohérents entre les pays.

Cependant les grandes différences restent les mêmes, l'Allemagne est toujours au-dessus du lot suivie par le Royaume Uni qui pourtant voit son poids relatif considérablement diminuer du fait de la baisse de la Livre sterling par rapport à l'Euro.

Cependant la part de variable et la mise à disposition de voiture de fonction sont par contre comparables entre les pays car elle représentent des pratiques habituelles en matière de rémunération.

ATTENTION AUX COMPARAISONS DIRECTES !

Rappelons que les comparaisons directes de poste à poste restent malgré tout hasardeuses à cause des disparités entre les niveaux des prélèvements fiscaux et sociaux, et surtout ce que ces prélèvements recouvrent en matière d'assurance(vie, maladie), de prévoyance et de retraite.

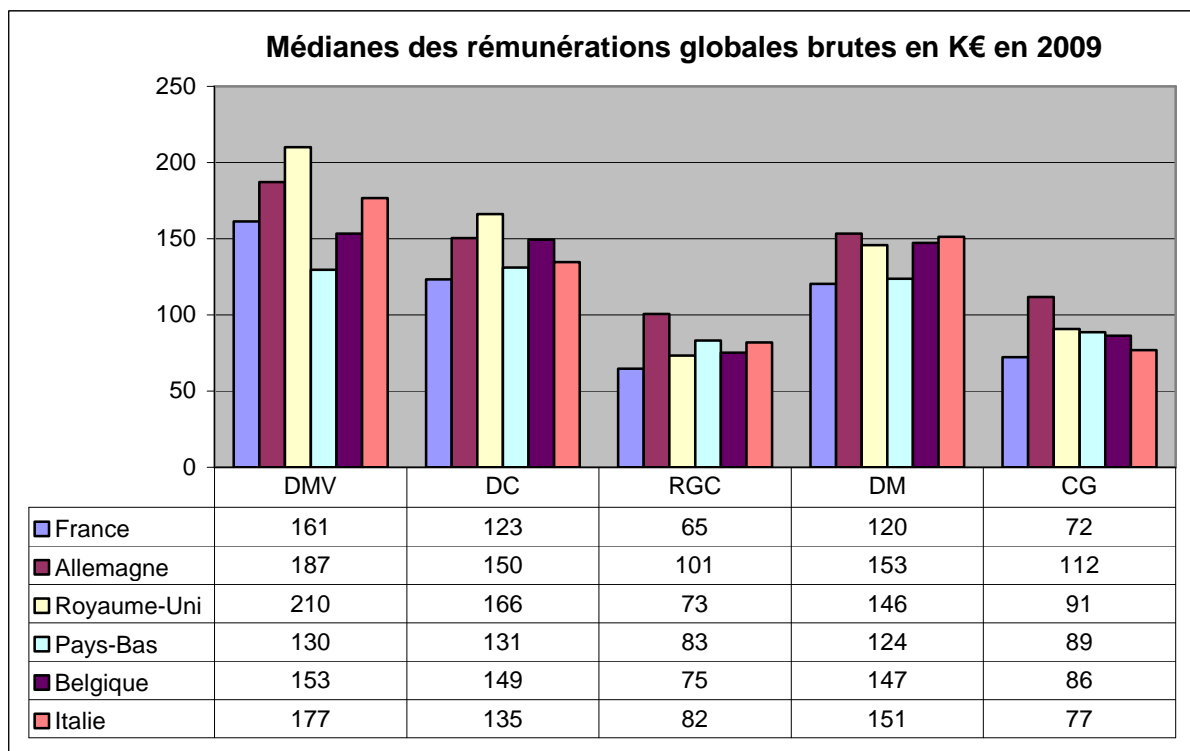
L'Angleterre et l'Allemagne restent toujours nettement au-dessus des autres pays, surtout en ce qui concerne les postes de dirigeants.

C'est particulièrement vrai pour le Directeur Marketing Ventes et dans une moindre mesure pour le Directeur Commercial et le Directeur Marketing.

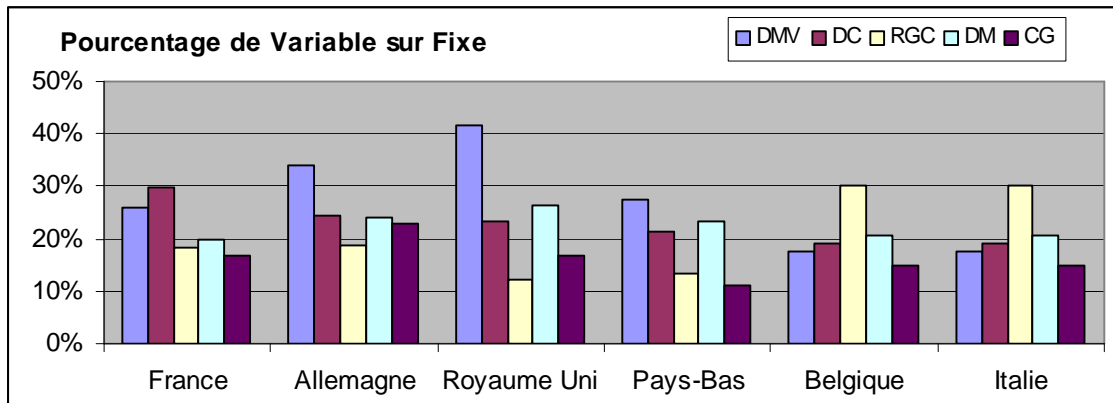
Cependant cette année la Belgique et l'Italie sont plus proches surtout pour le Directeur Marketing.

Pour les postes de managers Commerciaux ou Marketing, les rémunérations sont plus homogènes sauf en Allemagne qui garde son avance.

La fluidité des mouvements entre pays reste cependant limitée car les disparités en matières sociales et fiscales et la barrière de la langue restent des obstacles importants.

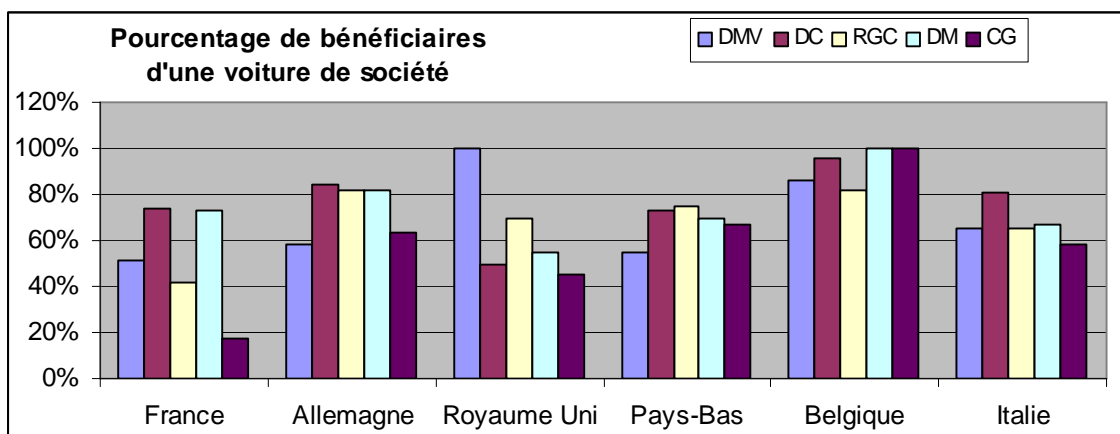


Pourcentage du variable sur le fixe



La pratique des rémunérations variables est courante en Europe, mais les taux sont disparates en fonction de la réussite dans l'atteinte des objectifs. La France reste un peu en deçà de la moyenne européenne.

