



COMMUNICATION & MARKETING

CARNET MÉTIERS DES DIPLÔMÉS DE L'IFAG



Delphine CHICOIX

Responsable communication TRIBALLAT RIANs

IFAG Montluçon - Promotion 2007

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

Après un DUT Information & communication à Lyon, j'ai étudié 1 an à la fac de Clermont-Ferrand pour obtenir un DEUG de lettres modernes. Peu convaincue par le système d'apprentissage de la faculté, j'entre à l'IFAG en 2004 pour suivre un cycle professionnalisant.

La 1^{ère} année j'étais en charge du développement commercial pour une manufacture de porcelaine d'art. En 2^{ème} année, j'ai été assistante chef de rayon à **Auchan**. Pour terminer mon cursus, j'ai intégré **MPG International** au titre de Chargée de budget. Mon rôle consistait à élaborer des plans médias incluant la négociation et l'achat d'espaces pour des campagnes pub internationales plutôt sur des budgets bancaires.

Puis en 2007, grâce au réseau des IFAGuiens, je saisis l'opportunité d'un CDD pour devenir chargée de promotion chez **Rians**. Il s'agissait de réaliser des supports promotionnels pour l'animation des produits en magasin. On m'a également confié la refonte du site internet et la mise en place d'un service consommateurs. Aujourd'hui, je suis en charge de l'ensemble de la communication corporate, digitale, relation clients...

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

L'organisation des Portes Ouvertes à l'occasion des 100 personnes en interne se sont mobilisées pour accueillir 5000 visiteurs venus le 15 septembre. Nous avons eu beaucoup de retombées presse locales et professionnelles. La satisfaction des visiteurs était au rendez-vous mais surtout, ce projet fut fédérateur en interne.

La tendance à venir dans ton métier ?

L'apparition du marketing mobile, de la télé connectée et du web social vont bouleverser rapidement la relation entre les marques et leurs consommateurs. Plus informés, réactifs, exigeants, ces derniers demanderont des réponses rapides et circonstanciées à chacune de leurs questions ou frustrations !

Si tu changeais de métier ?

Créer une structure qui propose des solutions de communication aux petites entreprises locales.

Et pendant ton temps libre ?

Je fais le plus régulièrement possible de la Salsa et du Pilates en salle. C'est très important, selon moi, de prendre un ou deux soirs par semaine pour souffler et décrocher du travail.



Christophe JEGOU

Directeur Category Management LAÏTA PCG

IFAG Montluçon - Promotion 1996

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Après mon BTS Technique de commercialisation agroalimentaire, j'ai poursuivi par des études de commerce à l'IFAG Montluçon. Dès ma 3^e année, j'intègre la coopérative laitière **Laïta** en tant que Chef de secteur. Une aventure terrain qui se poursuit durant 4 ans. En 2000, **Laïta** me propose de créer et de piloter le service merchandising afin de positionner au mieux nos marques chez nos clients distributeurs. Quatre ans plus tard, j'évolue en mettant en place le service Category Management (3 personnes). Notre mission consiste à aider et convaincre les Category Manager des enseignes de distribution à acheter nos produits. Le périmètre recouvre les assortiments, le merchandising et la promotion.

Aujourd'hui **Laïta** comprend 2370 salariés et réalise 1,3 milliard € de CA dont 65% en France. Notre marque principale « Paysans Bretons » représente 450M€ de CA sachant que nous avons aussi des parts dans Régilait et Mamie Nova.

Laïta est N°2 en France sur le marché du beurre, N°2 sur celui des crêpes et N°3 sur le marché du fromage à tartiner.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Mon 1^{er} job en tant que chef de secteur a été un déclic pour moi. A l'époque, je ne m'imaginais pas dans la vente. Aujourd'hui, je ne pourrais plus faire un métier sans contact ni challenges !

La tendance à venir dans ton métier ?

Les distributeurs ont compris que le category management représente un levier de croissance qui permet d'innover et de gérer plus efficacement les linéaires.

Par exemple, l'organisation des équipes a changé chez les distributeurs. Aujourd'hui, vous avez souvent un acheteur, un manager de l'offre et au-dessus d'eux un category manager.

Si tu changeais de métier ?

Aller travailler à l'étranger et dans un métier de la finance, un secteur que j'affectionne particulièrement.

Et pendant ton temps libre ?

La lecture de romans historiques et bols d'air en famille au bord de la mer.

Tes plus belles réussites

- Le Maître de Bronze remporté en 2002 lors d'un concours à l'IFM (Institut Français du Merchandising) qui récompense les meilleurs partenariats enseigne/industriels.
- Avoir monté un partenariat avec Carrefour dans un univers très différent du lait : la boulangerie !
- Le développement du marché de la crêpe avec la marque Paysans Bretons. Nous avions 1 client national il y a 3 ans et sommes aujourd'hui référencés nationalement chez tous les grands distributeurs.



Sandrine TABOUROT (Née GASULL) Responsable Commerciale et Marketing LES COTEAUX NANTAIS

IFAG Paris - Promotion 1995

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

Dès mon BTS, je découvre les achats en travaillant avec un importateur indien au salon du prêt-à-porter.

C'est pourquoi après l'IFAG, et un séjour de 6 mois au Royaume-Uni j'entreprends une formation d'acheteur technique international au Greta. Elle me permet de faire un stage avec le Chef de Groupe achats du Rayon bricolage de **Carrefour** qui, à l'issue de ce dernier, me propose un CDI. Je suis nommée Chef de produit MDD en charge de 7 familles de produits bricolage pour plus de 50M€ de CA. En 2000, en pleine fusion avec Promodès, j'intègre la structure Bijouterie en tant qu'Acheteuse Bijouterie France. Un an plus tard, on me nomme Category Manager Bijouterie Europe chez Carrefour Merchandise International.

Après 7 ans en Grande Distribution, je prends un congé parental et nous partons sur Nantes avec ma famille. J'intègre ainsi **Les Côteaux Nantais**, leader européen de l'arboriculture en bio-dynamie. Fort de 15 M€ de CA en 2014, nous produisons 40 variétés de pommes, 7 de poires et autres fruits sur nos 96 hectares. Mon rôle consiste à administrer les ventes et à mettre en œuvre le marketing mixte.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

La grande distribution est une école qui m'a permis d'acquérir beaucoup de méthodologie (négociations, sourcing, création et développement de gammes...) mais qui, parallèlement, donne parfois un sentiment de pouvoir, complètement fictif car lié à l'enseigne que nous portons et non à ce que nous sommes humainement voire professionnellement.

La tendance à venir sur ton marché ?

En amont de la chaîne bio, les producteurs et transformateurs se regroupent pour faire face à une demande de plus en plus importante des réseaux de magasins bio qui, eux-mêmes, se consolident. Pour tous les acteurs du marché, l'enjeu est de grandir sans perdre son âme !

Si tu changeais de métier ?

Chanteuse lyrique ou joailler !

Et pendant ton temps libre ?

Je pratique le chant baroque et sacré (voix medium/femme) dans la chorale « Anne de Bretagne » sur Nantes (50 personnes). Nous faisons des concerts régulièrement sur Nantes et ses environs.

Tes plus belles réussites

- En grande distribution, j'ai réalisé un gain énorme (1M€, 40% de gain) lors d'une négociation pour développer une gamme dans le rayon bricolage.
- La création d'une collection dans le rayon bijouterie. Une opportunité pour valoriser mes savoir-faire et mon sens de l'esthétique, d'autant plus que je n'avais pas de manager direct. J'y ai pris un vrai plaisir et les objectifs ont été largement atteints.



