

Tillerman hisse les voiles

Cumulant plus de cinquante années d'expérience au sein de grandes structures de la place, quatre chasseurs de têtes ont décidé de faire route ensemble en créant Tillerman Executive Search.



(De g. à dr.) Arnaud de Bonneville, Romain Boisnard, Bertrand Revol, Nicolas Bauer et Jérôme Pallanca.

Tillerman, c'est d'abord l'histoire d'une rencontre. Les partenaires, Romain Boisnard, Bertrand Revol, Arnaud de Bonneville et Nicolas Bauer ont fait leurs armes chez Michael Page et ont gardé contact au fil de leur pérégrination de chasseurs. Nourrissant chacun une volonté entrepreneuriale, l'association leur paraît naturelle et souhaitant intégrer la recherche à leur structure, ils embarquent avec eux un expert, Jérôme Pallanca, également partenaire du cabinet. La structure créée fin 2012 tire son nom, Tillerman, du vieil anglais qui signifie le barreur, celui qui tient le cap. Ainsi prennent-ils la route vers le développement d'un réseau international.

L'équipage regarde dans la même direction

Le parcours des quatre hommes est similaire, seuls les secteurs dans lesquels ils évoluent diffèrent et se complètent. Romain Boisnard et Bertrand Revol étaient financiers – auditeur, comptable – Arnaud de Bonneville était juriste et fiscaliste et Nicolas Bauer travaillait dans le secteur de l'immobilier. Le changement de cap intervient lorsqu'ils intègrent le monde du recrutement dans le même cabinet. C'est le cas également du *head of research*, Jérôme Pallanca, qui, après une carrière de courtier à New York, s'est formé au métier du recrutement, et plus spécifiquement de la recherche de profils, pour devenir l'un des plus performants de la place. « En quinze jours, les clients peuvent avoir un mapping complet

du marché », sur une large palette de métiers et de secteurs, souligne l'un des associés.

Les associés ne voguent pas en solitaire

À bord de ce navire, il n'y a pas de capitaine. C'est là le cœur du projet : un réseau qui repose sur le partage de valeurs déontologiques, de la méthodologie mais également des clients. Chez Tillerman, on ouvre son carnet d'adresses à ses associés, car tous s'accordent à dire que la clé est la création d'une relation non-exclusive avec le client pour un service global et sur mesure. Privilégier les attentes de ce dernier et non son réseau personnel est une démarche innovante qui démontre une vraie complémentarité des associés, loin d'une logique de clivage. Ainsi « *il est envisageable pour nous de traiter un mandat à plusieurs si nous devons mutualiser nos compétences pour répondre à la demande du client* », avance Romain Boisnard.

Ils n'en délaissent pas pour autant le candidat. Bien au contraire. Debriefing post-entretien, grande transparence sur le processus de sélection, pour les retenus comme pour les non-sélectionnés, cette approche de proximité leur tient à cœur et fait partie de leur ADN.

Et pas de navigation en eaux troubles

Leur positionnement est simple : intervenir sur toutes les fonctions qui nécessitent de faire de l'approche directe. Les postes de direction constituent naturellement la majeure partie de leurs missions avec les postes d'experts sur des métiers en tension,

comme les actuaires dans le secteur des assurances. L'investissement est fort, quel que soit le poste traité, pour une clientèle composée de fidèles mais également de nouveaux venus.

Bertrand Revol traite les postes de dirigeant et n-1 de ceux-ci, principalement dans les secteurs de l'industrie, des services et de la distribution. Romain Boisnard bénéficie d'une expertise sur les postes dans le tertiaire financier. Nicolas Bauer intervient aussi bien en promotion qu'en conseil en investissement, en propre ou pour le compte de tiers, ainsi qu'auprès d'organismes de gestion. En matière juridique, Arnaud de Bonneville intervient aussi bien en cabinet d'avocats qu'en *in-house*. Il place des associés et des collaborateurs dans de grands cabinets français et anglo-saxons de la place et répond aux exigences des directions juridiques dans des entreprises allant de la grande PME au groupe du CAC 40.

Quel cap ?

À la question du cap, les partenaires répondent une nouvelle fois de conserve. L'objectif : atteindre une vingtaine de personnes en France et à l'étranger d'ici cinq ans. Une chose est sûre, la structure devra permettre un épanouissement de chacun et continuer de fonctionner sur un modèle de partage de la clientèle. Pour compléter sa palette de compétences, l'équipe envisage de s'adjoindre de nouveaux partenaires dans les secteurs de l'IT et de la santé, et ce dans les prochains mois. Enfin, à l'étranger, Tillerman devrait mettre le cap sur l'Asie, comme il se doit pour des explorateurs. ■