



## Eugénie Bienfait

### Export – Marketing – Communication / Titulaire du WSET 2 & 3.

Forte de plus de **7 années d'expérience en Marketing avec des missions commerciales**, j'ai, dans un premier temps, évolué sur des marques reconnues dans le secteur de l'agro-alimentaire (Tartare, St Môret, Elle & Vire ou encore Thiriet), puis j'ai eu la chance d'intégrer le domaine du vin. Ces expériences à la fois sur des produits de grande consommation et dans le secteur du vin m'ont permis de développer un profil riche et différenciant :

- Une compréhension fine du produit et des consommateurs en valorisant un produit sensoriel.
- Une adaptabilité aux circuits de distribution (GMS, CHR, négoce...)
- Une double culture : volume et image.
- Une vision orientée résultats.

## Coordonnées :



06 47 31 25 68.

[eugenie.bienfait17@gmail.com](mailto:eugenie.bienfait17@gmail.com)

Gironde et Ile de France

Permis B – Véhiculée.

## En découvrir plus



## Formations



WSET niveau 2 (2025)

WSET niveau 3 (en novembre).

Neoma Business School

MSc Spécialisé (Bac+6)

Décisions Marketing (2020).

Thèse professionnelle (18 /20).



Nottingham Trent University (UK).

MSc (Bac+5) -

International Business & Marketing (2015-2017).

Intégralité des cours en anglais – Mention

« Distinction ».



## Langues



Français : langue maternelle.

Anglais : niveau C2.

Espagnol : niveau C1.

Italien : niveau A2.

## Centres d'intérêts

Oenologie et spiritueux.

Voyage et découverte de nouvelles cultures.

Mode et beauté.

## Expériences :

### • Responsable Marketing – 2022 / 2025 (CDI)

Les Crus Bourgeois du Médoc, Bordeaux – 250 propriétés.



- **Stratégie de Communication & Marketing** : Création de la nouvelle campagne de communication pour le lancement du nouveau Classement 2025 - refonte de la charte graphique, **élaboration du plan média, pilotage de la stratégie RP** : création du dossier de presse, **organisation de la conférence de presse** (21 médias : Le Figaro, Le Monde, La Revue du Vin de France...), **recrutement et gestion des interviews** journalistes (62 retombées à 1 mois de l'annonce), **gestion du budget associé (400 000 euros)**.
- **Stratégie commerciale et suivi de performances** : Analyser et présenter les retombées des actions commerciales mises en place et émettre des recommandations auprès du comité de direction, assurer une veille des nouvelles tendances, identification et gestion des leviers de croissance sur les marchés prioritaires. Représenter les propriétés auprès des importateurs sur la zone Amériques et Asie lors des salons.
- **Marketing opérationnel et événementiel** : Recruter et entretenir un réseau de journalistes en France et à l'international, **animer des dégustations presses** en propriétés, **organisation d'événements** pour les temps forts « Livrables et Primeurs », **gestion des événements** hors propriété et déplacements : Wine Paris, Vinexpo Hong-Kong, New-York, Singapour (dégustations sur stand, master class, dîners des commanderies...) : 52 événements par an ; +30% de fréquentation vs N-1.
- **Plan de Communication & Gestion budgétaire** : Conception du plan de communication & marketing annuel, **Pilotage du budget et présentation à la direction**.
- **Management de l'équipe & Coordination** : recrutement, suivi de projets et montée en compétences de l'équipe. Coordination des actions en propriétés pour incarner l'identité.

### • Responsable de gamme Demak'up – 2022 (CDI).

Essity, Paris – Marque « Demak'up » - marché français.



- **Stratégie Marketing & Gestion de Gamme** : Relais et adaptation de la stratégie globale de la marque Demak'up sur le marché français, optimisation de la gamme pour le marché français.
- **Analyse des performances on-line** : Analyser les performances de ventes et assurer la rotation des produits (42 références) sur les sites, création de contenus pour l'ensemble des supports.
- **Compétences relationnelles** : Animation des webinaires pour les différentes BU du groupe (12), présentations produits auprès des clients BtoB et **organisation de salons en France et à l'International** pour promouvoir les dernières innovations, **Management** de deux alternants.

### • Category Manager – 2020/2022 (CDD)

Savencia, Viroflay – Fromages tartinables : marques Tartare, St Môret



- **Analyse des Marchés et des Catégories** : Analyse des marchés et études des performances (Panels IRI et Nielsen), **élaboration de recommandations** auprès des enseignes Carrefour, Leclerc et Auchan, Présentation des Business Reviews aux directeurs d'enseignes.
- **Marketing opérationnel et Gestion de gamme** : élaboration des revues de presse, gestion de la gamme avec propositions d'amélioration, **pilotage de la chaîne graphique**, élaboration de la stratégie on-line et pilotage du **budget promotionnel (1 million)**.

### • Cheffe de produit marketing – 2017/2020 (CDI).

Thiriet, Epinal – 3 gammes de produits « plats cuisinés, glaces et pains/viennoiseries », 120 références.

- **Gestion de Produits** : Gestion de mes 3 gammes de produits : 120 références, proposition d'amélioration et nouveautés, refonte de l'ensemble des packagings de la catégorie « glaces ».
- **Suivi des performances** : (sell-in/out) via le panel IRI et Optimisation du mix produit, **élaboration du plan de communication annuel**, définition de la stratégie promotionnelle & merchandising.
- **Veille de marché et innovation** : Réalisation d'analyse de marché trimestrielle ; lancement des innovations de la phase R&D, au plan de lancement - Exemple d'un lancement : glaces végan.