

Jean Carlo A. - Né en 1966
75012 Paris
21 ans d'expérience
Réf : 903041200

Directeur general

Ma recherche

Je recherche tout type de contrat, sur toute la région Ile de France, dans le Bâtiment.

Formations

1984/1987 : Diplôme de l' E.S.D.E (Ecole Supérieure des Dirigeants d'Entreprises) - Paris + 2002 : Perfectionnement à l'analyse et la gestion financière (rentabilité, autofinancement) + 2003 : Formati

Expériences professionnelles

2008

2007/2008 HUNTER DOUGLAS (USA/NL) - Leader de l'équipement de la maison et de la fenêtre DIRECTEUR GENERAL France CA division : 20 M€ / 200 Personnes - CA groupe : 2,6 Mds US\$ Division : Décoration intérieure/Stores (B2B) Responsabilités : P&L incluant la direction des pôles finance, logistique/production, commercial/marketing, recherche/développement et ressources humaines. Croissance de la division : - Redéfinition des zones de prospections commerciales par rapport aux ressources ; - Mise en place de process pour le lancement de nouveaux produits. •Productivité : -Accompagnement dans la mise en place du logiciel de réduction des chutes ; -Supervision des process d'optimisation des flux sur les postes de travail.

2006

2000/2006 AVERY DENNISON (USA) - Leader de l'étiquetage 2002/2006 À Londres - DIRECTEUR GENERAL Europe/Moyen Orient/Afrique CA division. WW : 100 M€ / 350 Personnes - CA groupe: 6 Mds US\$ Division : Solutions plastiques pour l'industrie, le textile et le retail (B2B) Responsabilités : P&L Europe incluant le management décentralisé de 5 business units (Paris/Milan/Munich/Istanbul et Londres) avec une implantation dans 58 pays ainsi que la direction des pôles finance, logistique/production, commercial/marketing et ressources humaines. •Croissance de la division : -Lancement de produits inédits dans de nouveaux marchés : atteinte du seuil critique de stabilité pour la division (11% du chiffre d'affaires total, net income +32% et EVA + 166%) ; -Récupération des parts de marchés perdues dans les pays émergents par la réduction du nombre de distributeurs et par la création d'une offre commerciale plus attractive ; résultat une croissance de 15% ; -Détermination d'un plan stratégique sur 18 mois : stratégie par pays/produits/logistique/ressources humaines (forts potentiels), mise en place de tactiques et de plans d'actions qui ont permis d'aboutir à un nouveau business model ; Vente en EMEA dans 58 pays ; •Productivité : -Mise en place du programme Six Sigma (optimisation des process de décisions/réduction des coûts) : la formation d'un Green Belt a permis à la division de générer des économies dans ses programmes logistiques (objectif : 3% du chiffre d'affaires) ; -Réintégration d'une plate-forme logistique décentralisée dans la plate-forme logistique européenne : réduction des coûts d'acheminement et du délai de livraison clients (8 jours de réduction) ;

2000/2002 à Paris Business Manager France - 20 Personnes •Croissance : -Restructuration de la force de vente d'agents ; ce qui a permis d'augmenter le positionnement sur des produits de niches à forte valeur ajoutée. •Productivité : -Consolidation des entrepôts régionaux en un unique national ayant pour effet une réduction des coûts d'acheminement et du niveau de stock ; -Classification et transmission aux clients des listes produits ABC avec les délais de livraisons ; ce qui a conduit à la réduction du niveau d'inventaire.

1999 / 2000 NICKEL LTD à Paris, Start up américaine dans le domaine de l'automobile (B2B) REGIONAL SALES MANAGER (Europe du Sud) -Conception des procédures commerciales pour pénétrer les marchés français et européen : implantation en Europe du Sud : Italie, Espagne, Portugal, Suisse, Grèce ; -Augmentation

des ventes de la gamme consommateur par le biais d'une collaboration avec une marque reconnue ; -Formation des forces commerciales des distributeurs à la gamme de produits : multiplication de la présence terrain entraînant une augmentation substantielle des ventes.

1990 / 1998 Société GENATEX à Paris, Fabricant de Prêt-à-Porter homme/femme/enfant (B2B2C) DIRECTEUR COMMERCIAL MARKETING (France) - CA : 10 M€/ 50 Personnes •Croissance : -Mise en place d'une nouvelle gamme de produits et d'une stratégie commerciale qui a abouti aux référencements desdits produits auprès des centrales d'achats/grands magasins et détaillants. -Création d'un process de communication des produits de mode express vers le client qui a permis d'augmenter les ventes de vêtements à marge confortable ; -Sélection des tissus/modèles de nouvelles collections. •Productivité : -Outsourcing : Roumanie, Italie, Hong Kong ; réduction des coûts de fabrication et de pénétration des marchés bas de gamme. 1987 / 1990 Société VENNETILLI à Vitry (94) (fabricant de fabricant de cycles Italien) (B2B2C) CHEF DES VENTES (France) - CA : 3 M€ / 15 Personnes -Organisation et suivi des ventes en grande distribution et encadrement d'une équipe de commerciaux

Langues

- Anglais : courant et pratique professionnelle (USA). Higher Certificate of English, Cambridge (Royaume Uni en 1986) + Italien : courant + Espagnol : Bonnes notions parlé: scolaire / écrit: notions

Atouts et compétences

France et International (expatriation UK 4 ans) - Expérience secteur B2B et B2B2C
Encadrement équipe multiculturelle et pluridisciplinaire (vente/mkt, finance, prod, rh)
Direction centres de profits (multi sites)
(Expert)