

**Laurie Coirier Ditylieu rejoint CARGLASS®  
en qualité de Directrice Grands Comptes Assurances.**

**Pierre Hamard reprend la Direction Nationale des Ventes.**

**CARGLASS®** annonce la nomination de Laurie Coirier Ditylieu, 40 ans, en tant que Directrice Grands Comptes Assurances. A ce titre, avec une équipe de Key Account Manager, elle est en charge du développement et de l'animation de la relation avec les partenaires assureurs de CARGLASS®.



*« Après un parcours structurant et enrichissant de 17 ans dans les biens de Grande Consommation, je souhaitais transposer mes compétences dans un nouveau secteur d'activité. CARGLASS® m'offre aujourd'hui l'opportunité de découvrir le Secteur Assuranciel et un Business BtoBtoC. Le challenge est de taille : comment s'imposer comme un partenaire stratégique pour nos clients Assureurs, capable de les accompagner dans la maîtrise de leur charge Sinistre et dans la satisfaction de leurs clients Assurés ? Les atouts de CARGLASS® sont nombreux : un service de qualité irréprochable qui s'appuie sur plus de 430 centres intégrés, un savoir-faire supply « haute couture », une capacité à se réinventer chaque jour et des collaborateurs engagés. De quoi augurer une nouvelle expérience passionnante ! »*

Son diplôme de Sup de Co en poche, Laurie Coirier Ditylieu a débuté sa carrière chez YOPLAIT où elle y évoluera à différents postes pendant près de 10 ans dans la partie commerciale, notamment dans le domaine du Category Management et en tant que National Key Account Manager.

Elle rejoint en 2008 BACARDI MARTINI où elle prendra rapidement la Direction des Enseignes des Groupes Carrefour, Provera, Système U, Intermarché, Leclerc avant de se voir confier, en mars 2013, la Direction Nationale des Ventes Grande Distribution du Groupe.

## **Pierre Hamard devient Directeur National des Ventes de CARGLASS® France.**

Entré en 2009 chez CARGLASS® comme Directeur Grands Comptes, Pierre Hamard, 38 ans, est diplômé de L'European Business Program (BEM) et de l'Université de Portsmouth (BA Hons).

En tant que Directeur National des Ventes de CARGLASS®, il a principalement pour objectif de :

- Renforcer la proximité de la marque avec ses prescripteurs locaux (agents, courtiers, bureaux, flottes..),
- Optimiser la coordination et l'efficacité dans la mise en œuvre des plans d'actions nationaux,
- Développer et enrichir les compétences de la Direction Nationale des Ventes.



*« Ce nouveau challenge me donne l'occasion, avec l'aide de l'Administration des Ventes notamment, de renforcer la culture du service client chère à l'entreprise. Nous avons mis en place par exemple un nouveau process d'ouverture de compte en 48h pour 100% de nos clients. Notre rôle est de devancer l'attente de nos clients en simplifiant toujours leur quotidien, tout en leur proposant des stratégies innovantes et de proximité qui leur permettent de proposer un service de qualité».*

### **À PROPOS DE CARGLASS®**

Créé en 1986, CARGLASS® est le spécialiste de la réparation et du remplacement de vitrage de véhicules. CARGLASS® compte près de 3 000 collaborateurs, plus de 430 centres et 720 véhicules-ateliers en France. Depuis plus de 20 ans, les particuliers, les compagnies d'assurance et mutuelles ainsi que les flottes automobiles et loueurs font confiance à CARGLASS®. CARGLASS® couvre 100% du territoire français\* et gère plus d'1 million de clients par an. CARGLASS® connaît un chiffre d'affaires de 399 M€ en 2015. CARGLASS® est signataire de la charte de la diversité depuis 2007, et figure en 2010 à la 5e place du palmarès « Best Workplaces » des entreprises de plus de 500 salariés. CARGLASS® est une filiale du groupe BELRON®, présent dans 34 pays. Site Internet [www.carglass.fr](http://www.carglass.fr). \*Hors Corse et îles non reliées par un pont

### **LE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE CHEZ CARGLASS®**

CARGLASS®, tout juste certifiée ISO 14001 a décidé, en 2014, de renforcer sa Démarche Développement Responsable initiée en 2010. Intitulé IMPACT+, le programme mis en place vise à consolider les engagements initiés et à innover sur ce sujet auprès des différentes parties prenantes de l'entreprise.

Ainsi, 4 volets sont mobilisés à horizon 2016 :

- « l'environnement », placer l'environnement au cœur de ses pratiques avec ambition et pragmatisme.
- « les territoires », illustrer ses valeurs dans des actions de proximité.
- « les équipes », investir dans une politique Ressources Humaines encore plus engagée.
- « les clients et partenaires », proposer des services responsables et fiables.