Voitures de fonction : la France a enfin rattrapé ses voisins.



L'Angleterre continue à baisser par rapport aux autres pays car il se confirme que la tendance est maintenant aux indemnités kilométriques (sauf pour les Directeurs Marketing-Ventes), plus efficaces au plan fiscal.

La Belgique par contre voit presque chaque titulaire avoir un véhicule de fonction quel que soit son niveau hiérarchique.

TABLEAU DES REMUNERATIONS PAR PAYS

Rémunérations	Salaire annuel fixe				Rémunération annuelle globale			
	1er Q.	Moy.	Méd.	3è Q.	1er Q.	Moy.	Méd.	3è Q.
Europe 2009 en K€								
France								
Directeur Marketing et Ventes	119	134	130	151	142	168	161	200
Directeur Commercial	81	104	100	119	100	135	123	154
Responsable Grands Comptes	47	58	56	66	54	69	65	78
Directeur Marketing	86	105	105	120	97	126	120	148
Chef de groupe de produits	54	64	63	73	60	75	72	85
Allemagne								
Directeur Marketing et Ventes	108	149	145	178	145	200	187	250
Directeur Commercial	107	136	127	163	130	169	150	205
Responsable Grands Comptes	68	86	84	96	79	102	101	120
Directeur Marketing	106	133	125	151	123	164	153	202
Chef de groupe de produits	77	90	92	102	94	110	112	131
Royaume Uni								
Directeur Marketing et Ventes	96	140	139	181	144	198	210	258
Directeur Commercial	126	131	133	144	128	162	166	189
Responsable Grands Comptes	55	63	63	72	61	71	73	83
Directeur Marketing	100	121	107	137	120	153	146	163
Chef de groupe de produits	71	76	79	79	85	89	91	99
Pays-Bas								
Directeur Marketing et Ventes	99	119	110	124	118	151	130	137
Directeur Commercial	96	118	115	132	116	143	131	149
Responsable Grands Comptes	60	74	73	91	64	84	83	100
Directeur Marketing	86	114	107	131	109	141	124	160
Chef de groupe de produits	62	83	82	97	69	92	89	100
Belgique								
Directeur Marketing et Ventes	116	129	122	147	137	154	153	164
Directeur Commercial	104	120	122	134	124	147	149	168
Responsable Grands Comptes	59	74	69	80	62	82	75	91
Directeur Marketing	100	117	118	130	122	143	147	168
Chef de groupe de produits	69	79	77	91	74	88	86	102
Italie								
Directeur Marketing et Ventes	120	145	143	167	139	171	177	196
Directeur Commercial	102	121	122	133	118	144	135	161
Responsable Grands Comptes	55	63	61	70	66	82	82	91
Directeur Marketing	119	148	131	161	143	179	151	216
Chef de groupe de produits	59	68	67	76	67	78	77	89

ECHANTILLON et METHODOLOGIE :

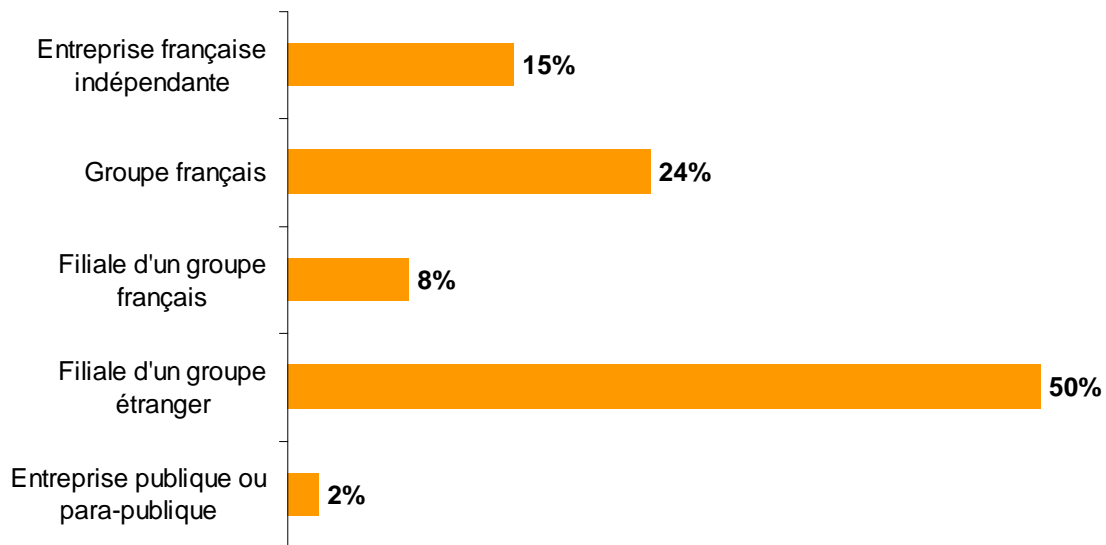
Échantillon

Groupe de référence

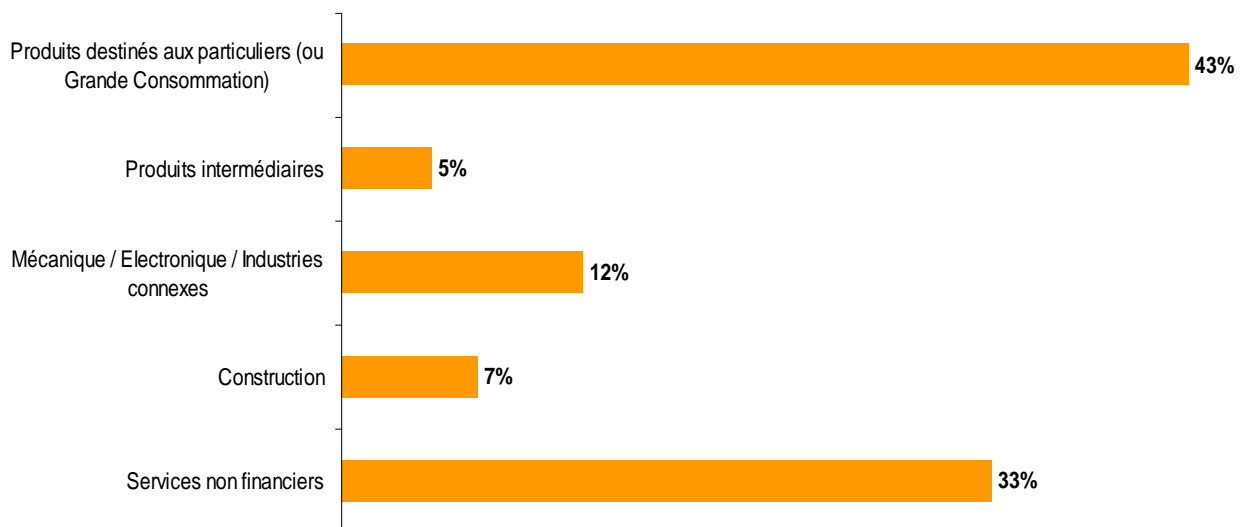
151 entreprises (138 groupes) ont composé le panel de l'étude Hewitt France en 2009. Elles ont les caractéristiques suivantes :

