

Philippe CUBELLS

8 avenue Baquis - 06000 Nice

06 59 70 55 19

phcubells@gmail.com

<http://linkedin.com/in/philippecubells>

Mobilité France/International

Poste permanent ou intérim



Stanford Business School, USA

Master of Science in Management

Neoma Business School, Reims

Master in Business Administration

Anglais (courant), Espagnol,
Portugais

DIRECTEUR GENERAL – PGC

Groupes internationaux, ETIs, start-ups : agro-alimentaire et produits de grande consommation

Végétal, bio, épicerie, frais traiteur, confiserie, boissons, hygiène

Coaching et direction d'équipes (5-600p) multifonctionnelles et multiculturelles

Création et accélération de la croissance d'activités (5-280m€ de CA) sur 4 continents

EXPERIENCE

Depuis 2018

MANAGEMENT DE TRANSITION

Mars 22-Juin 2024

DIRECTEUR BUSINESS UNIT GOURMET, Azura Group (CA 500Mio€, 16Mp), Nice

Création et mise en place d'une nouvelle activité européenne de sauces tomates.

Pilotage complet du projet en partant d'un business plan ; définition de la gamme et création d'une nouvelle marque (Oh Chérie !); tests multi-pays ; recherche et sélection de 2 sous-traitants industriels, négociation des contrats et cahiers des charges ; développement des recettes et industrialisation des produits (7); recrutement d'une équipe de managers de transition (10p/4 pays) ; mise en place de la supply chain amont (fermes Maroc-industriels Italie) et aval (prestataires logistiques par pays) ; définition des process et intégration à l'ERP groupe; politique commerciale, prospection, listings et 1ères ventes en France et en Allemagne en mai 2024 (Auchan, Edeka, Leclerc).

Nov 21-Mars 2022

DIRECTEUR PERFORMANCE COMMERCIALE, Sodebo (CA 460Mio€, 2500p), Montaigne

Réorganisation du service performance commerciale (8p), reportée à l'actionnaire

Une nouvelle organisation commerciale impacte les fonctions trade marketing, promotion, merchandising et category mgt reconstitution d'un esprit d'équipe, définition de la raison d'être, des rôles et fonctions ; déploiement de la structure ; finalisation des plans 2022 avec l'intégration d'Egalim 3.

Oct 2018-Nov 2020

Olga/Triballat Noyal (CA 350Mio€; 1400p; Sojasun, Vrai, Petit Billy), Rennes

PILOTE DE L'INTERNATIONAL

CA 43Mio€, 3 filiales, export (25 pays), marques/MDD, GMS/réseau spécialisé bio

Création et mise en place de business plans par pays, transformation et retournement. Management d'une équipe support (marketing, finances, opérations, R&D). Supervision directe d'Iberia, projets d'acquisition => Ebitda X3 en 2 ans, retour à la croissance en 09/20.

DIRECTEUR RESEAUX SPECIALISES BIO France & Allemagne

Responsabilité commerciale réseaux Bio (Biocoop..) : CA 45Mio€, leader UF laitier et végétal. Accélération croissance en Allemagne, consolidation & fusion forces de vente en France.

AUTRES : Co-pilote activité B-to-B Nutrition, contribution à la réorganisation R&D groupe et aux plans de relancement de Sojasun, marque n°1 de l'entreprise (tous pays/catégories).

2009-2018

ENTREPRENEURIAT

Juil 2015-Sept 17

DIRECTEUR GENERAL, Nutrionix, Rennes, ingrédients alimentaires (startup, remplacement du sel): prospection Europe et Brésil, frais fixes divisés par 2, lancement de la filiale Brésil, refinancement, ventes X 4. Recentrage sur l'activité Brésil en septembre 2017.

Fév 2009-Fév 15

FONDATEUR & PRESIDENT, Green & Blue Veda, Paris (création, **boissons** inspirées de l'Ayurveda) : développement & mise au point des gammes et marque, mise en place sous-traitance complète (Inde-USA-France), lancement 5 pays, levée de 3mio€, 12 personnes => présence au rayon frais de 400 GMS France (CA potentiel 2015 : 1mio €). Changement de focus de l'actionnaire n°1 entraîne l'arrêt de l'activité en février 2015.

1997-2008

DIRECTION GENERALE DE FILIALES & DE REGIONS

2008

VICE-PRESIDENT, BabyLiss, HBA (accessoires cheveux/beauté), Paris

Responsabilité de toute la région EMEA hors GB (CA \$70mio\$, 100p) : expansion du business France, évangélisation et ouverture de nouveaux marchés en Europe pour l'activité, acquisition du leader du marché allemand => activité +30%.

2001-07

Wrigley (chewing-gums et confiserie), Paris

DIRECTEUR GENERAL REGIONAL France/Belgique/Iberia (CA : 280mio€, 600p, environnement très concurrentiel) Recrutement, intégration & coaching des nouveaux DG et DC Iberia, optimisation des structures et compétences => profits à + 30%.

DIRECTEUR GENERAL France/Belgique (CA : 140mio €, 280 p)

Lancement de nouveaux concepts (Freedent Box, élue produit de l'année) et nouvelles marques (Airwaves, Hubba Bubba, toujours sur le marché), diversification en confiserie, transformation de la route-to-market (carve out de la distribution) avec création complète d'une nouvelle organisation de 300p (contre 4 au départ).

=> Volumes progressent de 70% sur la période, société devient leader du chewing-gum en France mi-2006, REX doublé sur les 2 pays.