Laurent BLANCHARD

Growth Hacker BNP PARIBAS

IFAG Lille - Promotion 2014

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Après une Licence STAPS, je décide de pousser la porte de **DECATHLON**. J'y fais mes classes depuis le poste de vendeur jusqu'au poste de directeur de magasin. En 2014, je décide de faire une **VAE avec L'IFAG** qui m'a permis de faire un bilan, une introspection, et d'approfondir mon cursus. Une fois diplômé, je me suis laissé tenter par une nouvelle expérience en tant que Directeur de 2 centres commerciaux pour la foncière de **CARREFOUR** nommée "Carmila".

Une bonne rencontre crée l'opportunité de rejoindre un secteur qui me passionne, la transformation digitale, en tant que consultant dans la Start Up **UCORPORATE**.

Durant mes missions, j'ai beaucoup appris sur le secteur et j'ai pu travailler sur différents projets, entre autres, sur le projet initié par BNPP "Wal". La suite semble être une évidence quand BNPP me propose de les rejoindre en interne en 2016. Depuis, je développe différents projets digitaux d'applications mobile soit pour du paiement, soit pour du suivi de projets innovants interne à BNP Paribas.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Le poste de directeur de magasin où j'ai appris beaucoup sur le management et les relations humaines. Le meilleur des profils ne peut pas arriver à de grandes choses sans l'adhésion de son équipe, et pour cela une seule voie : devenir un leader et surtout pas un « Boss ».

La tendance à venir sur ton marché ?

La tendance pour les marques est de penser user-centric et non brand-centric. L'Uberisation, présente partout, nécessite de se ré-inventer sans cesse car de nouvelles solutions apparaissent, dans et en marge des écosystèmes ; celle qui s'imposera sur le marché sera celle qui prendra en compte tous ces enjeux.

Si tu changeais de métier ?

Monter mon entreprise pour faire avancer la société dans un changement positif sur le plan éthique, sociétal, environnemental...

Et pendant ton temps libre ?

Je participe à des rencontres hebdomadaires autour de l'entrepreneuriat. Je lis, je fais de la veille sur les innovations et le digital. Le sport, entre amis ou en famille, reste le plus important.

Tes plus belles réussites

- Préserver ma passion pour le sport en parallèle de ma vie professionnelle
- Mon Master, pour avoir su concilier ma vie professionnelle, ma vie étudiante, et ma vie personnelle
- Avoir pu pivoter dans un nouveau secteur d'activité
- Ma plus grande fierté reste celle d'avoir toujours le goût du challenge !



Carine COLOMBIE (Née REGELSPERGER) Chargé de projets entreprises et Collectivités GROUPAMA D'OC

IFAG Toulouse - Promotion 1996

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

Après un BTS Com et action publicitaire, j'intègre l'IFAG. Mon stage de 3^{ème} A s'est déroulé pour partie à la **Société Générale** en tant que commerciale et, pour l'autre, à la **Banque Populaire** de Balma au département Marketing opérationnel. Cette dernière m'a embauchée en CDI, dès ma sortie de l'IFAG, pour faire du commercial.

Souhaitant revenir au Marketing, je candidate chez **Groupama**, en 1998, pour un poste de chargée d'études où je reste jusqu'en 2001. Nommée ensuite chargée de produits assurance de personnes, je déploie des plans d'action commerciale, des lancements de produits ou des études concurrentielles auprès de 300 à 1000 commerciaux. Au bout de 8 ans, suite à une réorganisation, ma fonction s'oriente vers du marketing opérationnel à la Direction commerciale. Mon rôle consiste alors à animer le réseau commercial (environ 70 personnes) via des programmes de fidélisation, de parrainage, du street marketing...

Depuis 2012, je suis chargée de projets à la Direction entreprises et collectivités. Je déploie des outils d'animation et de pilotage du réseau commercial. Mon périmètre : 40/50 chargés d'affaires, les entreprises et collectivités sur les 14 départements de Groupama d'Oc.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Une opération coup de poing montée en 2002 lors de la réforme du régime des exploitants agricoles incitant ces derniers à s'inscrire à la MSA. Nous avons réussi à ce qu'ils ne partent pas et même à augmenter les contrats de garanties personnelles ! Cette difficulté a permis de devenir la 1^{ère} Caisse régionale de Groupama en contrats GAV.

Les tendances à venir dans ton métier ?

J'en vois 3 essentielles : le développement de services plutôt que de produits. L'orientation marché/clients plutôt qu'offre, avec une organisation interne qui en découlera. Enfin, un accroissement des contraintes réglementaires dans nos process.

Si tu changeais de métier ?

Monter une activité liée au ski, ma passion ou rejoindre mon mari (également IFAGuien) dans son entreprise de distribution de chauffage sur internet (www.123chauffage.com)

Et pendant ton temps libre ?

Je m'occupe de mes deux filles (5 et 8 ans) et fais beaucoup de ski. Je suis moniteur fédéral niveau 2, un niveau qui permet d'encadrer en club.

Tes plus belles réussites

- C'est une satisfaction de voir les commerciaux terrains s'approprier au quotidien, les outils que j'ai mis en place ! Nous avons des outils d'aide à la vente créés il y a 2/3 ans qui, aujourd'hui encore, permettent d'accroître les multi-ventes.
- Les opérations de télémarketing ou de street marketing remportent aussi l'adhésion des équipes commerciales.



JUNGHAEN Aline

Conception / Tarification produits GROUPE MACIF

IFAG Paris - Promotion 2006

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

Après 1 an de BTS assistante de direction, j'ai préféré poursuivre en BTS action commerciale. Ces trois années d'études suivies en alternance chez **Valeo** sur un site de production dans l'Oise en tant qu'assistante commerciale et marketing ont été prolongées au siège parisien en tant qu'assistante chef de produit lors de ma 1^{ère} année à l'IFAG.

Ensuite j'intègre, toujours en alternance durant 2 ans, **Roulunds Braking** une société fabricant des équipements automobiles. Chef de produits (freins, tambours...) & acheteur, je suis embauchée en CDI à la fin de l'IFAG.

En 2007, **Honeywell** un autre équipementier, me propose un poste de chef de produits (d'entretien) et Trade Marketeur au sein d'une de leur filiale.

Fin 2008, **La mutuelle des motards** m'offre l'opportunité d'aller au soleil, d'entrer dans le monde des assurances pour prendre en charge les produits de l'assurance moto. Après 9 ans à ce poste, je rejoins en 2018 le **Groupe Macif** pour concevoir des produits et tarifs

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Mon expérience chez **Roulunds Braking** fut importante pour moi. C'est la première société à m'avoir fait confiance en m'embauchant directement comme chef produit et non plus comme assistante. J'ai pu également avoir ma première expérience à l'étranger en Chine, en Inde, au Danemark où se situaient les usines de nos partenaires.

Si tu changeais de métier ?

Le métier de chef de produit nécessite curiosité, innovation, polyvalence. Pour se renouveler, rester à l'écoute et benchmarker en permanence, il faudra de plus en plus créer des outils de veille (forum, surveillance, scan sites...) et des panels de consommateurs.

Les tendances à venir dans ton métier ?

J'adore les animaux et m'orienterais vers un métier lié à eux, type vétérinaire !

Et pendant ton temps libre ?

Pendant mes études, j'étais sapeur pompier volontaire (10 ans). Sinon, j'aime faire des balades en moto (Z750 Kawasaki), de l'équitation, du footing et du sport en salle.

Tes plus belles réussites

Elles ont eu lieu durant mon expérience chez Honeywell (produits d'entretiens auto)

- La mise en place de plans promotionnels dans plusieurs pays étrangers
- La refonte de la marque distributeur Carrefour (produits entretiens auto) avec des négociations difficiles

Le plan de développement de la gamme de produits d'entretien Moto que j'ai monté et qui a permis de multiplier par 20 le volume des ventes !