L'étude concerne 2031 titulaires. Il s'agit des titulaires inclus dans l'analyse, c'est-à-dire sélectionnés de telle sorte qu'aucune entreprise ne soit sur représentée sur le marché.

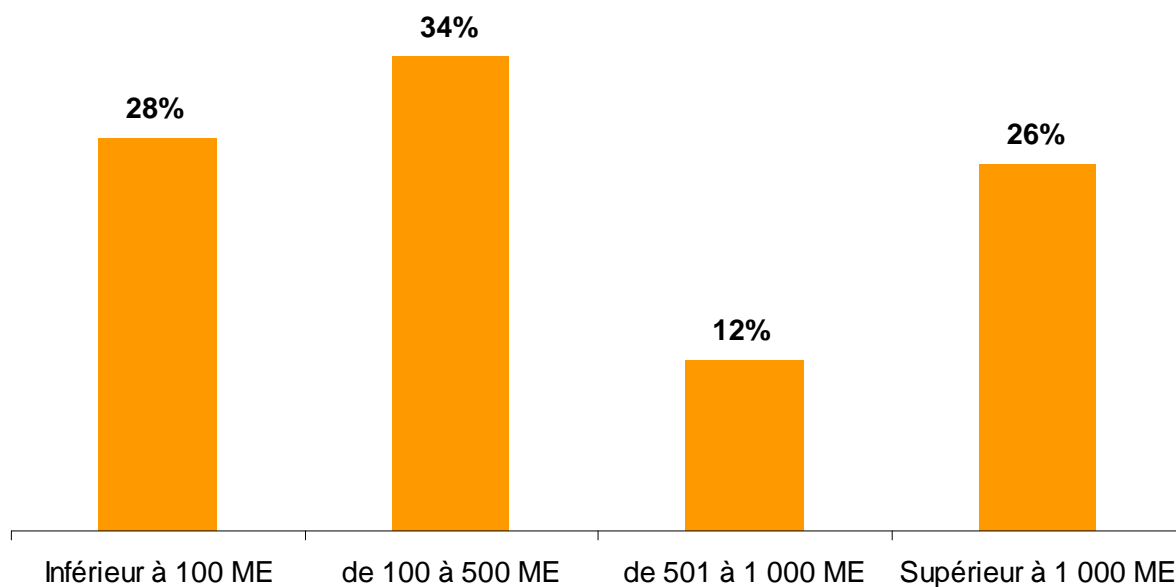
Répartition par branche d'activité :



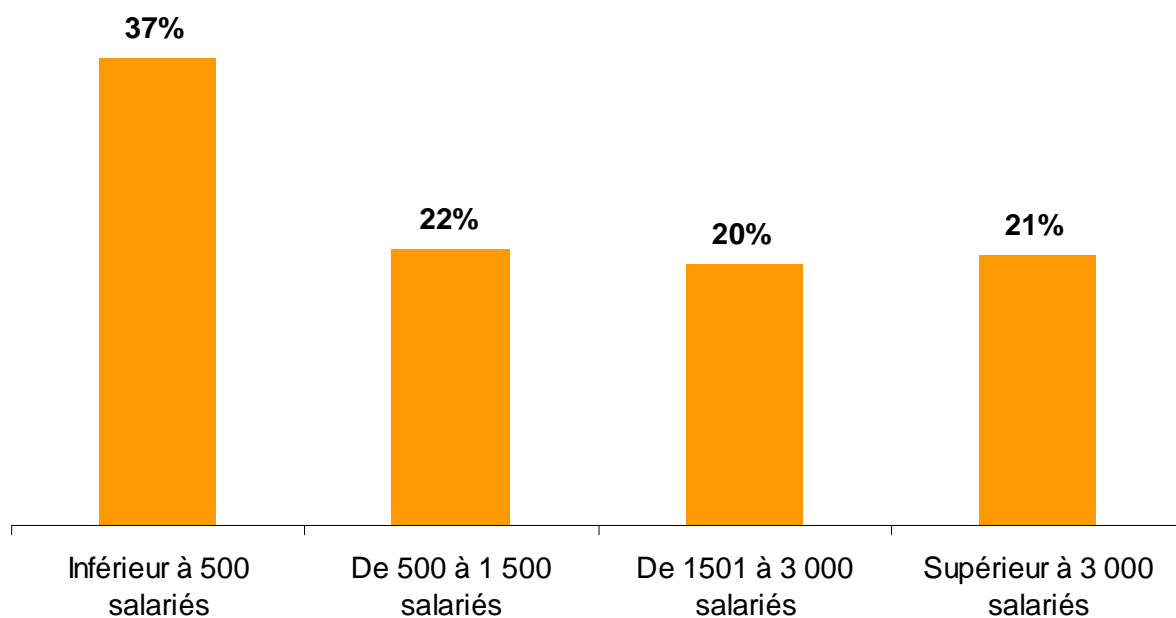
Répartition par secteur d'activité :



Répartition par tranches de chiffre d'affaires :



Répartition par tranches d'effectif :



Les conventions de l'étude

Les données et informations utilisées dans cette étude sont issues de la Base d'Enquêtes de Hewitt Associates. Cette enquête a été réalisée dans les conditions suivantes :

- Envoi par Hewitt Associates, entre Février et Juin 2009, d'un guide confidentiel de recueil de données, aux responsables des relations humaines des entreprises participantes,
- Résultats fournis par Hewitt Associates : niveaux de rémunération par fonction pour les fonctions de Managers et des autres filières étudiées dans l'enquête.

