

« AVOIR UNE CARRIÈRE internationale est une véritable richesse »

Au fil des années, **Ayla Ziz** a su évoluer et relever des défis majeurs au sein de cinq entreprises différentes, et dans des postes divers. **Nommée Senior Vice President Global Sales de Danone depuis mars 2020**, elle nous livre ses principaux challenges et nous parle des principales motivations et des moments les plus marquants de son parcours.



Ayla Ziz

Bio express

Ayla Ziz est titulaire d'un master en Mathématiques Appliquées et Sciences Sociales de l'université Paris-Dauphine, d'un MBA de l'EM Lyon et d'un Business Executive Program de l'INSEAD. Elle possède une expérience approfondie du marketing, de l'innovation produit, des ventes et de la direction générale, acquise au sein de grandes multinationales de produits de grande consommation : Mars Inc, Colgate Palmolive, The Coca-Cola Company, Unilever et maintenant Danone.

Ayant travaillé et vécu en Europe, au Royaume-Uni, en Asie, en Australie, en Amérique et, plus récemment, au Moyen-Orient, elle prône la diversité et les cultures.

« Nous vivons une période de transformation fondamentale de nos modes de consommation et du métier vente. »

Vous avez eu un parcours particulièrement riche en défis et en challenges depuis votre plus jeune âge. Quels sont les moments les plus marquants de votre carrière ?

L'aventure a commencé à l'âge de 14 ans, quand j'ai quitté la Syrie pour rejoindre directement le lycée Louis-Le-Grand. Mon intégration a été plutôt compliquée et je me suis retrouvée avec plusieurs lacunes à devoir surmonter : une langue que je ne maîtrisais pas suffisamment, une culture qui m'était étrangère et un pays dont je ne connaissais pas l'histoire.

Il a donc fallu faire face à plusieurs défis, et parcourir un chemin long, mais tellement enrichissant...

En classe de terminale, j'ai été présentée au concours général de français, qui visait à récompenser les meilleurs élèves. C'était un pur bonheur, une grande fierté et une belle reconnaissance pour tous les efforts que j'avais fournis. J'ai ainsi pu comprendre, à un très jeune âge, que toute l'énergie et l'envie doivent émaner de moi-même et me booster au quotidien.

Au niveau de ma carrière professionnelle, le fil rouge qui m'a permis d'évoluer dans cinq entreprises différentes à travers le monde et dans des postes divers, ce sont les belles rencontres que j'ai pu faire. J'ai eu la chance et l'opportunité

de croiser le chemin de personnes tellement inspirantes et passionnées, qui ont su me faire confiance, me guider et me donner envie d'évoluer.

Mes principaux challenges étaient de casser des préjugés ou des stéréotypes. Une matheuse ne peut pas travailler dans les ventes, une femme ne peut pas gérer des pays du Proche-Orient ou être basée dans un pays loin de son mari et de ses enfants. Il m'a fallu, à plusieurs reprises, prouver que oui, c'était possible.

Vous avez d'ailleurs occupé plusieurs postes à responsabilité, notamment à l'international. Quels sont, selon vous, les avantages d'avoir une carrière internationale ?

Avant de devenir Senior Vice President Global Sales de Danone, j'avais travaillé dans plusieurs multinationales à travers le monde, notamment Mars en France, en Asie et en Australie, Colgate-Palmolive à Paris, Coca-Cola à Paris, Londres, New York, Unilever à Rotterdam puis à Beyrouth. J'ai aussi occupé plusieurs postes en vente, marketing, corporate communication, channel marketing, direction générale de pays et de région.

Avoir une expérience internationale est une véritable richesse, sur laquelle je continue encore

“Le fil rouge qui m’a permis d’évoluer dans cinq entreprises différentes à travers le monde et dans des postes divers, ce sont les belles rencontres que j’ai pu faire.”

à capitaliser aujourd’hui. Cela me permet de garder une ouverture d’esprit et d’approfondir mon sens de l’écoute, d’être curieuse en voulant comprendre des cultures et des modes de vie ou de consommation différents.

De par votre expérience, et étant vous-même mère de trois enfants, comment peut-on concilier carrière internationale et vie personnelle ?

Il y a sûrement des compromis à faire, comme rater le match de basket de sa fille ou le concert de musique de son fils, ce qui pourrait être parfois frustrant. Mais avec le recul, on se rend compte qu’il y a une richesse et beaucoup de positif, y compris pour les enfants : en plus de découvrir le monde à travers moi, mes enfants ont pu devenir plus autonomes et beaucoup plus responsables pour gérer leur vie et se prendre en charge.

