

## Catherine HARTMANN-NOEL

Bois-Colombes (92)

06 80 33 51 24

[cathy.hartmann.noel@gmail.com](mailto:cathy.hartmann.noel@gmail.com)

[Linkedin.com/in/c-hartmann-noel](https://www.linkedin.com/in/c-hartmann-noel)



- EDHEC BUSINESS SCHOOL
- Anglais professionnel

## DIRECTRICE MARKETING & COMMUNICATION

*Développement – Retournement - Branding – Expérience client  
Innovation – Transformation - Création de valeur et d'engagement*

### Expertises et Savoir-faire clés

- ❖ **PGC – Multi-catégories Beauté et Santé** (Cosmétiques, Hygiène, Electro-Beauté, Accessoires - Dispositifs médicaux, OTC - Compléments alimentaires)
- ❖ **Stratégie multi-canal : Retail (GMS, Pharmacies, Parapharmacies, Discounters), Grossistes, E-commerce**
- ❖ **Conception de business models BtoC et BtoB profitables** : Acquisition, Négociation, Partenariats, Politique tarifaire, promotionnelle
- ❖ **Management de projets** transversaux et internationaux ; **Conduite du changement** (organisation, process, politique RSE) ;
- ❖ **Stratégie d'innovation** - Etudes, conception, développement de catégories et de produits - **Global Innovation leadership**
- ❖ **Stratégie Digitale** - Web marketing et e-commerce ; Réseaux sociaux, Brand content, campagnes inbound, SEO, SEA ; Fidélisation
- ❖ **Communication 360°** Stratégie tous médias on et off line; RP; événementiel; partenariats; KOL, influenceurs ; merchandising /gestion crise
- ❖ **Responsabilité budgétaire et P&L**

### Depuis 2020

#### Conseil et accompagnement de Start-up (bénévolat)

- Création d'une DNVB : positionnement, stratégie de lancement et de communication d'une gamme cosmétique en e-commerce
- Mentoring incubateur EDHEC - STATION F

#### Formation continue sur la TRANSFORMATION NUMERIQUE DES ENTREPRISES (MOOC - certifications)

Institut MINES-TELECOM : « La transformation digitale au service de l'entreprise et de l'industrie de demain »

Udemy : « Les business models de l'économie digitale » et « Stratégie d'entreprise et stratégie digitale »

**CHURCH & DWIGHT Co., Inc (US)** CA : 4.6 Mds \$ 4800 pers. Personal et Home Care FMCG / **Filiale France** (SOFIBEL/ Laboratoires Sante-Beauté et Fumouze)

### 2008 à 2019

#### DIRECTRICE MARKETING & COMMUNICATION FRANCE / Tous circuits / Personal Care (Beauty & Healthcare)

Membre du CODIR France et du COMEX Europe CA géré : 70M€; 16 collaborateurs

15 marques dont en GMS : BATISTE/ NAIR/EMAIL DIAMANT/LINEANCE/ BARBARA GOULD et en circuit pharmaceutique: STERIMAR / WATERPIK / REPLENS

#### Missions :

- . Développer et consolider le portefeuille de marques France et International (Acquisitions, Lancements, Accompagnement filiales)
- . Structurer et déployer la stratégie de croissance multi-circuits (offre, politique tarifaire, parcours clients, partenariats BtoB ...)
- . Piloter le programme d'innovations produits et la politique RSE (marques locales et internationales)
- . Accompagner la transformation au sein du nouveau hub Europe (Communication, Organisation, digitalisation...)

#### ► Réalisations :

**Division HEALTHCARE : CA + 65% en 4 ans ; Création du pôle Innovation produits : refonte du process études et développement**

**Lancements de marques en France** : BATISTE (leadership 74% PdM) et WATERPIK (Mise en place modèle de recommandation prescripteurs, site web, politique commerciale et promotionnelle multicanale : Atteinte leadership des Hydrojets en 18 mois)

**Global Lead Country (Stratégie mondiale marques et Innovation) pour STERIMAR (+80 pays): CA monde x 2 en 5 ans , Création et lancement de la gamme traitement : CA 100% incremental ; pour NAIR : déploiement offre cires, + forte croissance sur segment cires froide tous pays (FR + 30%)**