Les composantes de la rémunération prises en compte dans l'enquête sont définies comme suit :

- Rémunération globale : ensemble du salaire fixe et des parts variables,
- Salaire fixe : montant brut annualisé, base Mars 2009, incluant les 13ème et 14ème mois contractuels ou versés régulièrement, les primes d'ancienneté, congés payés, indemnités et allocations mensuelles forfaitaires déclarées comme revenu taxable, ainsi que toute prime à caractère garanti (ex. prime de vacances),
- Total variable : cumul des parts variables collectives et individuelles et de l'Intéressement perçus au titre de l'année 2008,
- Intéressement : Intéressement (Loi du 25 Juillet 1994 ex Ordonnance de 1986), modifiée par la loi n° 2001-152 du 19 février 2001, montant acquis au titre du dernier exercice fiscal.
- Participation : Participation (Ordonnance de 1967), montant acquis au titre du dernier exercice fiscal.
- Part variable individuelle : Le variable individuel rétribue la contribution et la performance d'un salarié de manière individuelle et/ou collective dans le cadre de prime d'équipe, prime d'entreprise, commissionnement. Sont incluses : **les primes discrétionnaires** qui reconnaissent la qualité de la réalisation des missions sur la base d'une appréciation directe par la hiérarchie, **les primes d'objectifs individuels** qui récompensent l'atteinte d'objectifs quantitatifs et/ou qualitatifs, **les commissions ou bonus** versés sur la base de résultats individuels, **les primes d'unité, d'équipe ou d'entreprise** (à l'exclusion de l'Intéressement et de la Participation), primes discrétionnaires, primes d'objectifs individuels et commissions sur des résultats individuels qui sont versés ou estimés au titre de l'année 2008.

Ne sont pas inclus dans la rémunération globale l'abondement à un plan d'épargne, la valeur de l'actionnariat et des avantages en nature.

Rémunérations des fonctions par secteur

Directeur Marketing Ventes	p.1
Directeur Marketing	p.2
Chef de Groupe de Produits	p.3
Chef de Produit Senior	p.4
Chef de Produit Junior	p.5
Chargé d'Etudes Marketing	p.6
Responsable Marketing Direct	p.7
Responsable Marketing Internet	p.8
Directeur Commercial	p.9
Directeur National des Ventes	p.10
Directeur Régional des Ventes	p.11
Chef de Ventes Régional	p.12
Responsable Grands Comptes	p.13
Directeur du Développement des Ventes	p.14
Category Manager	p.15
Directeur des Ventes Export	p.16
Responsable de Zone Export	p.17
Directeur du Service Clients	p.18

Salaires 2009 en K€
Directeur Marketing Ventes

Salaire fixe et total - Localisation / Age	Paris / Région parisienne			Province			
		- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans	- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans
Ensemble des secteurs	Fixe	109,4	128,9	140,3	102,8	121,1	131,8
	Total	128,7	158,3	170,7	121,5	149,4	161,2
Agro-alimentaire	Fixe	115,7	137,0	146,4	105,3	124,7	133,3
	Total	139,2	168,7	180,9	123,9	150,2	161,0
Pharmacie / Hygiène	Fixe	121,2	143,4	153,3	110,3	130,5	139,5
	Total	149,1	180,7	193,8	132,8	160,9	172,5
Produits intermédiaires	Fixe	118,0	139,6	149,2	107,4	127,1	135,8
	Total	147,6	178,8	191,8	131,4	159,2	170,7
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	114,1	135,0	144,3	103,8	122,9	131,3
	Total	131,6	159,5	171,0	117,2	142,0	152,3
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	104,8	124,1	132,7	95,4	113,0	120,7
	Total	130,3	157,9	169,3	116,0	140,6	150,7
Commerce / Distribution	Fixe	110,5	130,8	139,8	100,5	119,0	127,2
	Total	157,8	190,9	204,7	140,3	170,0	182,3
Tourisme et loisirs	Fixe	109,6	129,8	138,7	99,8	118,1	126,2
	Total	131,8	159,6	171,2	117,3	142,1	152,4
Services non financiers	Fixe	97,6	115,5	123,5	88,8	105,1	112,4
	Total	118,4	143,5	153,9	105,4	127,8	137,0

Part du variable	
Pourcentage de bénéficiaires	95%
Taux de variable (médiane)	19%

Augmentation 2009 vs 2008	
Rémunération fixe	na
Rémunération globale	na
Voiture de fonction	76%

**Salaires 2009 en KC
Directeur Marketing**



Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 40 ans	de 40 ans à 45 ans	+ de 45 ans	- de 40 ans	de 40 ans à 45 ans	+ de 45 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	85,2	100,4	109,2	80,0	94,3	102,6
	Total	97,7	120,1	129,6	92,2	113,4	122,3
Agro-alimentaire	Fixe	88,2	104,4	111,5	80,2	95,0	101,5
	Total	103,0	124,8	133,8	91,7	111,1	119,2
Pharmacie / Hygiène	Fixe	92,3	109,3	116,8	84,0	99,4	106,3
	Total	110,4	133,7	143,4	98,2	119,0	127,7
Produits intermédiaires	Fixe	89,9	106,4	113,7	81,8	96,8	103,5
	Total	109,2	132,3	141,9	97,2	117,8	126,3
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	86,9	102,9	109,9	79,1	93,6	100,0
	Total	97,4	118,0	126,6	86,7	105,1	112,7
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	79,9	94,5	101,1	72,7	86,0	92,0
	Total	96,4	116,8	125,3	85,8	104,0	111,5
Commerce / Distribution	Fixe	84,2	99,6	106,5	76,6	90,7	96,9
	Total	116,6	141,3	151,5	103,8	125,8	134,9
Tourisme et loisirs	Fixe	83,5	98,9	105,7	76,0	90,0	96,2
	Total	97,5	118,1	126,7	86,8	105,2	112,8
Services non financiers	Fixe	74,3	88,0	94,0	67,6	80,1	85,6
	Total	87,6	106,2	113,9	78,0	94,5	101,4

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	90%	Rémunération fixe	3,0%
Taux de variable (médiane)	15%	Rémunération globale	0,5%
		Voiture de fonction	76%

**Salaires 2009 en KC
Chef de Groupe de Produits**



Secteur		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 35 ans	de 35 ans à 40 ans	+ de 40 ans	- de 35 ans	de 35 ans à 40 ans	+ de 40 ans
Ensemble des secteurs	Fixe	53,5	63,0	68,6	50,3	59,2	64,4
	Total	61,8	76,0	82,0	58,4	71,8	77,4
Agro-alimentaire	Fixe	55,6	65,8	70,3	50,6	59,9	64,0
	Total	64,4	78,0	83,7	57,3	69,5	74,5
Pharmacie / Hygiène	Fixe	58,2	68,9	73,6	52,9	62,7	67,0
	Total	69,0	83,6	89,7	61,4	74,4	79,8
Produits intermédiaires	Fixe	56,6	67,0	71,7	51,5	61,0	65,2
	Total	68,3	82,7	88,7	60,8	73,7	79,0
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	54,8	64,8	69,3	49,8	59,0	63,1
	Total	60,9	73,8	79,1	54,2	65,7	70,5
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	50,3	59,6	63,7	45,8	54,2	58,0
	Total	60,3	73,0	78,3	53,7	65,0	69,7
Commerce / Distribution	Fixe	53,0	62,8	67,1	48,3	57,1	61,1
	Total	72,9	88,3	94,7	64,9	78,6	84,3
Tourisme et loisirs	Fixe	52,6	62,3	66,6	47,9	56,7	60,6
	Total	61,0	73,9	79,2	54,3	65,8	70,5
Services non financiers	Fixe	46,8	55,5	59,3	42,6	50,5	53,9
	Total	54,8	66,4	71,2	48,8	59,1	63,4

