

MICROMANIA, 1^{ER} EMPLOYEUR FRANÇAIS DU JEU VIDEO



MICROMANIA, le leader français de la distribution de jeux vidéo, est aussi le premier employeur français du Jeu Vidéo. Chez MICROMANIA, la gestion des Ressources Humaines est centrée sur sa force de vente. Recrutement, formation, gestion des compétences et promotion interne sont les piliers de la gestion des ressources humaines chez MICROMANIA qui grâce à cette politique est passé de 980 collaborateurs à fin 2007 à 1 300 à fin Juillet 2008.

Avec une quarantaine de postes à pourvoir actuellement sur l'ensemble de son réseau, MICROMANIA entend poursuivre son développement en s'appuyant sur les valeurs qui ont fait sa réussite. De la satisfaction client au goût du conseil, du culte du résultat à la promotion liée à la méritocratie, la politique de recrutement de l'enseigne est surtout basée sur la **passion du jeu vidéo**.

Pour répondre à ses besoins MICROMANIA recrute selon la personnalité des candidats auprès de tous milieux socio professionnels autant dans les banlieues que dans les agglomérations proches des centres commerciaux, où ses magasins sont implantés, que ce soit en province ou en région parisienne (327 magasins en France).

« La très forte croissance de MICROMANIA nous amène à recruter chaque année plus de 220 nouveaux collaborateurs. Offrant de nombreuses opportunités de promotion interne (128 en 2007), elle fait ainsi de MICROMANIA une véritable méritocratie : 100% de l'encadrement du réseau est issu des magasins » précise Pierre Cuilleret, Président de MICROMANIA.

FORMATION, MOBILITE INTERNE, MERITOCRATIE...ET PASSION DU JEU VIDEO

Formés aux techniques de vente pour les fonctions commerciales puis au management pour les fonctions d'encadrement, tous les Responsables de réseau sont d'anciens Responsables de Magasins, eux-mêmes anciens Vendeurs. Cette gestion prévisionnelle des emplois et des compétences permet à MICROMANIA d'afficher un « turnover » de ses effectifs en CDI particulièrement bas pour la distribution spécialisée.

Par ailleurs, l'ouverture de la clientèle vers les seniors et les femmes, a entraîné un changement dans le recrutement chez MICROMANIA avec un nombre de femmes, conseillères de vente, multiplié par trois entre 2007 et 2008.

Aujourd'hui être un passionné de jeu vidéo reste un atout indispensable pour entrer dans l'industrie du Jeu Vidéo et chez **MICROMANIA, premier employeur français du Jeu Vidéo**.

MICROMANIA EN QUELQUES MOTS

Depuis fin août 2005, MICROMANIA a considérablement renforcé sa position de leader. Le numéro 1 français des jeux vidéo réalise un chiffre d'affaires de 500 Millions d'Euros H.T soit une progression de 50% en 2008 pour atteindre 25 % de part de marché sur le secteur des loisirs interactifs français. De 208 magasins en 2005 lors de l'arrivée de Pierre CUIILLERET à la présidence de MICROMANIA, le réseau compte aujourd'hui 327 magasins et dépassera les 340 en fin d'année, soit 130 points de vente acquis ou créés en 3 ans, par cette entreprise Franco-française en plein essor. En 2007 en Europe, le chiffre d'affaires du marché des loisirs interactifs a dépassé les 9 milliards d'euros (consoles, logiciels pour consoles et jeux PC) et réalisé une croissance de +13% (source GFK). Pour la France seule, ce marché a atteint 2,9 milliards d'euros. Un jeu vidéo sur quatre en France est vendu chez MICROMANIA.