1997-2000

Oral-B/Gillette (hygiène dentaire), Varsovie

REGIONAL BUSINESS DIRECTOR Central East Europe (CA : \$10mio, 18 personnes, 6 pays): optimisation de la distribution, lancement d'une innovation de rupture sur la région, modèles de distribution variés (forces de vente directes, indirectes, distributeurs ; mass market, pharmacies, dentistes) => part de marché croît de 45% en 18 mois sur la région (la marque passe de la 4^{ème} à la 2^{ème} place).

BUSINESS MANAGER Pologne (CA : \$5mio, 12 personnes) : réalignement stratégique, développement & mise en place d'un 'turbo-plan', activation des forces de vente directes (pharmacies, dentistes) et indirectes (grossistes, Gillette food) => CA +80%, profits X2.

1984-1997

MARKETING DES PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION

1996-97

GLOBAL BUSINESS MANAGER, BROSSES A DENTS, Oral-B/Gillette, Belmont (USA)

Relancement gamme kids US, lancement mondial copy TV, lancement nouvelle brosse et alignement marques sur pays émergents. Leadership mondial renforcé et ventes à +12%.

1993-95

DIRECTEUR MARKETING, Gerber France, Paris (nutrition infantile) : relancement de la marque (marketing direct, caution pédiatres, copy TV, gestion compte-clés), collaboration avec USA (R&D, supply) et Pologne (nouvelle usine) => Ventes +60%, part de marché X2.

1990-93

DIRECTEUR MARKETING, Lustucru Frais, Lyon (PME, filiale **traiteur** du groupe RCL) : création du service marketing (5p), revue et optimisation de toutes les gammes, lancement d'1 nouvelle marque. Lustucru devient n°1 du marché des pâtes fraîches.

1988-90

CHEF DE PRODUIT LA VACHE QUI RIT, Fromageries Bel, Paris : optimisation du mix-marketing du 1^{er} produit de la société (15mT, CA 90mio€), nouvelles formules, compétition d'agences, nouvelle copy TV. Volumes à + 12% au bout d'un an (déclinaient depuis 10 ans).

1984-88

Gillette France, Annecy

CHEF DE PRODUITS, LAMES & RASOIRS (CA : €100mio, 80% du CA filiale), stratégies globales adaptées, forte activité publi-promotionnelle (€15mio).

ASSISTANT CHEF DE PRODUITS MASCULINS : repositionnement marque locale de produits parfumants masculins, gestion gamme préparation au rasage.

CHEF DE SECTEUR : responsable commercial tous circuits, progression CA de 40% en 1 an.

PASSIONS

- Aviation (apprenti PPL, 100h de vol)
- Course à pied (5 marathons), tennis & ski
- Inde, USA et Brésil
- Art contemporain

- Leadership Plan for Explosive Growth, Breakthrough (2001-07)
- Innovation Jugaad (2017)

Philippe CUBELLS

8 avenue Baquis

06000 Nice

06 59 70 55 19

phcubells@gmail.com

<http://linkedin.com/in/philippecubells>



Stanford Graduate School of Business

Master of Science in Management

Neoma Business School, Reims

Master in Business Administration

Anglais (courant), Espagnol, Portugais

INTERIM MANAGER / CONSULTANT

**Construire, accélérer et accompagner le développement d'activités
Produits de Grande Consommation - France et international**

SECTEURS D'EXPERIENCE

ALIMENTAIRE

Sauces/Epicerie (2022-24), Univers laitier & végétal (4 ans), Frais traiteur (4 ans), Confiserie (7 ans),
Boissons (6 ans), Ingrédients, Diététique infantile

HYGIENE BEAUTE

Hygiène dentaire (3 ans), Produits masculins (4 ans), Accessoires beauté/coiffure

EXEMPLES DE REALISATIONS

WRIGLEY (France/Belgique) – Confiserie (CA : 140mio€, 300p) – Accélération & transformation

Lancement de nouveaux concepts et marques, diversification, transformation de la distribution, création d'une nouvelle organisation (de 11 à 300p) => Volumes à + 70%, société capture le leadership de la catégorie chewing-gum en France, REX X2.

AZURA GOURMET (Europe) – Sauces tomates - Création

Création d'activité : développement gammes & marque, sélection des sous-traitants, industrialisation, recrutement équipe (4 pays), mise en place supply chain amont et aval / processus / IT => Gamme de 7 produits lancés en avril 2024, 1ers listings France (Auchan, Leclerc) et Allemagne (Edeka)

OLGA/TRIBALLAT (International) – Frais laitier bio & végétal (CA : 43Mio€) - Transformation

Création et exécution de nouveaux business plans, transformation et retournement
=> Ebitda X3 en 2 ans avec retour à la croissance du CA.

GILLETTE/ORAL-B (Pologne) – Brosses à dents (CA : \$5mio, 12 personnes) - Accélération

Réalignement stratégique, déploiement d'1 'turbo-plan' tous circuits => CA +80%, profits X2

CARRIERE

Depuis 2018

MANAGER DE TRANSITION

Azura : création de A à Z d'une activité européenne de sauces tomates (26 mois)

Sodebo : direction de la performance commerciale (5 mois)

Olga/Triballat: direction commerciale réseau bio, pilote de l'international (25 mois)

2009-2017

ENTREPRENEUR

Nutrionix (startup, France/Bésil): directeur général (ingrédients substitués du sel)

Green & Blue Veda: fondateur et CEO (boissons inspirées de l'Ayurveda)

1997-2009

DIRECTEUR GENERAL DE FILIALES OU DE REGIONS

Babyliss : EMEA (Vice-Président)

Wrigley : France/Belgique/Espagne/Portugal (Regional Managing Director)

Gillette/Oral-B : Pologne/Europe de l'Est (Regional Business Director)

< 1997

MARKETING DES PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION

Global : Gillette/Oral-B (Californie), France : Gillette, Fromageries Bel, Lustucru Frais
Traiteur, Gerber France (baby food)