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	98%	Rémunération fixe	2,5%
Taux de variable (médiane)	11%	Rémunération globale	2,0%
		Voiture de fonction	23%

**Salaires 2009 en KC
Chef de Produit Senior**

Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 35 ans	de 35 ans à 40 ans	+ de 40 ans	- de 35 ans	de 35 ans à 40 ans	+ de 40 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	44,7	52,7	57,3	42,0	49,5	53,9
	Total	50,4	62,0	66,9	47,6	58,5	63,1
Agro-alimentaire	Fixe	46,1	54,5	58,3	41,9	49,6	53,0
	Total	51,7	62,6	67,1	46,0	55,7	59,8
Pharmacie / Hygiène	Fixe	48,2	57,1	61,0	43,9	52,0	55,5
	Total	55,3	67,0	71,9	49,3	59,7	64,0
Produits intermédiaires	Fixe	47,0	55,6	59,4	42,7	50,6	54,1
	Total	54,8	66,4	71,2	48,8	59,1	63,4
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	45,4	53,7	57,4	41,3	48,9	52,3
	Total	48,8	59,2	63,5	43,5	52,7	56,5
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	41,7	49,4	52,8	38,0	45,0	48,1
	Total	48,4	58,6	62,8	43,1	52,2	55,9
Commerce / Distribution	Fixe	44,0	52,1	55,6	40,0	47,4	50,6
	Total	58,5	70,8	76,0	52,1	63,1	67,6
Tourisme et loisirs	Fixe	43,6	51,7	55,2	39,7	47,0	50,2
	Total	48,9	59,2	63,5	43,5	52,7	56,6
Services non financiers	Fixe	38,8	46,0	49,1	35,3	41,8	44,7
	Total	44,0	53,2	57,1	39,1	47,4	50,8

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	94%	Rémunération fixe	3,0%
Taux de variable (médiane)	6%	Rémunération globale	0,8%
		Voiture de fonction	10%

**Salaires 2009 en KC
Chef de Produit Junior**

Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 27 ans	de 27 ans à 30 ans	+ de 30 ans	- de 27 ans	de 27 ans à 30 ans	+ de 30 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	41,5	48,9	53,2	39,0	45,9	50,0
	Total	46,9	57,7	62,2	44,2	54,4	58,7
Agro-alimentaire	Fixe	43,0	50,9	54,4	39,1	46,3	49,5
	Total	48,6	58,8	63,1	43,2	52,4	56,2
Pharmacie / Hygiène	Fixe	45,0	53,3	56,9	40,9	48,5	51,8
	Total	52,0	63,0	67,6	46,3	56,1	60,2
Produits intermédiaires	Fixe	43,8	51,9	55,4	39,9	47,2	50,4
	Total	51,5	62,4	66,9	45,8	55,5	59,6
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	42,4	50,1	53,6	38,5	45,6	48,8
	Total	45,9	55,6	59,7	40,9	49,5	53,1
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	38,9	46,1	49,3	35,4	41,9	44,8
	Total	45,5	55,1	59,1	40,5	49,0	52,6
Commerce / Distribution	Fixe	41,0	48,6	51,9	37,3	44,2	47,2
	Total	55,0	66,6	71,4	48,9	59,3	63,6
Tourisme et loisirs	Fixe	40,7	48,2	51,5	37,0	43,9	46,9
	Total	46,0	55,7	59,7	40,9	49,6	53,2
Services non financiers	Fixe	36,2	42,9	45,8	33,0	39,0	41,7
	Total	41,3	50,1	53,7	36,8	44,6	47,8

Part du variable	
Pourcentage de bénéficiaires	90%
Taux de variable (médiane)	6%

Augmentation 2009 vs 2008	
Rémunération fixe	4,4%
Rémunération globale	2,8%
Voiture de fonction	10%

Salaires 2009 en KC
Chargé d'études Marketing

Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 30 ans	de 30 ans à 40 ans	+ de 40 ans	- de 30 ans	de 30 ans à 40 ans	+ de 40 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	34,4	40,6	44,1	32,3	38,1	41,5
	Total	38,4	47,2	50,9	36,2	44,5	48,0
Agro-alimentaire	Fixe	36,4	43,0	46,0	33,1	39,2	41,9
	Total	40,5	49,1	52,6	36,1	43,7	46,8
Pharmacie / Hygiène	Fixe	38,1	45,1	48,2	34,6	41,0	43,8
	Total	43,4	52,6	56,4	38,6	46,8	50,2
Produits intermédiaires	Fixe	37,1	43,9	46,9	33,7	39,9	42,7
	Total	42,9	52,0	55,8	38,2	46,3	49,7
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	35,8	42,4	45,3	32,6	38,6	41,3
	Total	38,3	46,4	49,8	34,1	41,3	44,3
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	32,9	39,0	41,7	30,0	35,5	37,9
	Total	37,9	45,9	49,3	33,8	40,9	43,9
Commerce / Distribution	Fixe	34,7	41,1	43,9	31,6	37,4	40,0
	Total	45,8	55,5	59,6	40,8	49,4	53,0
Tourisme et loisirs	Fixe	34,4	40,8	43,6	31,3	37,1	39,7
	Total	38,3	46,4	49,8	34,1	41,3	44,3
Services non financiers	Fixe	30,7	36,3	38,8	27,9	33,0	35,3
	Total	34,5	41,7	44,8	30,7	37,2	39,9

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	80%	Rémunération fixe	3,0%
Taux de variable (médiane)	7%	Rémunération globale	1,9%
		Voiture de fonction	2%

**Salaires 2009 en KC
Responsable Marketing Direct**



Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 35 ans	de 35 ans à 40 ans	+ de 40 ans	- de 35 ans	de 35 ans à 40 ans	+ de 40 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	47,4	55,9	60,8	44,5	52,5	57,1
	Total	51,9	63,8	68,8	49,0	60,2	65,0
Agro-alimentaire	Fixe	50,6	59,9	64,0	46,0	54,5	58,2
	Total	54,9	66,5	71,4	48,9	59,2	63,5
Pharmacie / Hygiène	Fixe	52,9	62,7	67,0	48,2	57,0	61,0
	Total	58,8	71,3	76,4	52,4	63,5	68,1
Produits intermédiaires	Fixe	51,5	61,0	65,2	46,9	55,5	59,4
	Total	58,2	70,5	75,7	51,8	62,8	67,4
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	49,8	59,0	63,1	45,4	53,7	57,4
	Total	51,9	62,9	67,5	46,2	56,0	60,1
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	45,8	54,2	58,0	41,7	49,4	52,8
	Total	51,4	62,3	69,8	45,8	55,4	59,5
Commerce / Distribution	Fixe	48,3	57,1	61,1	43,9	52,0	55,6
	Total	62,2	75,3	80,8	55,3	67,1	71,9
Tourisme et loisirs	Fixe	47,9	56,7	60,6	43,6	51,6	55,2
	Total	52,0	63,0	67,5	46,3	56,1	60,1
Services non financiers	Fixe	42,6	50,5	53,9	38,8	45,9	49,1
	Total	46,7	56,6	60,7	41,6	50,4	54,0