**Réactivation marques** : ex EMAIL DIAMANT : plus forte croissance dentifrices CAM P5 2019 + 11,1% ; recrutement (+ d'1M de nouveaux acheteurs)

### 2003 à 2008

#### DIRECTRICE MARKETING / Division GMS / Personal Care Hygiène Beauté

CA géré : 35M€ ; 9 marques ; 7 collaborateurs

- . Gestion stratégique et opérationnelle ; Optimisation du portefeuille marques et produits (amélioration marge) ; Acquisition FEMFRESH
- . Réorganisation / RACI : mise en place des procédures intra et inter-départements ; Global Innovation leader NAIR et Skin care

► Refonte stratégie monde NAIR : gain de PdM et d'assortiment dans tous les pays / Plusieurs prix innovation produits /lead sur création publicitaire

### 1999 à 2003

#### CHEF DE GROUPE Hygiène-Beauté / GMS - 6 marques ; 4 collaborateurs

- . Lancement de la marque américaine NAIR en France : Recommandation stratégique, développement produits, plan d'action 360°

► Retournement du marché des crèmes vers les cires ; Leadership cires chaudes / Prix beauté / Nommée « Global Innovation & Fragrance leader »

- . Processus d'intégration de la filiale France de CARTER WALLACE dans le groupe CHURCH & DWIGHT (2002)

## LA BROSSE & DUPONT (Paris / Beauvais) CA 77M€ – 400 personnes – Personal et Home Care

*Oct. 1993 à 1998*

### CHEF DE GROUPE / Division Hygiène-Beauté & Accessoires Beauté / GMS - 3 collaborateurs

- . BIOSEPTYL (Oral Care) : Refonte offre et positionnement, développement produits ► *Leadership PdM volume du total Broses à dents*
- . KILLYS (Accessoires beauté) : Négociation et achats ; Refonte graphique ; Merchandising / PLV
- . Recommandation et mise en œuvre de la stratégie de distribution France pour les Produits et accessoires beauté sous licences DISNEY et Barbie (MATTEL)
- . Distributeur France de COVER GIRL (PROCTER & GAMBLE) : sélection de l'assortiment maquillage France ; gestion marque, animation commerciale et promotionnelle ; merchandising

## GROUPE YVES ROCHER (Issy-les-Moulineaux / La Gacilly) - Cosmétiques

*Avr. 1990 à sept. 1993*

### CHEF DE PRODUITS Senior B2B et B2C – Nouvelle filiale Grande Distribution (LECC)

- . Responsable MDD : concept, développement, négociation avec les enseignes ► *Lancement « LES COSMETIQUES » de CARREFOUR*
- . Développement et lancement en 1991 de la 1<sup>ère</sup> marque de GMS du groupe : *Héligon Océan* (25 produits Cosmétiques et Hygiène-Beauté)

*Sept. 1987 à juillet 1990*

### CHEF DE PRODUITS – Division VPC (« D2C ») 1 ACP

- . Conception, analyse et gestion des offres commerciales mailing – Mise en place d'un programme de fidélisation (Récence/fréquence/Montant)

## FORMATIONS & ACTIVITES

---

- **EDHEC Business School** (Lille, Promo 1987) : Spécialisation Marketing, Grande Distribution et PGC
- **Transformation digitale** (2020 ) MOOCs avec certifications
- **Passeport vers le Management de Transition** (2020) - IFMT
- **Réseaux sociaux : Stratégie et fonctionnalités** (2019) – Maxus, GroupM
- **Gestion et communication de Crise** (2016) - Certification TMA (Thomas Marko Associés)
- **Anglais** : courant, pratique professionnelle – Espagnol : niveau intermédiaire
- Maîtrise du Pack Office et des outils digitaux collaboratifs

Bénévolat : Mentoring de Start up

Actionnaire / Evaluatrice de l'association TIME FOR THE PLANET

Organisation locale de collectes humanitaires et santé (Banque Alimentaire, Don du Sang)

Histoire de l'Art ; Voyages culturels ; Pratique sportive régulière (Yoga, Fitness)

---