



FORUM de Printemps ICF – Paris le 9 avril 2015

«L'entreprise réinventée pour faire face
aux défis du 3^{ème} millénaire»



Richard CARCAILLET

Richard CARCAILLET est **Directeur Marketing Stratégique chez AIRBUS.**

Depuis 2013, il fournit à toutes les régions vente des études de marché, sondages internes sur des études de développement produit. Il aide également à l'organisation de consultations clients pour le compte de la Stratégie marchés et produits.

En 1990, Richard entre à Airbus. Il tiendra différents postes au Marketing et aux Ventes, à Toulouse et à Hambourg : **Senior Analyst, Marketing clients pour l'Asie, Marketing de la Conversion** cargo A300/A310, **Responsable Marketing Produit A300/A310** et **Directeur Marketing Produit** pour la famille A380 en 2003.

En 1986, il débute sa carrière à Air France dans la maintenance et la recherche opérationnelle. Il est **Examineur en brevets** à l'Office Européen des Brevets à Munich, dans le domaine aérospatial.

Il rejoint la nouvelle «Large Aircraft Division» et travaille en Asie, en Europe et aux États-Unis.

Fin 2000, après le lancement de l'A380, Richard travaille aux Ventes Japon, aidant à établir un BU dédié à ce pays avant de prendre la direction du **Marketing Produit A380** jusqu'à fin 2012.

Diplômes :

Ingénieur - Ecole Centrale de Lyon & Technische Hochschule Darmstadt /Allemagne
Master (M.Sc., Aerospace Engineering) - Université du Texas Austin /États-Unis
Service Scientifique effectué comme chercheur en aérodynamique à l'ONERA.

www.airbus.com