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	70%	Rémunération fixe	na
Taux de variable (médiane)	8%	Rémunération globale	na
		Voiture de fonction	9%

Salaires 2009 en KC
Responsable Marketing Internet



Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 35 ans	de 35 ans à 40 ans	+ de 40 ans	- de 35 ans	de 35 ans à 40 ans	+ de 40 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	47,7	56,3	61,2	44,9	52,9	57,5
	Total	50,0	61,5	66,3	47,2	58,0	62,6
Agro-alimentaire	Fixe	51,4	60,9	65,1	46,8	55,4	59,2
	Total	54,8	66,4	71,2	48,8	59,1	63,4
Pharmacie / Hygiène	Fixe	53,8	63,7	68,1	49,0	58,0	62,0
	Total	58,7	71,1	76,3	52,3	63,3	67,9
Produits intermédiaires	Fixe	52,4	62,0	66,3	47,7	56,5	60,4
	Total	58,1	70,4	75,5	51,7	62,7	67,2
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	50,7	60,0	64,1	46,1	54,6	58,4
	Total	51,8	62,8	67,3	46,1	55,9	59,9
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	46,6	55,1	58,9	42,4	50,2	53,6
	Total	51,3	62,1	66,6	45,7	55,3	59,3
Commerce / Distribution	Fixe	49,1	58,1	62,1	44,7	52,9	56,5
	Total	62,0	75,1	80,6	55,2	66,9	71,7
Tourisme et loisirs	Fixe	48,7	57,7	61,6	44,3	52,5	56,1
	Total	51,9	62,8	67,4	46,2	55,9	60,0
Services non financiers	Fixe	43,4	51,3	54,9	39,5	46,7	49,9
	Total	46,6	56,5	60,6	41,5	50,3	53,9

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	50%	Rémunération fixe	na
Taux de variable (médiane)	na	Rémunération globale	na
		Voiture de fonction	

**Salaires 2009 en KC
Directeur Commercial**

Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans	- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	74,3	86,5	97,5	66,1	77,0	86,7
	Total	87,3	103,1	112,1	77,8	92,0	100,0
Agro-alimentaire	Fixe	76,9	90,9	102,4	66,7	78,9	88,8
	Total	89,7	106,8	115,7	78,9	94,0	101,8
Pharmacie / Hygiène	Fixe	75,0	88,6	99,9	65,1	76,9	86,6
	Total	90,5	107,8	116,8	79,6	94,8	102,7
Produits intermédiaires	Fixe	79,7	94,1	106,1	69,1	81,7	92,0
	Total	93,5	111,4	120,6	82,2	98,0	106,1
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	71,5	84,5	95,2	62,0	73,3	82,6
	Total	89,4	106,5	115,4	78,6	93,7	101,5
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	61,1	72,2	81,4	53,0	62,6	70,6
	Total	69,1	82,4	89,3	60,8	72,5	78,5
Commerce / Distribution	Fixe	55,7	65,8	74,2	48,3	57,1	64,3
	Total	88,2	105,1	113,8	77,6	92,5	100,2
Tourisme et loisirs	Fixe	72,5	85,7	96,6	62,9	74,4	83,8
	Total	82,0	97,7	105,9	72,2	86,0	93,2
Services non financiers	Fixe	68,0	80,3	90,5	59,0	69,7	78,5
	Total	80,0	95,4	103,3	70,4	83,9	90,9

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	93%	Rémunération fixe	2,2%
Taux de variable (médiane)	16%	Rémunération globale	0,7%
		Voiture de fonction	87%

Salaires 2009 en KC
Directeur National des Ventes

Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province			
		- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans	- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans	
Secteur								
Ensemble des secteurs		Fixe	61,1	71,1	80,2	54,4	63,3	71,3
		Total	70,7	83,5	90,8	63,0	74,5	81,0
Agro-alimentaire	Fixe	63,4	74,9	84,4	55,0	65,0	73,2	
	Total	72,7	86,6	93,8	64,0	76,2	82,6	
Pharmacie / Hygiène	Fixe	61,8	73,0	82,3	53,6	63,3	71,4	
	Total	73,3	87,4	94,7	64,5	76,9	83,3	
Produits intermédiaires	Fixe	65,6	77,5	87,4	56,9	67,3	75,8	
	Total	75,8	90,3	97,8	66,7	79,4	86,1	
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	58,9	69,6	78,4	51,1	60,4	68,0	
	Total	72,5	86,4	93,6	63,8	76,0	82,3	
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	50,4	59,5	67,0	43,7	51,6	58,1	
	Total	56,1	66,8	72,4	49,3	58,8	63,7	
Commerce / Distribution	Fixe	45,9	54,2	61,1	39,8	47,0	53,0	
	Total	71,5	85,2	92,3	62,9	75,0	81,2	
Tourisme et loisirs	Fixe	59,8	70,6	79,6	51,8	61,2	69,0	
	Total	66,5	79,3	85,9	58,5	69,7	75,5	
Services non financiers	Fixe	56,0	66,2	74,6	48,6	57,4	64,7	
	Total	64,9	77,3	83,8	57,1	68,0	73,7	

Part du variable	
Pourcentage de bénéficiaires	94%
Taux de variable (médiane)	15%

Augmentation 2009 vs 2008	
Rémunération fixe	1,9%
Rémunération globale	2,1%
Voiture de fonction	67%

Salaires 2009 en KC
Directeur Régional des Ventes

Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans	- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	54,4	63,4	71,4	48,4	56,4	63,6
	Total	66,3	78,3	85,1	59,1	69,8	75,9
Agro-alimentaire	Fixe	56,9	67,2	75,7	49,4	58,3	65,7
	Total	68,5	81,7	88,5	60,3	71,9	77,8
Pharmacie / Hygiène	Fixe	55,5	65,6	73,9	48,1	56,9	64,1
	Total	69,2	82,4	89,3	60,8	72,5	78,5
Produits intermédiaires	Fixe	58,9	69,6	78,4	51,1	60,4	68,0
	Total	71,5	85,1	92,2	62,9	74,9	81,1
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	52,9	62,5	70,4	45,9	54,2	61,1
	Total	68,3	81,4	88,2	60,1	71,6	77,6
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	45,2	53,4	60,2	39,2	46,3	52,2
	Total	52,9	63,0	68,2	46,5	55,4	60,0
Commerce / Distribution	Fixe	41,2	48,7	54,9	35,7	42,2	47,6
	Total	67,4	80,3	87,0	59,3	70,7	76,6
Tourisme et loisirs	Fixe	53,7	63,4	71,4	46,5	55,0	62,0
	Total	62,7	74,7	81,0	55,2	65,7	71,2
Services non financiers	Fixe	50,3	59,4	66,9	43,6	51,5	58,1
	Total	61,2	72,9	79,0	53,8	64,2	69,5

