



marié

** **

Avignon (84000)

***** _ *****

*****.*****@*****.**

Directeur général /de la communication, Sénior

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

janv. 2007 / déc. 2009

Directeur général /de la communication

HOPI COMMUNICATION, Agence de Communication et de Publicité - Avignon (84)

(Gérant associé)

* Manager une équipe de 12 personnes, gérer, organiser et coordonner les plans de développement

de la communication et du marketing pour en assurer les promotions aux près des entreprises

clientes. Concevoir et mettre en œuvre tous moyens, actions, réseaux de communication visant à

faciliter les relations des entreprises avec leur environnement.

* Achats et ventes d'espaces publicitaires pour les revues municipales des communes du Thor et de

l'Ile sur la Sorgue.

* Créations, organisations et animations événementielles : salons, foires, stands.

* Travailler en concertation avec les directeurs : du marketing, commercial, de la création et

artistique. Diriger les équipes pour le respect du cahier des charges.

* Bilan : L'importance pour toutes entreprises de savoir communiquer (pour mieux se vendre) et de

véhiculer une bonne image, un bon concept ; au près de sa clientèle et au seins de son personnel.

janv. 2000 / déc. 2006

Directeur de magasin

MONOPRIX (Groupe Monoprix, Galeries Lafayette et Casino) Nogent-sur-marne (94)

* Direction administrative et gestion commerciale (Compte d'exploitation CA : ±17 M € annuel),

d'une surface de vente de 2800m2 à la réouverture après remodeling du magasin, pour cause de

changement d'enseigne . Centre de profit composé de six départements : PGC, boulangerie/

pâtisserie, boucherie/charcuterie, traiteur, fromagerie et poissonnerie/marée.

* Dans cette fonction, j'ai été conduit à : Déterminer la stratégie commercial ainsi que sa mise

en œuvre, le reporting à la direction régionale. Gérer les trois grands pôles :

Gestion Commerciale :

Faire appliquer la stratégie commerciale du magasin, vérifier l'agencement et l'animation des

rayons.

Gestion du magasin :

Suivi des objectifs à l'aide de tableau de bords (marge, CA, caisse), suivi des gammes de produits,

faire appliquez la réglementation en vigueur en ce qui concerne l'hygiène et la traçabilité

(DGCCR)

service vétérinaire. Action de promotions hebdomadaires et spécifiques :

Merchandising.

Gestion Managériale :

Recruter, encadrer et animer une équipe de 25 personnes (responsables départements, chefs

de

rayons, d'ouvriers professionnels et d'employés commerciaux).

Entretenir une bonne ambiance de travail au sein de mon équipe et de les motiver pour atteindre

les objectifs fixés. Respect impératif de la clientèle et être toujours à son a son

écoute.

* *Bilan : J'ai apprécié le double challenge : Commercial, dû au changement d'enseigne, d'où*

l'importance de définir les besoins et attentes des clients et veiller à leurs mises en place.

Etre le garant du respect de l'image et du concept de l'entreprise, auprès des clients et du

personnel. Managériale : Mettre en pratique le management de l'empowerment.

janv. 1996 / déc. 1999

Chef d'entreprise

* « Comptoir de Sauzon » Comptoir Maritime à Belle-île en Mer (56)

* *Magasin d'une surface de vente de 200m² : Objets de décoration, mobiliers et vêtements marins*

(Saint- James, Baudoin, H.Cotten, Lacoste...) plus un parc de location yachting : 5 bateaux

(hors-bord) et 12 jets ski.

* *Dans cette fonction, j'ai été conduit à : Recruter, diriger et animer une équipe de 8 personnes.*

* *Aux achats et négociations des marchandises au près des fournisseurs (centrales d'achats entre*

autres). Notamment aux achats en leasing du parc yachting dans les Dom Tom (défiscalisation). A

la gestion de caisse, du stock et à l'agencement du magasin (rayons et vitrines).

* *Avec mon équipe, dépassement en général de 20 à 30 % des objectifs fixés (magasin) et 25 à 35% pour le parc de location.*

* *Divers organisations événementielles en saison : Expositions et vernissages d'artistes locaux,*

défilés de mode dans le magasin et sur les quais.

* *Participation à la régata annuelle des vieux gréements sous forme de sponsoring.*

Création d'un

listing et mise en place d'une carte fidélité client.

* *Bilan : Cela m'a appris la polyvalence des tâches : manager une équipe dans une petite*

structure, ainsi que la gestion administrative qui en découle (déclaration s aux divers organismes, fiches de payes, comptabilité). Et surtout être au quotidien à l'écoute et aux

attentes du client.

* *Clientèle internationale haut gamme (cadres supérieurs, professions libérales, chefs d'entreprises...)*

janv. 1992 / déc. 1995

Chef de produit

Groupe Warner France Éditions Phonographique (WEA Music) Paris (75)

* *Chef de produits du département Jazz international (gestion des stocks import export).Travail*

avec les départements : fabrication et distribution, marketing, commercial et communication.

La conception et la mise en place des offres marketing.

* *Les orientations, la mise en place et le suivi des plans d'actions de cette stratégie sur le*

terrain

(trade marketing). La réalisation des analyses marketing grâce aux informations collectées

sur le

terrain via les études consommateurs, le développement d'outils marketing, le pilotage des

projets,

le suivi hebdomadaire des ventes de disques chez les distributeurs.

* *Relation directe avec les distributeurs : Fnac, Virgin mégastore, Club Dial, France Loisir et*

disquaires, le suivi des commandes et des livraisons.

* *Mise en place chez les distributeurs, avec les départements marketing et communication,*

d'événements promotionnels, merchandising, dédicace, show case (concert privé) pour la sortie et

la promo d'albums.

* *En étroite collaboration avec le département communication, organiser le média-planning (presse*

écrite, radios et télévisions) pour la promotion des sorties albums (La mise en bac).

* *Bilan : J'ai apprécié le travail en tandem avec les autres départements pour atteindre les*

objectifs fixer par la direction et respecter le cahier des charges. L'univers des maisons de

disques est très enrichissant culturellement.

janv. 1989 / déc. 1991

TELE

GLOBO Rio de Janeiro - Brésil

* *Seconder le chef de produit pour toutes l'organisations des jeux hors antenne de l'entreprise.*

* *Mise en place et suivi du merchandising et des plaquettes publicitaires chez les annonceurs*

(tours opérateurs, voyagistes, magasins d'électro ménager...) pour les participants aux concours

des différent jeux à gagner (voyages, séjours, électroménager, hi fi ...) par la chaîne de télévision.

* *Vérification avec l'huissier du tirage au sort à la fin du concours.*

* *Accueil et prise en charge (transport et logement) des participants et réservations.*

* *Vérification avec la régie publicitaire du listing des annonceurs et du planning de leurs*

interventions sous forme de sponsoring ou spot publicitaire, pendant les émissions télé.

* *Bilan : Facilité d'adaptation pour vivre et travailler à l'étranger.*

DIPLOMES ET FORMATIONS

sept. 1987 / juin 1989

Master en Management et stratégie des entreprises - BAC+4

ISC Paris School of Management

sept. 1984 / juin 1987

Licence de Communication des entreprises - BAC+3

ESCP Paris

COMPETENCES

Photoshop, Illustrator

COMPETENCES LINGUISTIQUES

Anglais

Portugais

CENTRES D'INTERETS

voile, musique, photographie, voyages, Pays, cultures, les gens