Vincent DURAND

Responsable de la Communication
CHAMBRE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT
DE LA RÉGION BOURGOGNE

IFAG Auxerre - Promotion 1995

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Après un IUT Techniques de commercialisation à Saint Nazaire, je reviens dans mon département d'origine, l'Yonne. J'intègre l'IFAG, une nouvelle école de commerce à Auxerre. Je fais donc partie de la 1ère promo, sortie en 1995 !

La troisième année se déroulait en milieu professionnel avec des cours délivrés le week-end. C'est à ce moment que j'intègre la **Chambre de Métiers de l'Yonne** comme stagiaire. Rapidement, on me confie la conception des outils de promotions et l'organisation d'événements. Il se trouve que c'est précisément ce que je voulais faire ! Petit à petit, mes fonctions évoluent vers celles de chargé de communication.

Il y a 2 ans, les chambres de métiers des 4 départements de la région Bourgogne (Yonne, Nièvre, Côte d'Or, Saône et Loire) ont fusionné pour créer la **Chambre de Métiers et de l'Artisanat de région Bourgogne**. Elle s'adresse à 30 000 entreprises artisanales ainsi qu'aux acteurs des collectivités de ce territoire. Aujourd'hui, mon rôle consiste à définir et coordonner les actions de communication de la nouvelle chambre avec les élus et les chargés de communication de chaque département.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

A mon arrivée, on m'a confié la conception de la revue de la chambre de métiers de l'Yonne. Ce fut un challenge car je n'avais pas de connaissances tant du point de vue technique que rédactionnel.

Plus récemment, la régionalisation de la Chambre de Métiers fut une réelle évolution, inédite en France, avec un environnement plus complexe et une nouvelle organisation à construire.

Les tendances à venir dans ton métier ?

Le secteur consulaire renouvèlera ses leviers de communication via des actions en partenariat avec d'autres acteurs locaux, nationaux voire européens. Ces synergies représentent l'avenir et permettront la poursuite de nos actions au service de l'artisanat...

Si tu changeais de métier ?

Pourquoi pas écrivain ou tout du moins, un métier lié à l'écriture !

Et pendant ton temps libre ?

Je passe du temps avec ma famille, c'est banal mais c'est important pour moi. J'ai aussi un côté « geek ». Je suis particulièrement intéressé par le monde du jeu vidéo et de l'infographie 3D.

Tes plus belles réussites

- D'avoir constaté mais aussi d'avoir été l'un des acteurs d'une réelle évolution de la communication de l'artisanat.

Un secteur disparate constitué de 250 métiers différents représentant 1 million d'entreprises, 3 millions d'actifs et qui a su se réunir derrière une seule et même bannière de communication : « la 1^{ère} entreprise de France » !



Florent GIACHINO

Product Marketing Manager SAGE

IFAG Lyon - Promotion 2012

Comment es-tu arrivé à ton poste ?

Après une licence STAPS, je deviens formateur secouriste/sauveteur pendant 2 ans, au sein de l'association **À l'eau MNS**. Je décide d'intégrer l'IFAG et poursuis ma 3^e année en alternance en tant qu'ingénieur d'affaires chez **Appolo Formation**. Dès mon diplôme en poche, je pars en Irlande avec l'objectif d'améliorer mon anglais. Nous sommes en 2012 et ce fut le début d'une ascension étonnante dans ce pays que l'on appelle la Silicon Valley de l'Europe.

Un 1^{er} job chez **ASOS** (As Seen On Screen), leader de la vente de vêtements en ligne au Royaume-Uni, m'amène à devenir rapidement Team Leader en charge d'une équipe de 20 personnes. Un an plus tard, j'intègre le contrat d'**Apple** en tant que Coach /Team Manager aux commandes de 3 équipes Françaises représentant 20 personnes dans 3 départements différents (Sales, Chat et Après-vente). Un booster incroyable qui dure 2 ans et me permet de décrocher, à 29 ans, le poste de Manager EMEA chez **Symantec** (équipe de 25 personnes réparties dans 50 pays et parlant 15 langues).

En 2016, je rejoins ma fiancée à Dublin et intègre **Sage** au poste de Territory Manager France pendant 2 ans puis évolue en tant que Product Marketing Manager

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Dans ma mission chez Symantec, j'ai énormément développé mes compétences à 2 niveaux :

- en étant très proactif lors du processus de recrutement qui m'a permis de remporter le poste de Team Manager parmi une liste de 26 candidats.
- en pilotant, très jeune, une équipe internationale de 25 personnes réparties dans 50 pays et parlant 15 langues.

Les tendances à venir sur ton marché ?

Nous comptons doubler nos effectifs à Dublin en 2/3 ans (de 200 à 400 salariés). En effet, pour performer, les entreprises attachent une importance croissante à la connaissance de leur marché ou au feedback de leurs clients/cibles. L'intégration de notre plateforme d'études de marché leur permet une autonomie qui facilite leur business.

Si tu changeais de métier ?

Enseigner, conseiller, faire des conférences sur des sujets qui me tiennent à cœur pour transmettre et peut-être la création de mon entreprise.

Et pendant ton temps libre ?

J'apprends le portugais et fais de la natation (4 à 6h/semaine) ou de la gym en salle. Sans oublier ma famille.

Tes plus belles réussites

- Mon ascension personnelle et professionnelle en Irlande alors que je suis parti sans job avec un anglais très approximatif. Je suis fier de mon parcours à aujourd'hui et des challenges que j'ai emportés ☺.
- Quand j'étais formateur en secourisme, j'ai eu l'occasion de sauver 6 personnes en danger de mort et de former plus de 1000 personnes aux premiers secours. C'est une grande satisfaction !

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Steven LE MANACH

Consultant en Cyber sécurité DEVOTEAM

IFAG Nantes - Promotion 2016

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

C'est un cours d'intelligence économique à l'IFAG qui m'a donné envie de poursuivre dans ce secteur. Aussi, après l'IFAG, j'ai poursuivi 1 année à l'**Ecole de Guerre Economique (EGE)**, spécialisée en intelligence économique et stratégie puis, je suis parti vivre 6 mois à Los Angeles. A mon retour, je n'ai pas eu à chercher très long entre la réputation des écoles et la conjoncture du secteur très porteur. Aussi, début 2018, je rejoins le Groupe **Devoteam** (555M€ de CA en 2016) à Nantes, puis très vite à Paris, en tant que Consultant Cyber sécurité. Mes missions s'articulent autour de 4 axes essentiellement avec des entreprises du CAC 40 : le Risk Management, l'intégration de la sécurité dans des projets informatiques ou de données personnelles, la refonte de stratégie d'entreprise sur sécurité, la sensibilisation à la cyber sécurité.

Les tendances à venir dans ton métier/marché ?

Les métiers de cyber sécurité et de Risk Management sont en pénurie d'au moins 100 000 candidats et recherche des ingénieurs ou des gestionnaires de projets tels que des IFAGuiens !

Quelle est ta valeur ajoutée ?

Une culture axée « intelligence économique » qui me permet d'anticiper sur l'environnement économique, les contraintes étatiques, concurrentielles, géopolitiques et stratégiques des entreprises. Les cadres dirigeants ont besoin d'avoir un regard externe sur leurs problématiques car ils sont souvent très pris par l'opérationnel.

Ce que la vie t'a appris ?

Tout ce qui se passe dans la vie à une raison et un but. Il ne sert à rien d'insister comme par exemple chercher à obtenir un emploi dans une entreprise quand celle-ci n'est pas réceptive à notre démarche.

Et pendant ton temps libre ?

Je suis responsable du pôle Cyber sécurité en rapport avec les problématiques géopolitiques, de renseignements et stratégies globales au sein de l'association des auditeurs jeunes de l'institut des hautes études de défense nationale (ANAJ IHEDN).

Je pratique également le JiuJitsu Brésilien, un sport de combat que j'ai d'ailleurs découvert durant mes études à l'IFAG 😊

Ton ambition ?

