**Vincent Goyat** Neoma Business school

44 Avenue de l’Aigue 21200 Beaune Master Grande Ecole Rouen 1985

Port : 06 30 70 28 73

vincent.goyat@wanadoo.fr

Développer CA, marge et image d’une activité Vins

**Expérience professionnelle**

2006-2021 **Directeur commercial et marketing Export** Kriter/Patriarche

*Groupe viticole au CA de 110 millions €, filiale Castel, n°3 mondial*

Enjeu développer l’export comme champs de croissance et de profitabilité du groupe

Résultats +5 à +15% du CA et de la marge en moyenne tous les ans

nouveaux réseaux Asie dont Japon, Canada, Scandinavie, Brésil etc

refonte complète du portefeuille marques et AOC Bourgognes

Animation d’une équipe de 14 personnes et accompagnement de la filiale US (12 personnes)

Responsabilité directe des marchés anglais et japonais

2004-2006 **Directeur commercial et marketing** **Export** Groupe Val d’Orbieu

*Groupe coopératif viticole au CA de 180 millions €*

Enjeu  développer la valeur ajoutée par une politique de marque

Animation d’une équipe de 28 personnes et de la filiale anglaise

Responsabilité directe des marchés anglais et japonais

2001-2003 **Directeur commercial et marketing** Maison Antonin Rodet

*Négociant bourguignon au CA de 20 millions €, appartenant à Worms, co-propriétaire d’un domaine*

*prestigieux : Domaine Jacques Prieur avec 6 grands crus et 14 premiers crus*

Enjeu  évolution du portefeuille produits et redéfinition des réseaux de distribution

Résultats  +20% de CA en 2002, nouveaux réseaux Japon, UK, Allemagne, Belgique,etc

2000-2001 **Directeur marketing** Alain Manoukian

*Chaîne de distribution de textile à capital familial*

Enjeu créer une direction marketing, outil de structuration du développement

Résultats  cohérence des collections Homme/Femme

accélération du planning de création des nouvelles collections

1991-1999 **Directeur marketing**  Groupe Marne & Champagne

*2ème groupe champenois derrière LVMH au CA de 220 millions €, à capital familial*

Brand manager Lanson puis chef de groupe puis directeur marketing champagnes et spiritueux

Enjeu réalisation du plan stratégique

segmentation du portefeuille

Mission  proposition du plan stratégique, des plans d’actions annuels et mise en oeuvre

redéfinition de la copy-strategy des marques

développement des ventes par la définition d’outils et l’animation des 4 forces de

ventes

Résultats Lanson marque haut de gamme du groupe

hausse du prix moyen consommateur

part de marché valeur Rothschild + 25% en 3 ans

1988-1991 Chef de produit Védial (joint-venture Lesieur-Laiterie St Hubert)

1987-1988 Assistant chef de produit Rambol (groupe Bongrain)

1985-1987 Chef de secteur Procter & Gamble

**Autres**

Certificat professionnel d’analyse sensorielle (Ecole des Vins de Bourgogne)

Membre Chevalier de la Confrérie des Chevaliers du Tastevin (Clos de Vougeot)

Centres d’intérêts cuisine et vins

sport d’endurance : raid /cyclisme sur route