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	93%	Rémunération fixe	4,0%
Taux de variable (médiane)	18%	Rémunération globale	2,2%
		Voiture de fonction	84%

**Salaires 2009 en KC
Chef de Ventes Régional**

Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 35 ans	de 35 ans à 45 ans	+ de 45 ans	- de 35 ans	de 35 ans à 45 ans	+ de 45 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	40,3	46,9	52,9	35,8	41,7	47,1
	Total	47,1	55,6	60,5	42,0	49,6	53,9
Agro-alimentaire	Fixe	40,6	48,0	54,1	35,3	41,7	46,9
	Total	47,0	56,0	60,6	41,3	49,2	53,3
Pharmacie / Hygiène	Fixe	39,6	46,8	52,8	34,4	40,6	45,8
	Total	47,4	56,5	61,2	41,7	49,7	53,8
Produits intermédiaires	Fixe	42,1	49,7	56,0	36,5	43,1	48,6
	Total	49,0	58,3	63,2	43,1	51,3	55,6
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	37,8	44,6	50,3	32,8	38,7	43,6
	Total	46,8	55,8	60,4	41,2	49,1	53,2
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	32,3	38,1	43,0	28,0	33,1	37,3
	Total	36,2	43,2	46,8	31,9	38,0	41,1
Commerce / Distribution	Fixe	29,4	34,8	39,2	25,5	30,2	34,0
	Total	46,2	55,1	59,6	40,7	48,4	52,5
Tourisme et loisirs	Fixe	38,3	45,3	51,0	33,2	39,3	44,3
	Total	43,0	51,2	55,5	37,8	45,1	48,8
Services non financiers	Fixe	35,9	42,4	47,8	31,2	36,8	41,5
	Total	41,9	50,0	54,1	36,9	44,0	47,6

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	93%	Rémunération fixe	1,0%
Taux de variable (médiane)	12%	Rémunération globale	0,7%
		Voiture de fonction	66%

Salaires 2009 en KC
Responsable Grands Comptes



Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 35 ans	de 35 ans à 45 ans	+ de 45 ans	- de 35 ans	de 35 ans à 45 ans	+ de 45 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	44,0	51,2	57,7	39,1	45,6	51,4
	Total	51,7	61,1	66,4	46,1	54,5	59,2
Agro-alimentaire	Fixe	45,2	53,4	60,1	39,2	46,3	52,2
	Total	52,0	62,0	67,1	45,8	54,5	59,1
Pharmacie / Hygiène	Fixe	44,1	52,1	58,7	38,2	45,2	50,9
	Total	52,5	62,5	67,7	46,2	55,0	59,6
Produits intermédiaires	Fixe	46,8	55,3	62,3	40,6	48,0	54,0
	Total	54,2	64,6	70,0	47,7	56,8	61,6
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	42,0	49,6	55,9	36,4	43,0	48,5
	Total	51,9	61,8	66,9	45,6	54,4	58,9
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	35,9	42,4	47,8	31,1	36,8	41,5
	Total	40,1	47,8	51,8	35,3	42,1	45,6
Commerce / Distribution	Fixe	32,7	38,7	43,6	28,4	33,5	37,8
	Total	51,2	61,0	66,1	45,0	53,6	58,1
Tourisme et loisirs	Fixe	42,6	50,3	56,7	37,0	43,7	49,2
	Total	47,6	56,7	61,4	41,9	49,9	54,0
Services non financiers	Fixe	39,9	47,2	53,2	34,6	40,9	46,1
	Total	46,4	55,3	59,9	40,9	48,7	52,7

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	94%	Rémunération fixe	3,5%
Taux de variable (médiane)	13%	Rémunération globale	3,3%
		Voiture de fonction	76%

Salaires 2009 en KC
Directeur du Développement des Ventes



Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province			
		- de 40 ans	de 40 ans à 45 ans	+ de 45 ans	- de 40 ans	de 40 ans à 45 ans	+ de 45 ans	
Secteur								
Ensemble des secteurs		Fixe	62,2	72,5	81,7	55,4	64,5	72,7
		Total	69,1	81,6	88,7	61,6	72,8	79,2
Agro-alimentaire		Fixe	62,9	74,4	83,8	54,6	64,5	72,7
		Total	69,1	82,3	89,2	60,8	72,4	78,5
Pharmacie / Hygiène		Fixe	61,4	72,5	81,7	53,3	62,9	70,9
		Total	69,7	83,1	90,0	61,3	73,1	79,2
Produits intermédiaires		Fixe	65,2	77,0	86,8	56,5	66,8	75,3
		Total	72,0	85,8	93,0	63,4	75,5	81,8
Mécanique / Electronique / Industries connexes		Fixe	58,5	69,1	77,9	50,8	60,0	67,6
		Total	68,9	82,1	88,9	60,6	72,2	78,2
Construction (BTP et Matériaux)		Fixe	50,0	59,1	66,6	43,4	51,3	57,8
		Total	53,3	63,5	68,8	46,9	55,9	60,5
Commerce / Distribution		Fixe	45,6	53,9	60,7	39,5	46,7	52,6
		Total	68,0	81,0	87,8	59,8	71,3	77,2
Tourisme et loisirs		Fixe	59,4	70,1	79,0	51,5	60,8	68,5
		Total	63,2	75,3	81,6	55,6	66,3	71,8
Services non financiers		Fixe	55,6	65,7	74,0	48,3	57,0	64,2
		Total	61,7	73,5	79,6	54,3	64,7	70,1

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	85%	Rémunération fixe	3,0%
Taux de variable (médiane)	14%	Rémunération globale	2,7%
		Voiture de fonction	67%