Dans 10 ans, j'espère pouvoir lancer mon entreprise avec les compétences acquises à l'IFAG en gestion d'entreprises ou avoir un poste de direction dans le monde du conseil.

Ta philosophie de vie

Ne jamais avoir de regrets et foncer !

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Karine MALÉZIEUX

Responsable Marketing & Communication

BUSINESS DOCUMENT

IFAG Paris - Promotion 1997

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

Normande d'origine, je viens sur Paris pour faire un BTS commerce international puis l'IFAG ! Une fois mon diplôme en poche, je fais pas mal de missions différentes : du télémarketing chez **Franfinance**, de l'import chez **René Derhy**, de l'intérim chez **Kelly Services**. Cette dernière m'embauche en CDI en tant que chargée de recrutement dans une agence en RP. Pendant 2 ans, j'exerce ce nouveau métier et apprend sur le tard. L'envie d'évoluer me projette avec enthousiasme chez Michaël Page où le consultant RH fait à la fois du commercial et du recrutement. Mais je préfère intégrer l'éditeur de logiciels **JDEdward** en 2001, grâce à une amie IFAGuienne.

Là, de chef de projet Marketing support aux ventes, je deviens Responsable Marketing prospects du secteur industrie en 2003 lors du rachat de l'entreprise par **Peoplesoft**, elle-même reprise par **Oracle** ! Après un 1^{er} enfant et un plan social, je fais un cours séjour chez **Symantec** et je postule chez **Business Document** fin 2005. Cet éditeur de logiciels venait d'être racheté et tout était à faire en termes de Com & Marketing. Depuis, nous ne cessons d'évoluer en France et à l'étranger.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

La première : chez Kelly Services, nous avons développé une agence en difficulté en osant former les jeunes au bord de la route. Cela a très bien réussi et c'est une fierté d'avoir pris ces initiatives.

La seconde : le poste que j'occupe aujourd'hui. Je m'occupe seule du Marketing & de la communication d'une société de 50 salariés réalisant 9M€ de chiffre d'affaires.

Les tendances à venir dans ton métier ?

Nous travaillons beaucoup avec les banques et assurances qui fusionnent régulièrement. Nous nous développons à l'International pour toucher des clients et des prospects à l'étranger. Par exemple, en ce moment, j'organise un événement propriétaire à Singapour avec un partenaire. Nous développons également notre réseau de partenariat au Canada.

Si tu changeais de métier ?

De la formation pour transmettre la connaissance.

Et pendant ton temps libre ?

Je m'occupe de mes 2 enfants et tente de faire le plus régulièrement possible du fitness en salle ou de la natation

Tes plus belles réussites

- L'équilibre entre ma vie personnelle et ma vie professionnelle
- Arrivée au poste où je suis actuellement, en liaison directe avec le PDG mais avec beaucoup d'autonomie pour développer la communication & le Marketing de notre entreprise.

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Thierry GROS

Responsable de l'animation de réseau
POUR UN SOURIRE D'ENFANT (PSE)

IFAG Lyon - Promotion 1998

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Après mon IUT GEA, je suis entré à l'IFAG Lyon pour élargir ma vision de l'entreprise. A l'époque, ma fibre humanitaire s'exprimait déjà, notamment au sein de l'école (vente de sacs à sapin pour Handicap International). Je fais ensuite mon service national dans une entreprise d'insertion puisque l'IFAG avait des accords avec l'Armée. Durant mon cursus, un conseiller RH m'invite à choisir entre mes deux aspirations : l'humanitaire ou la gestion. Je rêvais d'une famille nombreuse et choisis alors d'intégrer **Sogeti**, SSII (services informatiques) et filiale de Capgemini. J'y reste 14 ans en passant d'assistant contrôleur de gestion à contrôleur senior.

En 2007, je pars 5 semaines en « routard » au Cambodge. J'entends alors parler de l'association **Pour un Sourire d'Enfant (PSE)** dont l'objectif est de nourrir, soigner, scolariser et donner une formation professionnelle à des enfants cambodgiens en grande détresse. Je deviens parrain, puis bénévole, puis membre du bureau de l'antenne de Lyon et enfin son Président. En 2014, un des 3 salariés en France de cette association souhaite suivre un autre chemin professionnel.

Etant très actif dans l'association, les membres du bureau national me proposent de le remplacer. Une opportunité que je saisis en novembre 2014 pour devenir animateur du réseau des 300 bénévoles répartis sur les 27 antennes locales (19 en France et 8 à l'International). Mon rôle consiste à aider les bénévoles dans leur animation locale, dans la collecte des dons afin de poursuivre la prise en charge des 7000 enfants déjà suivis par notre organisation.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Lorsque j'étais chez Sogeti, j'ai notamment eu en charge le contrôle de gestion du périmètre Méditerranée, une région qui marchait plutôt bien et qui a chuté brusquement. Il y a eu des changements successifs de dirigeants et nous avons fini par redresser la barre. Humainement, ces difficultés ont soudé les équipes : j'en garde un excellent souvenir.

Si tu changeais de métier ?

Créer une entreprise dans le social.

Et pendant ton temps libre ?

Mon engagement bénévole pour PSE !
Et ma vie de famille, le plus essentiel...

Tes plus belles réussites

- Quand j'étais encore contrôleur de gestion, avoir pu concilier mes aspirations en étant responsable associatif dans mon temps libre
- Ma reconversion qui me permet aujourd'hui de faire de ma passion mon métier ! Devenu salarié de l'association PSE, je continue d'être Président de l'antenne lyonnaise et me considère finalement comme bénévole à plein temps !

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Thomas Guillaume BOURGEOIS

Chef de groupe marketing MIELE

IFAG Lyon - Promotion 2007

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

J'ai intégré **Décathlon** pendant mon stage de fin d'études en 2006. J'ai très vite eu à encadrer des équipes allant de 5 à 10 personnes dans différents « univers » de produits.

En 2009, j'ai eu l'opportunité d'intégrer **Media-Saturn** au sein d'un système de distribution décentralisé me permettant de mettre à profit mon expérience de manager mais également de gagner en autonomie et en responsabilités. J'ai participé à l'ouverture du second magasin de l'agglomération lyonnaise et puis de la grande surface commerciale d'Europe dédiée au gros électroménager à Rosny (Domus). Il s'agissait de gérer 2000 m² de matériel, 6,5 M€ de CA et 10 personnes.

En 2011, je rejoins **Pixmania** pour devenir chef de produit gros Electroménager durant 2 ans. En Février 2013, je deviens chef de produit lavage pose-libre au sein du Groupe **Candy Group**. Un poste que j'occupe jusqu'en juin 2015 où je rejoins **Miele**. Pendant 1 an, je suis en charge du marketing « Cuisson encastrable ». Depuis 2016, je prends la responsabilité de chef de groupe Marketing des appareils de cuisine en charge de l'offre, offre produits, partenariats et animations culinaires.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Celle qui m'occupe aujourd'hui, sans hésitation, au regard de la taille du magasin dans lequel j'évolue, des possibilités qui me sont offertes mais aussi de la nature de mes interlocuteurs quotidiens.

Les tendances à venir dans ton métier ?

La concurrence féroce exercée notamment sur les prix par les sites de vente en ligne doit nous forcer à repenser les magasins et les services que ces derniers proposent aux clients. Il faut « humaniser » les grandes surfaces afin que celles-ci offrent une vraie différenciation et surtout une vraie plus-value pour nos clients. Il y a beaucoup de pistes à explorer dans ce domaine, c'est ce qui rend mon métier passionnant.

Si tu changeais de métier ?

Je conserve toujours en tête le souhait de devenir un jour entrepreneur.

Et pendant ton temps libre ?

