



Philippe VINCENT

Promotion 1992
IFAG Lyon
42 ans

**Nommé Directeur Marketing
d'Intermarché** (Novembre 2009)

Une double formation commerciale (IFAG) et agro-alimentaire (BTS), ouvre à Philippe Vincent les portes de son premier job chez **Système U**. En poste dans le **merchandising** dès sa sortie de l'IFAG en 1992, il reprend deux ans plus tard le service marketing de la région Grand Est. Il rejoint le siège social de Système U en 1999, pour devenir **Responsable Marketing des points de ventes**. Ainsi, durant 15 ans, Philippe Vincent manage les multiples projets (concepts, R&D, développement, animation de réseau...) de ce groupement d'indépendants qui ne cesse de progresser à cette époque.

Alors en phase de réorganisation, le concurrent **Intermarché** s'intéresse à ce profil confirmé et lui propose le poste de **Directeur National de la Stratégie d'Intermarché**. Stimulé par ce nouveau challenge, il rejoint l'enseigne des Mousquetaires en 2008. Il a en charge le renouvellement et l'animation d'un nouveau projet : mettre en réseau les chefs d'entreprises indépendants aux commandes des 2 200 points de ventes alimentaires en France.

Un an plus tard, sa mission est remplie. Philippe Vincent devient alors **Directeur du Marketing d'Intermarché**. Ainsi, depuis novembre 2009, il a la responsabilité du marketing d'enseignes, à savoir la définition et la mise en œuvre du concept commercial et physique des enseignes, le marketing de l'offre, la fidélisation, les études, le développement des marques propres (MDD), la communication et le marketing international. Pour déployer l'ensemble de ces projets, l'IFAGuien de 42 ans manage une équipe de 180 personnes et gère le développement commercial des 1 800 supermarchés et petits hypermarchés.

ZOOM

Intermarché est une enseigne du Groupe « Les Mousquetaires », fondé en 1969 par Jean-Pierre Le Roch

- Intermarché a réalisé 24 milliards d'euros de CA en 2009
- 1700 Supermarchés (700 à 3000 m²)
- 80 Hypermarchés (de 3000 à 6000 m²)
- 400 Hard Discount Netto (de 500 à 1000 m²)
- 2009 : création du *Discount Utile*, Nouveau concept Netto
- 2010 : nouvelle identité visuelle, création d'Intermarché Hyper, Super, Contact et Express

Intermarché
TOUS UNIS CONTRE LA VIE CHÈRE