

JEAN-MARC PELOSIN

46, avenue Pottier
59130 Lambersart
email: jean-marc.pelosin@insead.edu

Personnel : 03 20 06 86 18
Mobile : 06 95 04 42 84

Consultant Senior

Expérience internationale industrielle en sciences de la vie. Connaissance complète du cycle produit : Recherche, Industrialisation, Marketing, Qualité et Business Développement. Management d'équipes pluridisciplinaires et pilotage de projets complexes.

Double Formation: Doctorat et Business, 7 ans aux USA.

EXPERIENCE:

- Senior Consultant

Août 2013-présent, ISKRA Conseils, Lille, France

- **Support stratégique:** Aide au développement technique et commercial.
- **Audit:** Proposition d'actions correctives, validation de Business Plan.
- **Support opérationnel:** Développement commercial, R&D et réglementaire.

- Directeur Opérationnel, Comité de Direction

2002-Août 2013, DIAGAST, Diagnostic Médical, CA de 27 M€, Lille, France

Management de plusieurs départements (10 à 50 personnes)

- **Qualité:** (6 ans) Direction du pôle qualité et affaires réglementaires. Passage avec succès de 6 inspections et 5 audits. Implémentation d'amélioration continue: réduction du Coût d'Obtention de la Qualité de 300 k€ en 2010.
- **Recherche & Développement:** (6 ans) Réorganisation du service Recherche et Développement ayant permis l'obtention de 2 brevets et de la mise sur le marché d'une nouvel automate de Diagnostic (+ 10 M€).
- **Marketing:** (5 ans) Etablissement d'un service orienté business: mise en place d'étude de marchés, de segmentation et de marketing planning. Etudes cliniques. Elaboration d'argumentaires de ventes et de positionnement économique.
- **Business Développement:** (3 ans) Focus de la stratégie export sur clients grands comptes, gain de 2 M€.

- Global Marketing Manager

2000-2002, STRYKER Spine, Dispositifs Chirurgicaux, CA de 89 M\$, Bordeaux, France

Responsable de 10 M\$, encadrement de 2 Chef de Produits. Croissance de 12%

- Mise en place de plans d'actions stratégiques, business plans, analyses financières.
- Lancements Monde de nouveaux Produits. Panels de clients, Plan de Communication.
- Pilotage d'un projet de développement France/USA. Budget de 600 k\$.

- US Senior Marketing Manager

1998-2000, BIOMERIEUX Inc., Diagnostic Médical, CA de 120 M\$, St. Louis, MO, USA

Responsable de 15 M\$, encadrement de 2 Chefs de Produits, Croissance de 9%

- Positionnement et lancement commercial dans un nouveau segment. Ventes: 4 M\$.
- Conseil à la force de vente pour clients grands comptes.
- Mise en place de nouveaux réseaux de distribution : négociations, contrats.

- Sales and Marketing Manager

1997-1998, CAMBRIDGE BIOTECH (BioMérieux Inc.), CA de 18 M\$, Washington, DC, USA
Ventes et marketing opérationnel pour 3 M\$, encadrement de 2 Délégués

- Mise en place de l'organisation marketing vente. Définition d'une nouvelle stratégie, augmentation des ventes de 49%. Pilotage du réseau de ventes USA et international.
- Renégociation de contrats "grands comptes". Augmentation de la marge brute de 11%.

- Chef de Produit Corporate

1994-1997, BIOMERIEUX, Diagnostic médical, CA de 500 M€, Lyon, France
Responsable marketing international, gammes de produits de 2 M€ à 20 M€

- Lancement de produits sur une base mondiale. Formation des Marketing Managers.
- Chef de projet Stallergènes (10 personnes dans 2 compagnies), rationalisation du développement, lancement de la ligne de produits, ventes de 3 M€.
- Mise en place des plans de communication. Briefing des agences de communication.

- Chef de Projet Développement

1992-1994, BIOMERIEUX, Diagnostic médical, Boston, MA, USA
Développement de nouveaux produits, encadrement de 2 Chargés de Recherche

- Conception et industrialisation de nouveaux tests diagnostiques, amélioration de la communication internationale.
- Pilotage des projets jusqu'au lancement. Support de l'équipe marketing.

- Chargé de Recherche

1990-1992, BRISTOL-MYERS SQUIBB, Industrie pharmaceutique, Princeton, NJ, USA

- Responsable de recherche fondamentale pluridisciplinaire.
- Lauréat d'une bourse de recherche de la Ligue Nationale contre le Cancer.

FORMATION:

- INSEAD, Septembre 1999, Fontainebleau
- Programme de Management Général (25 jours).
- HARVARD University, 1992-1993, Cambridge MA.
- Diplômes sur 3 semestres
- Sales Management, Marketing Management, International Marketing Management.
- DOCTORAT ès Sciences, 1990, Pharmacologie, INSERM/CEA Grenoble
- Mention très honorable et félicitations du Jury.
- 12 articles publiés et 15 communications à congrès.
- Classé 1^{er} en Licence et Maîtrise.

DIVERS:

- GRENOBLE, depuis 2012, membre de l'advisory board d'ImmunID.
- PARIS, 2006, Nomination au Concours des technologies innovantes, Agence pour le Génie BioMédical, (9 nominés sur 70 participants). Nanotechnologie et diagnostic clinique.
- LILLE, 2004: Orateur invité par Ernst & Young: Développement à l'international en biologie santé: «distribution ou création de filiale».
- PARIS, SENAT, 1997, Orateur invité par l'association Bernard Gregory pour une table ronde "Le docteur et l'entreprise", 150 participants.
- MONT-BLANC, 1996, Organisation et participation à une expédition médicale sur le Mont-Blanc. 1 semaine à 4 350 m. Support de la campagne de communication.
- GRENOBLE, 1987, Lauréat du Prix de Recherche Burroughs-Wellcome de 5000 €.
- 51 ans, marié, 2 enfants, Marathon de Paris 2006.