J'accorde beaucoup de mon temps libre à mes amis qui sont pour moi source d'énergie. Je profite également de mon temps libre pour monter à cheval ou bien m'adonner à une partie de Golf.

Tes plus belles réussites

- La reconnaissance de mon travail par mes collaborateurs.
- Fédérer mes équipes autour d'un projet et leur permettre d'évoluer professionnellement.



Alexandre CHAMPIRE

Conseiller de franchise CARREFOUR PROXIMITÉ

IFAG Toulouse - Promotion 2009

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Après mon DUT tech de co, j'intègre l'IFAG et effectue mon stage de 3^e année chez **Prodim** (Shopi, 8 à 8, Marché Plus et Proxi) qui s'appellera **Carrefour Proximité** en 2010. Ma mission : redynamiser le programme fidélité des 60 Shoppi de la région SO. Après 6/7 mois, l'enseigne me propose un CDD de 18 mois pour former et animer les équipes d'hôtesse lors du changement de marque. Je visite alors 2 à 3 magasins par semaine.

A partir de 2011, le redéploiement d'un outil de proposition de commandes automatiques m'est confié. Durant 1 an, je le dynamise et rencontre un excellent accueil des différents acteurs. Puis, je décide d'intégrer un magasin spécialisé dans la formation des franchisés, dit « magasin école », afin d'améliorer mon expérience terrain. Adjoint du directeur, j'ai dû assurer la direction du magasin par intérim durant 5 mois lorsque celui-ci est subitement parti. Manager une équipe de 23 personnes, former les franchisés tout en gérant le magasin, fut une expérience extrêmement riche. Depuis 2012, je conseille les franchisés de **Carrefour Proximité** et 8 à Huit dans leur gestion (300 m² / 1 à 2 M de CA).

A l'avenir, j'espère évoluer en gérant des formats de magasins très différents pour intégrer, un jour, la direction.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

La direction par intérim d'un « magasin école » durant 5 mois. J'ai compris la complexité du management d'une équipe (3 agents de maîtrise, 1 cadre et 18 employés) et appris à gérer le personnel, les paies, les recrutements, les licenciements, les marges, la formation des franchisés. Ces quelques mois m'ont permis de faire des bonds !

Les tendances à venir dans ton métier ?

Les hypers sont en déclin et les commerces de proximité progressent. Le format de proximité sera celui qui fonctionnera le mieux à l'avenir.

Si tu changeais de métier ?

Ouvrir un restaurant ou un hôtel.

Et pendant ton temps libre ?

Je fais un peu de sport : Golf, foot, footing mais surtout je joue de la guitare...avec un autre IFAGuien (Laurent Delmas) !

Tes plus belles réussites

- Le déploiement de l'outil de commandes automatiques a créé une belle et réelle synergie entre tous les acteurs en interne : les magasins ont mieux commandé et fait plus de marge, les entrepôts ont gagné en fluidité et rotation de stock.

C'est une grande fierté pour moi car les interlocuteurs concernés ont tous reconnu l'utilité et les bénéfices du travail effectué.

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Nicolas VIDAL

Chef de produit DECATHLON INTERNATIONAL

IFAG Toulouse - Promotion 2008

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

J'ai poursuivi l'ensemble de mes études en alternance. Mon DUT Tech de co comme chef de rayon chez **Géant Casino**, puis l'IFAG Toulouse en tant que commercial BtoB chez **Réparation Services** pendant 2 ans. Mon objectif était de manager plutôt dans le retail autour de mes passions : le rugby et la pêche. Sur les conseils du staff de l'école, j'intègre **Decathlon** en CDI lors de ma 3^e année pour prendre en charge le rayon Sports collectifs du magasin de Colomiers.

J'évolue au bout de 2 ans et rejoins le magasin de La Teste de Buch au poste de Responsable service client et encaissement, (équipe de 10/30 pers. selon les saisons). Deux ans plus tard, je reviens sur Toulouse et prends la co-direction, à 27 ans, du magasin d'Escalqens comprenant 60 personnes. Mon rêve était de participer à l'ouverture d'un nouveau magasin. Chose faite début 2011 avec l'ouverture du magasin de Rodez. Une expérience humaine et collective fabuleuse !

En 2013, je suis nommé Directeur commercial France pêche au siège.

J'ai alors la responsabilité de la stratégie, (CA, merchandising, pricing, animation commerciale, outils généraux...) des 240 magasins ayant un rayon pêche.

En 2016, je deviens Retail Supplier chez **Decathlon International** à Bordeaux et depuis janvier 2018, je suis chez de Produit au sein de la même structure.

Une expérience professionnelle marquante ?

Le fait de devenir « patron » d'une équipe à l'âge de 23 ans ! J'ai compris à ce moment-là, ce que revêt la responsabilité humaine tant en termes de recrutements, de formation que de licenciements.

Si tu changeais de métier ?

Je créerais mon entreprise dans le service aux entreprises.

Et pendant ton temps libre ?

Je pêche, m'occupe de ma famille et de mes deux fils en amenant mon plus grand s'entraîner au rugby, une autre de mes passions.

Tes plus belles réussites

- Le 1^{er} jour d'ouverture du magasin de Rodez sur lequel nous avons travaillé pendant 6 mois. Parti de zéro, nous avons recruté 40 personnes. Une vraie réussite humaine mais aussi en résultats chiffrés !
- Avoir su faire évoluer des collaborateurs sur de nouveaux métiers.
- La stratégie déployée dans mon rôle actuel qui nous permet de gagner des parts de marché significatives !



Olivier AUBERT

Chef de produits pour les VP
MERCEDES-BENZ FINANCIAL SERVICES

IFAG Paris - Promotion 2014

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

J'ai fait des études mixant techniques et marketing/commercial avec un BTS Industrialisation des produits mécaniques puis une licence pro technico-commercial en alternance. Je poursuis en M1 à l'université de Cergy où j'effectue mon alternance chez **PSA GROUPE** (dép. pièces détachées) et rentre en M2 à l'IFAG en alternance chez **BOSCH**. Une fois mon diplôme en poche, je pars travailler à **Londres** et deviens Business Developer dans une entreprise IT. Ensuite, Je reviens en France pour effectuer un master spécialisé ingénieur (industriel & digital) à CentraleSupélec. Je finis par un stage de 6 mois chez **THALES** en tant qu'ingénieur-commercial pour vendre des produits & services (Consulting, Infogérance, Cybersécurité, Big Data, Cloud, Intelligence Artificielle).

En Mars 2018, je suis recruté chez **MERCEDES BENZ FRANCE** pour prendre en charge le marketing après-vente. Ma mission : animation des ventes via un plan d'actions réseau après-vente, réaliser des campagnes marketing (courrier, PLV, SMS, réseaux sociaux, etc.) avec pour objectif ultime : l'amélioration du taux de rétention client.

Depuis juin 2019, j'occupe un poste de chef de produit VP chez Mercedes-Benz Financement. Je m'occupe de l'animation des ventes des produits de financement (LOA/LLD/Crédit, etc.) via un plan d'actions réseau, je définis les barèmes liés au financement, et des nouveaux produits avec plus de flexibilité pour le client.

Les tendances à venir dans ton métier/secteur ?

Le développement des véhicules propres et la mobilité ! Exemple, un partenariat a été créé entre Daimler et BMW pour créer des offres de mobilité (auto-partage, bornes de recharge, réservation de place de parking via une app. accès aux transports en communs et vélo/ trottinette électriques en libre-service, etc.).

Quelle est ta valeur ajoutée ?

Ma créativité marketing pour développer des nouveaux produits et mon appétence pour développer des offres digitales.

Ce que la vie t'a appris ?

Ne pas avoir peur des échecs car l'échec est le fondement de la réussite.

Et pendant ton temps libre ?

