

DIRECTEUR GENERAL ADJOINT – COUNTRY MANAGER - DIRECTEUR MARKETING & COMMERCIAL

20 ans d'expérience internationale dans l'industrie du sport (multinationales et PME)
Forte expertise stratégique et mise en œuvre opérationnelle du business



Aurélien BOUF

42 ans
Français
Marié, 3 enfants
Permis B

16 rue commandant Cousteau
21000 Dijon
France

aurelien_bouf@yahoo.fr

06 72 26 07 71

CYCLES LAPIERRE

Dijon
(France)
Avr 16 – Juin 18



DIRECTEUR GENERAL ADJOINT – DIRECTEUR MARKETING & COMMERCIAL

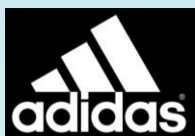
PME de 100 salariés, propriété de Accell (leader européen du cycle / 1 Md €)
Management de 34 personnes de 7 nationalités différentes

Dans un marché du cycle en pleine évolution (croissance des Pure Players, explosion des ventes de vélos électriques), volonté de conserver le leadership de la marque en France et de développer les positions à l'international

- _ Evolution du mode de pilotage de l'entreprise : mise en place du mode de fonctionnement CODIR, structuration et présentation de reporting au Board d'Accell
- _ Transformation des pratiques managériales : 6 reports directs, légitimation du département commercial, apport de plus de proximité et interaction avec les équipes
- _ Elaboration du plan stratégique et pilotage des activités opérationnelles (périmètre marketing + ventes) : +19% de CA en 2 ans, baisse des stocks de 40%, rééquilibrage du business par segment
- _ Pilotage et mise en œuvre commerciale (définition de la politique commerciale, segmentation clients, négociation avec les centrales, relations avec distributeurs et fournisseurs), développement international (Espagne +60%, Suisse +100%, Italie +150%)
- _ Transformation et accélération digitale : restructuration du département marketing, lancement du site e-commerce et d'une approche omni canal avec nos revendeurs, clarification de la stratégie digitale par support, optimisation du contenu de marque développé, lancement d'un CRM via Salesforce
- _ Positionnement de la marque Lapierre comme «marque internationale de (e-)sport» au sein du groupe Accell

ADIDAS FRANCE

Landersheim
(France)
Fév 15 – Mar 16



DIRECTEUR DU DEVELOPPEMENT BUSINESS

Management de 2 personnes

Le département Développement Business gère à la fois la partie veille et études tout en conduisant des projets transversaux majeurs pour le Groupe, dont l'accompagnement du CODIR afin d'élaborer le plan 2020 pour la filiale (Creating the new)

- _ Coaching des membres du CODIR pour décliner et faire vivre la vision d'entreprise à 2020 par département
- _ Accompagnement au changement : organisation d'un événement pour les salariés afin de fédérer autour du plan (Zénith de Strasbourg)
- _ Responsabilité du projet de regroupement des 3 sites parisiens de la marque sur un lieu unique pour incarner ce nouvel état d'esprit (recherche et validation du site, interface avec promoteur, bailleur et architecte, maîtrise du budget, approche collaborative pour organiser les nouveaux locaux)
- _ Conseil et pilotage des équipes marketing / vente (expertise marché, gestion de workshop créatif, mise en place de plan stratégique)

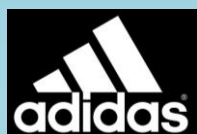
REEBOK HQ

Boston
(USA)
Fév 13 – Jan 15



ADIDAS HQ

Herzogenaurach
(Allemagne)
Juin 09 – Jan 13



ADIDAS ASIE

Hong Kong
(China)
Avril 08 – Mai 09

ADIDAS FRANCE

Landersheim (Fra)
Juin 06 – Mars 08

Avril 04 – Mai 06

Sept 98 – Mars 04

FORMATION

1995-98
1993-1995

LANGUES

Anglais
Allemand
Espagnol

PASSIONS

Triathlon
Football
Running
Tennis
Montage vidéo
Divers

DIRECTEUR STRATEGIE ET DEVELOPPEMENT BUSINESS

Management de 2 personnes

Volonté d'Adidas de repositionner Reebok sur ses racines authentiques : le fitness

- _ Elaboration et mise en place de plans stratégiques à 3 ans (Russie, Japon) puis contrôle de leur mise en œuvre et indicateurs clés
- _ Alignement des marchés avec la stratégie mondiale (business plans 2015 par pays)
- _ Coordination du pilotage mensuel d'activité par marché (CA, marge) et partage d'une note de synthèse à l'intention du Board
- _ Organisation d'un événement au siège avec les Top détaillants (200 clients / 20 pays) : carnet de commandes des participants en hausse de +38% entre 2014 et 2015

SENIOR MANAGER – GO TO MARKET FOOTBALL

Nike est agressif pour conquérir la place de leader sur le marché du football. En interne, besoin de mieux aligner les marchés avec la stratégie du siège

- _ Pilotage de la stratégie globale au sein de 9 pays (Asie, Amérique Latine, France, Pays Nordiques) (CA global football en hausse de 44% entre 2009-13)
- _ Gestion de la mise en marché d'un nouveau concept de chaussure (Nitrocharge : 2M paires/an) en collaboration avec les équipes communication, produit et retail
- _ Présentation de la stratégie de la marque au « Global Marketing Meeting » (jusqu'à 500 participants) et aux principaux clients en visite au siège (Intersport, Footlocker)

REGIONAL CATEGORY MANAGER – FOOTBALL / RUGBY

Mise en place de structures régionales pour mieux piloter la stratégie mise en œuvre dans chaque pays tout en faisant davantage remonter les besoins locaux

- _ Définition de la stratégie et des gammes pour développer le CA catégories, malgré un potentiel économique régional limité et spécifique (CA 2009 foot : +10% vs. Budget)
- _ Développement d'outils de mise en marché performants et orientés consommateurs, en étroite collaboration avec la communication, le sport marketing et le siège.

BUSINESS UNIT MANAGER – FOOTBALL/RUGBY/BASKET/HAND

Management de 5 personnes

Maintien du leadership adidas dans la catégorie prioritaire football mais aussi dans les autres sports collectifs malgré un investissement moindre

- _ Mise en œuvre du plan stratégique de chaque catégorie (CA 2008 :+18% vs budget)
- _ Création d'un relationnel avec les partenaires pour développer une offre produit innovante et commerciale (OM / 200000 maillots par an, FFF / 300000 maillots)
- _ Créer la rupture pour générer un phénomène médiatique et commercial (collection Stade Français « fleur de lys » / 200000 pièces vendues en 2008)

ACCOUNT MARKETING MANAGER - DECATHLON

- _ Négociation et activation du plan du compte avec les commerciaux et les clients
- _ Gestion du budget marketing et commercial (1M€ par an)

CHEF DE PRODUITS – FOOTBALL & KIDS

Diplômé de NEOMA Business School (Promo 98 - Reims)
Classe préparatoire HEC – Lycée Albert Schweitzer – Le Raincy

Courant
Bonnes capacités écrites et orales
Notions de base

Format ironman (Bearman 2018: 16h30 / Atlantic City 2014: 11h30)
Joueur /capitaine en club pendant plusieurs années
Marathon (meilleure performance : 2h59' / Budapest 2010), Trail (61 km Radon 2015)
Pratique en compétition pendant plus de 10 ans (meilleur classement : 15/5)
Pinnacle studio
Bandes dessinées, romans policiers, voyage et découverte de nouvelles cultures