Ensuite, je me rends compte encore plus aujourd’hui que cela nous permet de mieux profiter et de mieux apprécier tous les moments que nous passons ensemble. Par ailleurs, il me tient à cœur d’être un exemple pour ma fille, en lui prouvant qu’une femme peut parfaitement progresser et se faire plaisir dans sa vie professionnelle, voyager à travers le monde, diriger des équipes, tout en ayant une vie personnelle épanouie.

Quel est votre périmètre d’action actuel au sein de Danone ?

Nommée Senior Vice President Global Sales depuis mars 2020, ma mission principale consiste à m’assurer au quotidien, que les consommateurs et les patients trouvent les produits Danone qu’ils cherchent, au bon format, au bon packaging, au bon prix, là où ils les cherchent, et quand ils en ont envie.

Il s’agit notamment de travailler avec l’ensemble de nos partenaires distributeurs et clients pour s’en assurer.

C’est un travail qui se fait sur l’ensemble des catégories de produits chez Danone : les produits laitiers & d’origine végétale, les eaux et les

produits spécialisés, dans les 120 pays où nous sommes implantés et sur tous les circuits de distribution.

Comment avez-vous vécu votre prise de fonctions en pleine pandémie et dans un contexte inédit ?

En effet ! Le contexte a été très particulier étant donné que ma prise de fonctions a coïncidé avec le début de la pandémie. Dix jours après, je me suis retrouvée confinée comme tous les Français, à télétravailler.

J’ai donc rencontré très peu de personnes chez Danone, je n’ai pas eu l’opportunité de voir tous mes collaborateurs, et j’étais obligée de tout gérer à distance, ce qui est d’autant plus compliqué quand on arrive dans une nouvelle structure, avec une culture différente, et qu’on ne connaît pas encore tous les produits.

La priorité était de me focaliser sur la santé et la sécurité des équipes et de continuer à approvisionner les magasins et les hôpitaux de nos produits... Un vrai challenge, qu’on a réussi à relever en collaboration avec toute la distribution, dans le monde entier et grâce à la mobilisation de nos collaborateurs, au service des consommateurs et des clients.

Aujourd’hui, alors qu’on espère pouvoir retrouver bientôt une vie normale, j’ai vraiment hâte de pouvoir rencontrer tous les membres de mon équipe en 3D, qu’on puisse échanger, se réunir et relever ensemble les défis pour les années à venir.

Quelle est donc votre feuille de route pour 2021 ? Quelles sont vos priorités ?

Nous vivons une période de transformation fondamentale de nos modes de consommation et du métier vente. Ceci nous impose une adaptation rapide et continue de nos plans d’actions, outils et manières de travailler. Ma priorité est de mettre en place cette transformation chez Danone, tout en m’assurant que nous restons focalisés sur la génération de croissance profitable, à la hauteur de nos ambitions et en étroite collaboration avec nos clients et

partenaires. Nous continuerons à innover et à créer de la valeur sur le marché, tout en veillant à avoir un impact positif sur l’environnement et les communautés dans lesquelles nous opérons. Dans ce cadre, le Groupe soutient plusieurs actions et initiatives dans le monde, avec le support de nos distributeurs et clients. En France, par exemple, nous venons de lancer une opération avec Les Restos du Cœur et Carrefour, qui permettra de distribuer plus d’un million de repas aux plus vulnérables.

Par ailleurs, nous travaillons sur la mise en place du plan « Local First ». C’est une stratégie qui traduit notre intention d’être au plus près de nos consommateurs et patients et de passer d’une organisation mondiale par catégories à une organisation locale par zones géographiques. Ce projet, passionnant et riche en opportunités, notamment au niveau de nos équipes de vente, qui deviennent « One Danone », constituera une partie importante de ma feuille de route pour 2021.

Pour conclure, quels conseils adresseriez-vous aux jeunes, et plus particulièrement aux femmes, qui voudraient se lancer dans une carrière internationale ?

Si vous en avez envie, foncez !

C’est une vraie source de richesse personnelle et de partage, et il ne faut surtout pas se mettre ses propres barrières. N’ayez pas peur, apprenez à vous affranchir des limites que vous vous imposez ou qui vous sont imposées par votre entourage et par les stéréotypes que, personnellement, j’ai eu à affronter tout au long de ma vie personnelle et de ma carrière.

Mon deuxième conseil, c’est de savoir s’intéresser aux cultures, apprendre à s’en imprégner, écouter, rester ouvert aux différents points de vue ... Pour moi, cela a été fondamental pour me sentir épanouie et progresser dans ma vie ! ×