Je fais du sport (boxe française) et je voyage beaucoup.

Ton ambition ?

Hors du contexte professionnel, je souhaiterais faire du volontariat au sein d'un groupe (organisme local, ONG, association, etc.)

Ta philosophie de vie ?

« Je ne perds jamais. Soit je gagne, soit j'apprends. »
(Nelson Mandela)

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Diane SCIANDRA

Chef de projet en ingénierie documentaire
et gestion des connaissances
AIRBUS DEFENCE AND SPACE

IFAG Lyon - Promotion 1989

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

Après mon Deug d'économie à la Fac, je rentre à l'IFAG sans doute parce que mon père faisait former ses cadres par l'IFG ! Très vite, je fais de la vente tout d'abord de systèmes d'informations chez **Giximage** puis ensuite de biens ou services chez **Virgin**, dans une société de nettoyage industriel ou de voitures de collection. Je pars également une année à Londres puis décide, à l'aube de mes 30 ans, de faire enfin ce qui me plaît à savoir structurer et transmettre l'information. J'entreprends alors des études pour devenir documentaliste, et me forme en Master au sein du CNAM/INTD tout en devenant en parallèle responsable du thesaurus chez **Droit et Pharmacie**, cabinet conseil en réglementation de santé.

En 1999, je deviens Responsable du système documentaire de GEIDE chez **Matra** (qui fusionnera avec l'Aérospatiale (dont Airbus, Eurocopter...)) Cinq ans plus tard, je prends la responsabilité du projet « Police Nationale » (500 M€) Depuis 2010, je suis Product Data Analyst (PDA) gestion de la configuration des données multi métiers de nos produits via un système d'ERP-PLM.

La tendance à venir dans ton métier/secteur ?

Aujourd'hui, on cale le SI sur l'organisation. Mais cette dernière bouge tout le temps et les technologies aussi. Dans ce cadre, deux types d'organisation se profilent : soit concevoir un système intégré complexe qui mettra 10 ans à prendre forme ; soit faire une BDD par métier au sein de l'entreprise et garder de la souplesse grâce à des personnes en charge de coordonner les flux.

Quelle est ta valeur ajoutée ?

Personne ne veut faire mon job ! Plus sérieusement, je dirai mes compétences multiples qui permettent de comprendre les flux, les concepts, de créer des indicateurs, de faire des audits quel que soit le secteur, le métier, le pays.

Ce que la vie t'a appris ?

Il est important de créer et de tisser, tout au long de sa vie, des relations humaines de qualité et de transmettre aux jeunes.

Et pendant ton temps libre ?

Je suis professeur de Qi Gong mais aussi élève (me formant en médecine chinoise et Qi Gong Thérapeutique). Cette pratique explique peut-être que je sois également représentante syndicale du CHS-CT au sein de mon entité et, parfois amenée à suivre des collaborateurs harcelés ou vivant un burn-out.

Ton ambition ?

Parvenir à déployer dans l'entreprise la même énergie et la même qualité de relation à laquelle j'aspire et que je mets en œuvre dans le Qi Gong.

Ta philosophie de vie ?

Il est toujours possible de transformer le chaos en lumière avec l'énergie du Cœur.

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Olivier LAFORE

Directeur Marketing et Communication Europe IMERYS TOITURE

IFAG Montluçon - Promotion 1996

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

J'ai commencé très tôt dans l'univers industriel en étant, dès la sortie de l'IFAG, technico-commercial chez **Saint Gobain vitrage**. Au bout de 3 ans, une opportunité s'est présentée à moi chez **Imerys**, le leader mondial de l'extraction, la transformation et la valorisation des minéraux industriels.

Je l'ai saisie pour devenir chef de secteur puis responsable marketing produits pour le marché Europe. Ensuite, j'ai commencé à gérer un vrai business unit à travers un poste de Directeur régional des ventes (DRV) avec le **management de 20 personnes sur 26 départements**. Aujourd'hui, après 10 ans chez **Imerys**, je pilote la stratégie marketing globale de l'activité toiture avec une équipe de 20 personnes.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Ma prise de fonction au poste de DRV sans réelle notion de management. J'ai appris à être dans l'empathie et la compréhension, à piloter et fédérer une équipe derrière un homme et un projet. Une expérience humainement enrichissante!

La tendance à venir dans ton métier ?

Nos minéraux entrent dans la composition des matériaux liés à l'habitation. Dès lors, les questions environnementales seront au cœur de nos préoccupations. Elles existent déjà avec toutes les réglementations qui entrent en vigueur, type la RT 2012 (réglementation thermique).

Le métier du marketing que j'exerce aujourd'hui consistera de plus en plus à anticiper les besoins et à intégrer, dans cette réflexion, la valorisation des minéraux. D'autant que les problématiques sont d'ores et déjà et seront plus que jamais globales en termes de construction de bâtiments ou de maisons (tuiles + murs).

Si tu changeais de métier ?

J'essaierais d'exercer un métier proche de la nature, des valeurs rurales mais je n'y ai pas réfléchi plus que cela. Alors tout est possible... !

Et pendant ton temps libre ?

Je suis un passionné de pêche à la mouche.

Tes plus belles réussites

- Avoir fédéré et fait avancer avec succès une équipe d'une vingtaine de managers autour d'un projet lorsque j'étais Directeur Régional des Ventes.
- Avoir réussi à changer de casquette régulièrement en me remettant en cause à chaque fois.



Denis LAUTREC

Responsable Prévisions et Vie Articles
TOTAL

IFAG Paris - Promotion 1990

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

J'ai fait l'IFAG grâce à un ami collégien plus âgé, qui avait suivi le cursus et apprécié son enseignement. Je commence à travailler en alternance chez **Mondelez International** en tant que Responsable de secteur Grande distribution. Une fois mon diplôme en poche, je rejoins Elf Aquitaine devenu par la suite **Total** où j'exerce depuis 28 ans ! J'ai occupé des postes plutôt orientés commercial et marketing : Chef de secteur en Normandie et en RP, adjoint au Directeur commercial d'une filiale exploitant des centres de vidanges auto en France et au Benelux, chargé de communication et du packaging Automotive à la Direction lubrifiants avec un périmètre international ; chef de projet marketing...

En 2012, on me propose un poste généralement attribué à un ingénieur : Responsable des prévisions et de la vie des articles à la Direction Opérations de Total Lubrifiants. Ma mission consiste à analyser les données de nos 4500 références pour optimiser la production de 7 sites industriels de notre périmètre. L'enjeu est d'éviter les ruptures de stocks ou la surproduction de notre supply chain afin d'améliorer notre rentabilité.

Les tendances à venir dans ton métier/secteur ?

Le Forecasting a le vent en poupe ! En effet, les prévisions permettent d'ajuster la production à la demande et d'éviter les ruptures de stocks ou la surproduction dans les usines, quel que soit le secteur d'activité. Des masters spécialisés se développent, par exemple à Paris Dauphine ou L'école des Ponts ParisTech. C'est un métier plutôt constitué d'ingénieurs mais un IFAGuien peut y accéder après une carrière terrain très variée (vente, marketing...)

Quelle est ta valeur ajoutée ?

Une vision commerciale dans un monde d'ingénieurs. Une connexion permanente avec les marchés, les grands comptes et les correspondants commerces.

Ce que la vie t'a appris ?

C'est l'art de décider à bon escient qui fait la valeur d'un manager.

Savoir enjamber certaines barrières que l'on nous fixe pour être efficace.

Et pendant ton temps libre ?

Je suis, depuis toujours, un passionné d'Automobile et je joue de la guitare depuis mon enfance.

Ton ambition ?

Faire en sorte que le travail soit plus collaboratif au sein des entreprises.
L'organisation en silos est vraiment obsolète !

Ta philosophie de vie ?