**Salaires 2009 en KC
Category Manager**

Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 30 ans	de 30 ans à 40 ans	+ de 40 ans	- de 30 ans	de 30 ans à 40 ans	+ de 40 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	44,0	51,2	57,7	39,1	45,6	51,4
	Total	51,7	61,1	66,4	46,1	54,5	59,2
Agro-alimentaire	Fixe	45,2	53,4	60,1	39,2	46,3	52,2
	Total	52,0	62,0	67,1	45,8	54,5	59,1
Pharmacie / Hygiène	Fixe	44,1	52,1	58,7	38,2	45,2	50,9
	Total	52,5	62,5	67,7	46,2	55,0	59,6
Produits intermédiaires	Fixe	46,8	55,3	62,3	40,6	48,0	54,0
	Total	54,2	64,6	70,0	47,7	56,8	61,6
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	42,0	49,6	55,9	36,4	43,0	48,5
	Total	51,9	61,8	66,9	45,6	54,4	58,9
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	35,9	42,4	47,8	31,1	36,8	41,5
	Total	40,1	47,8	51,8	35,3	42,1	45,6
Commerce / Distribution	Fixe	32,7	38,7	43,6	28,4	33,5	37,8
	Total	51,2	61,0	66,1	45,0	53,6	58,1
Tourisme et loisirs	Fixe	42,6	50,3	56,7	37,0	43,7	49,2
	Total	47,6	56,7	61,4	41,9	49,9	54,0
Services non financiers	Fixe	39,9	47,2	53,2	34,6	40,9	46,1
	Total	46,4	55,3	59,9	40,9	48,7	52,7

Part du variable	
Pourcentage de bénéficiaires	92%
Taux de variable (médiane)	7%

Augmentation 2009 vs 2008	
Rémunération fixe	3,0%
Rémunération globale	3,8%
Voiture de fonction	42%

Salaires 2009 en KC
Directeur des Ventes Export



Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province			
		- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans	- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans	
Secteur								
Ensemble des secteurs		Fixe	80,7	94,0	106,0	71,8	83,7	94,3
		Total	93,6	110,6	120,3	83,5	98,7	107,3
Agro-alimentaire		Fixe	80,9	95,6	107,7	70,2	82,9	93,4
		Total	92,3	109,9	119,1	81,2	96,7	104,8
Pharmacie / Hygiène		Fixe	78,9	93,2	105,0	68,4	80,9	91,1
		Total	93,1	110,9	120,2	81,9	97,6	105,7
Produits intermédiaires		Fixe	83,8	99,0	111,5	72,7	85,9	96,7
		Total	96,2	114,6	124,2	84,6	100,8	109,2
Mécanique / Electronique / Industries connexes		Fixe	75,2	88,8	100,1	65,2	77,1	86,8
		Total	92,0	109,6	118,8	80,9	96,4	104,5
Construction (BTP et Matériaux)		Fixe	64,3	75,9	85,6	55,6	65,9	74,2
		Total	71,2	84,8	91,9	62,6	74,6	80,8
Commerce / Distribution		Fixe	58,6	69,2	78,0	50,8	60,0	67,7
		Total	90,8	108,2	117,2	79,9	95,2	103,1
Tourisme et loisirs		Fixe	76,3	90,1	101,6	66,2	78,2	88,1
		Total	84,4	100,6	109,0	74,3	88,5	95,9
Services non financiers		Fixe	71,5	84,5	95,2	62,0	73,3	82,6
		Total	82,4	98,2	106,3	72,5	86,4	93,6

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	93%	Rémunération fixe	na
Taux de variable (médiane)	11%	Rémunération globale	na
		Voiture de fonction	58%

Salaires 2009 en K€
Responsable de Zone Export



Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 35 ans	de 35 ans à 45 ans	+ de 45 ans	- de 35 ans	de 35 ans à 45 ans	+ de 45 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	43,8	51,0	57,5	39,0	45,4	51,2
	Total	48,9	57,7	62,8	43,6	51,5	56,0
Agro-alimentaire	Fixe	44,9	53,0	59,7	38,9	46,0	51,8
	Total	49,8	59,3	64,3	43,8	52,2	56,5
Pharmacie / Hygiène	Fixe	43,8	51,7	58,3	38,0	44,9	50,5
	Total	50,2	59,9	64,8	44,2	52,7	57,0
Produits intermédiaires	Fixe	46,5	54,9	61,9	40,3	47,6	53,7
	Total	51,9	61,9	67,0	45,7	54,4	58,9
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	41,7	49,3	55,5	36,2	42,8	48,2
	Total	49,6	59,2	64,1	43,7	52,0	56,4
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	35,7	42,1	47,5	30,9	36,5	41,2
	Total	38,4	45,8	49,6	33,8	40,3	43,6
Commerce / Distribution	Fixe	32,5	38,4	43,3	28,2	33,3	37,5
	Total	49,0	58,4	63,2	43,1	51,3	55,6
Tourisme et loisirs	Fixe	42,3	50,0	56,3	36,7	43,4	48,9
	Total	45,6	54,3	58,8	40,1	47,8	51,7
Services non financiers	Fixe	39,7	46,9	52,8	34,4	40,6	45,8
	Total	44,5	53,0	57,4	39,1	46,6	50,5

Part du variable		Augmentation 2009 vs 2008	
Pourcentage de bénéficiaires	93%	Rémunération fixe	1,8%
Taux de variable (médiane)	14%	Rémunération globale	0,3%
		Voiture de fonction	13%

**Salaires 2009 en KC
Directeur du Service Clients**

Salaire fixe et total - Localisation / Age		Paris / Région parisienne			Province		
		- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans	- de 40 ans	de 40 ans à 50 ans	+ de 50 ans
Secteur							
Ensemble des secteurs	Fixe	57,6	67,1	75,6	51,3	59,7	67,3
	Total	64,1	75,7	82,3	57,1	67,5	73,4
Agro-alimentaire	Fixe	58,9	69,6	78,5	51,1	60,4	68,1
	Total	65,3	77,8	84,3	57,4	68,4	74,1
Pharmacie / Hygiène	Fixe	57,5	67,9	76,5	49,9	58,9	66,4
	Total	65,9	78,5	85,0	57,9	69,0	74,8
Produits intermédiaires	Fixe	61,0	72,1	81,3	52,9	62,6	70,5
	Total	68,0	81,1	87,8	59,9	71,3	77,3
Mécanique / Electronique / Industries connexes	Fixe	54,8	64,7	72,9	47,5	56,2	63,3
	Total	65,1	77,5	84,0	57,3	68,2	73,9
Construction (BTP et Matériaux)	Fixe	46,8	55,3	62,3	40,6	48,0	54,1
	Total	50,3	60,0	65,0	44,3	52,8	57,2
Commerce / Distribution	Fixe	42,7	50,4	56,8	37,0	43,7	49,3
	Total	64,2	76,5	82,9	56,5	67,3	72,9
Tourisme et loisirs	Fixe	55,6	65,7	74,0	48,2	57,0	64,2
	Total	59,7	71,2	77,1	52,5	62,6	67,8
Services non financiers	Fixe	52,1	61,5	69,3	45,2	53,4	60,2
	Total	58,3	69,4	75,2	51,3	61,1	66,2

Part du variable	
Pourcentage de bénéficiaires	95%
Taux de variable (médiane)	9%

Augmentation 2009 vs 2008	
Rémunération fixe	2,8%
Rémunération globale	2,4%
Voiture de fonction	60%