La vérité n'est jamais unique et les solutions parfois multiples

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Marc LIGNIER

Directeur commercial & Marketing
INDESIT

IFAG Lyon - Promotion 1991

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

J'ai commencé dès 1990 à l'international en tant qu'Assistant Manager chez **Disney** à Orlando pendant 18 mois.

De 1992 à 2006, je reste dans le même groupe qui change de nom au gré des fusions et acquisitions. (**Thomson électroménager, Moulinex, Brandt Group, Fagor Brandt Group ...**). Je passe de chef de secteur à inspecteur commercial puis Directeur Régional, Responsable des comptes clés National, Responsable des comptes clés du groupe pour devenir Responsable Marketing en France puis Area Marketing Manager Europe du sud et Moyen-Orient. Une halte en France durant 3 ans en tant que Responsable Marketing France et je repars en tant qu'International Business Development Manager pour les pays de l'Est.

Ce parcours m'amène à gérer toutes les grandes marques de l'électroménager comme Thomson, Brandt, Fagor, Vedette, Moulinex, De Dietrich, Sauter.

En 2006, j'intègre le Groupe **Indesit Company** au poste de Directeur Marketing & Communication pour la France et la Belgique. En Mars 2011, je suis nommé Directeur commercial & Marketing d'Indesit Company Service, la partie après-vente du Groupe.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Le dépôt de bilan de Moulinex dans les années 2000. Neuf mois après le mariage Group Brandt /Moulinex dépose le bilan : Brandt sera repris par le groupe Elco et Moulinex par le groupe SEB.

En attendant cette reprise, il fallait faire vivre l'entreprise, projeter les équipes vers l'avenir, leur donner du sens alors que la période était floue !

Les tendances dans ton métier ?

Une tendance lourde : internet et les réseaux sociaux nous obligent déjà à commercer différemment. A l'avenir ce sera, pour les fabricants d'électroménager comme Indesit, une manière de reprendre la maîtrise de leur marque en termes de distribution.

Si tu changeais de métier ?

Organiser la cérémonie d'ouverture des JO. Participer à une belle aventure humaine, mondiale, sportive.

Et pendant ton temps libre ?

Peu de temps en dehors de ma famille (trois enfants) et de mes amis.

Tes plus belles réussites

- Le redéploiement de la marque Scholtès il y a 2,5 ans et qui commence à payer puisque nous enregistrons +30 % de CA les 6 derniers mois. J'ai défendu cette rénovation de la marque car je crois à la place d'une marque Premium spécialisée en cuisson.
- D'un point de vue managérial, j'apprécie particulièrement quand un membre de mon équipe évolue grâce au travail effectué ensemble ; Une réelle satisfaction.



Sonia THIRION (Née PANNIER)

Responsable Marketing & Communication HÖRMANN

IFAG Auxerre - Promotion 2014

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

Après mon Deug AES à l'Université de Dijon, j'effectue mon cursus à l'IFAG en alternance chez **Wannitube**, une société appartenant au groupe Vinci et fabriquant des canalisations. J'y ai fait mes premières armes en marketing opérationnel. Début 2005, j'intègre la filiale française (70 pers.) du groupe suisse **Georg Fisher** (12000 pers.) également fabricant de canalisations en plastique. En tant qu'assistante marketing, je suis en charge de décliner en France le plan de communication du groupe avec la gestion de gamme des produits, l'organisation événementielle, la création de documents promotionnels, le calcul des prix et la mise à jour du site.

Un an plus tard, un ami de ma promotion me parle d'une opportunité : **Geomap**, éditeur de logiciels de cartographie situé au Luxembourg, crée le poste de responsable marketing. J'y reste 3,5 ans dont 2 ans au Luxembourg et 1,5 an à Paris. En 2009, je deviens chef produit puis Manager France du Marketing et de la com' chez **Kaufel**, fabricant d'éclairage de sécurité appartenant à **ABB**. Ma mission : déployer le plan de communication en liaison avec 4 chefs produits et tous les directeurs commerciaux des sociétés. En 2015, je rejoins **Matrex** (Fabricant de système de convoyage) toujours à la communication. Tout début 2017, on me confie la responsabilité de la communication et du Marketing de **Hörmann à Sens**.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Elle n'est pas très positive mais fait partie de la vie professionnelle et m'a permis une grande remise en question pour mieux rebondir : mon licenciement économique en 2009.

Les tendances dans ton métier ?

Une globalisation du marketing avec des plans de communication mondiaux ou européens mais des filiales n'ayant pas forcément plus de moyens, bien au contraire.

Il faudra être de plus en plus polyvalent : bien parler anglais, savoir monter une stratégie et en même temps être créatif, connaître les outils web et de mise en page. Dans tous les cas, il faut savoir se remettre en question car les places en marketing sont rares quel que soit le secteur.

Si tu changeais de métier ?

Etre professeur d'anglais, une langue pratiquée au quotidien dans mon métier.

Et pendant ton temps libre ?

Ma fille et la pâtisserie. J'ai un autre rêve : créer une Cupcakerie. Je suis fan de pâtisserie car on part d'ingrédients bruts pour aboutir à un résultat totalement différent. Cette créativité me plaît !

Tes plus belles réussites

- Quand j'ai la version papier d'un catalogue produit entre les mains, je suis la plus heureuse. Il représente l'aboutissement d'innombrables heures de travail !
- La création de A à Z du site Internet de Geomap (texte, image, identité). Il n'y avait rien au départ.
- Le retour positif des commerciaux. Si les outils ne leur conviennent pas, cela peut être vraiment dommageable.



Ollivier MONFERRAN

Data et DMP Expert LVMH

IFAG Toulouse - Promotion 2006

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Durant mon alternance à L'IFAG, j'étais Responsable de communication junior au sein du groupe **Aeroconseil**. J'ai participé à la refonte des sites de l'entité et cette expérience a conditionné le reste de mon parcours. Je rejoins ensuite **Fullsix**, acteur digital reconnu sur Paris. J'y reste 2 ans et complète mes connaissances techniques nécessaires à la compréhension d'Internet. Par la suite, je rejoins l'agence **Rapp** en tant que Directeur de clientèle. L'aventure durant 3 ans puis après une période de 2 ans en Freelance, je rejoins **General Motors** en juin 2012 pour piloter la digitalisation de la marque sur le marché Français.

En avril 2016, je rejoins pour 2 ans **AXA** afin de prendre en charge, au niveau monde, la partie Consumer Insights avec pour enjeu majeur d'accompagner le groupe dans la compréhension et l'usage de la donnée digitale pour l'ensemble de nos entités dans le monde.

Depuis 2018, je suis Data expert chez **LVMH**. Ma mission : optimiser les campagnes et dépenses marketing.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Positionner Général Motors France dans le tiercé de tête Européen en termes de performance digitale en 4 ans et convaincre le senior management de la nécessité de digitaliser l'activité en France.

La tendance à venir dans ton métier ?

Le digital transforme la société dans laquelle nous vivons, les innovations disruptives sont nombreuses et de nouveaux modèles sociétaux émergent (cf top 10 des valorisations boursières mondiale). La connaissance et le respect du consommateur sont pour moi l'unique combinaison permettant aux entreprises d'envisager le succès dans le futur.

Si tu changeais de métier ?

Dans la transformation digitale, de manière encore plus pointue que ce que je fais aujourd'hui.

Et pendant ton temps libre ?

Je suis passionné de sport depuis tout petit. J'essaie d'organiser ma vie entre mon activité professionnelle, ma vie de famille, le golf et la course à pied (marathons de Paris 2014 et 2017).

Tes plus belles réussites

- Mon évolution professionnelle depuis mon premier poste
- L'équilibre que j'arrive à trouver entre vie personnelle et vie professionnelle

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Anne AMPHOUX (Née GERMAIN)

Coordinatrice Marketing & Clients FRENCHSOUTH.DIGITAL

IFAG Lyon - Promotion 1990

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

J'ai d'abord une expérience aux **Salins du Midi** comme responsable marketing. J'ai ensuite créé mon entreprise ne trouvant pas sur le marché régional un poste enthousiasmant. L'objectif était de proposer mes compétences marketing au service de TPE/PME trop petites pour disposer d'un service marketing. Depuis, je me suis rapprochée et associée avec MCP Marketing car nous avons trouvé des synergies intéressantes. Mon objectif reste le même : aider les entreprises du Languedoc-Roussillon à se développer et par là même, créer de l'emploi. En 2015, je rejoins l'association **Frenchsouth.digital** pour coordonner le marketing et la gestion et représenter l'association dans l'écosystème numérique régional.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Avoir été le chef de projet de la conception d'un produit de grande consommation stratégique pour l'entreprise. Une aventure humaine de plus d'un an qui m'a beaucoup apportée.

Les tendances à venir dans ton métier ?

Les nouvelles techniques de communication et les réseaux sociaux, mais le principal n'est pas là.

Depuis la première édition du Kotler en 1967, les principes généraux restent. Le marketing est une discipline (un art pour certains) rigoureuse et méthodique qui utilisent des outils et des tableaux de bord. Il ne faut pas se laisser prendre aux sirènes des beaux « mots », être vigilant et, plus que jamais, écouter son bon sens !

Si tu changeais de métier ?

Grâce à ce métier, je travaille sur des secteurs très diversifiés et je ne m'ennuie pas.

Si je devais changer : créatrice de tissus, j'adore le côté sensuel des textures et des couleurs.

Et pendant ton temps libre ?

Ma famille est un métier à plein temps !

J'essaye aussi de me réserver des moments avec le chant et la pratique du saxo : c'est mon côté artiste !

Tes plus belles réussites

- Constat que les produits et les marques que j'ai développés ou accompagnés sont en rayon et me font signe chaque fois que je fais mes courses....
- La réussite des entreprises que j'ai accompagnées.
- Mes enfants qui m'étonnent toujours autant par leurs talents !



Sara DEFRANCE

Chef de projet AGENCE IMPULSION

IFAG Rennes - Promotion 2010

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

Après un Deug AES, j'intègre l'IFAG Rennes en raison de son cursus généraliste. Mon stage de 3^e année s'est déroulé au **Club Bretagne Communication 35**. Pendant 9 mois, j'ai développé les outils et les animations permettant de passer de 40 membres en 2009 à plus d'une centaine. N'y travaillant que 3 jours par semaine, j'ai créé en 2009 un statut d'auto-entrepreneur qui m'a permis, en plus d'autres missions, de rester travailler pour eux à la fin de mes études.

Puis fin 2010, j'intègre **Media-Marque** au poste de chargée de projet et Community manager. Depuis, je propose aux entreprises d'amener le client en magasin par le biais d'une réflexion mobile-to-store® qui allie site internet et mobile, réseaux sociaux, QR Codes, marketing mobile. En 2016, je deviens Chargée de communication chez **Pierre Promotion Grand-ouest** jusqu'en Mars 2018 où je rejoins l'**Agence Impulsion** en charge des projets digitaux

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

C'est un peu extra-professionnel mais je dirais, ma récente élection à la Présidence du bureau régional de la Fédération des JCE de Bretagne. J'ai été élue par les Présidents des 7 JCE présentes en Bretagne et je les remercie de m'avoir fait confiance à 28 ans.

La tendance à venir dans ton métier ?

Dans la communication, le digital va prendre une importance croissante et il sera nourri de technologies qui vont faire évoluer notre façon de consommer avec le M-Commerce, la réalité augmentée, la 3D...

Si tu changeais de métier ?

Agent d'un groupe de musique.

Et pendant ton temps libre ?

Je suis très engagée à la JCE (élue Présidente du bureau régional en 2012). Aujourd'hui, je représente donc la Bretagne et ses 7 JCE locales, lors des réunions nationales. L'animation du Club Bretagne Communication 35 m'occupe également plusieurs jours par mois.

Tes plus belles réussites

- Avoir pu rester dans ma région en exerçant un métier qui me plaît.
- Avoir été élue, fin 2012, Présidente Régionale de la Fédération des Jeunes Chambres Economiques de Bretagne qui regroupe 7 JCE locales



Eric FAURE

Directeur Marketing, Communication & Internet
SPAS ORGANISATION

IFAG Paris - Promotion 1992

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Lors de ma 2^e année à l'IFAG en 1991, j'effectue un stage de 2 mois à la régie Pub du groupe **l'Usine Nouvelle**. Ce fut le début d'une aventure de 16 années. Mon évolution fut permanente : de chef de pub pendant 3 ans, je prends en charge le marketing opérationnel jusqu'à devenir Directeur marketing avec une équipe de 5 personnes. En 1999, je pilote les activités Internet en partant d'une feuille blanche. J'ai monté le budget, créé et mis en œuvre le projet tout en passant de 3 à 30 collaborateurs en 2001. Ensuite, je migre pendant 5 ans vers la Direction technique & production (40 pers. sur 3 services : SI, Fabrication & Services généraux et intègre le Codir pour finir par la Direction commerciale de la filiale Digitale.

A 40 ans, je décide de me mettre à **mon compte**, et accompagne des groupes de presse. Lors d'une mission, la dirigeante de **Spas Organisation** me propose de rejoindre son entreprise spécialisée dans l'organisation de salons bio et bien-être (5,5M€ de CA /20 pers.). Depuis, je pilote le Marketing, la communication et Internet.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Sans conteste, l'enchaînement de mes expériences professionnelles plutôt qu'une seule. Elles m'ont permis d'être proactif et de monter en compétences. Ce chemin représente aujourd'hui un ensemble de connaissances professionnelles riche pour moi et, je l'espère, pour les ceux avec qui je travaille.

Les tendances dans ton métier ?

Dans le marketing et la communication, les métiers évoluent très vite mais nous irons vers une personnalisation croissante et une forte présence sur les réseaux sociaux. Les outils de tracking, déjà existants, seront présents partout. Ils nous amèneront à tester chaque opération et à en mesurer les résultats en temps réel.

Si tu changeais de métier ?

Libraire ou romancier (à succès, quitte à rêver...)

Et pendant ton temps libre ?

Je m'occupe de mes 6 enfants, une vraie PME familiale, disons-le !

Tes plus belles réussites

- Avoir réussi à être indépendant alors que je sortais d'une expérience professionnelle monoculturelle (presse) longue de 16 ans. J'ai su décrocher des missions régulières auprès d'une dizaine de clients Pme ou grands comptes.
- D'avoir su évoluer au sein d'une entreprise en passant de stagiaire à membre du Codir !

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Aurore FIMAT (Née GONARD)

Chef de projets numériques INSTITUT NATIONAL AUDIOVISUEL (INA)

IFAG Paris - Promotion 2008

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

Sortie de l'IFAG Paris, avec l'option finance, je ne me destinais pas du tout à travailler sur les systèmes d'informations.

C'est sur un salon de recrutement appelé « ProFinance » que j'ai rencontré la SSII **Altran**. Ils m'ont expliqué que mes missions seraient certes liées aux SI, mais aux SI autour de la finance.

J'ai été séduite par le fait qu'en cabinet de conseil et SSII nous puissions cumuler des expériences dans des entreprises de secteurs variés. Je craignais de m'ennuyer dans une entreprise à réaliser toujours les mêmes tâches. J'avais une vraie soif d'apprendre, d'évoluer, de me challenger à chaque fois sur de nouvelles missions, contextes, chez des clients... c'est extrêmement stimulant !

Après plus d'1 an chez **Nestlé**, mon dernier client a été l'entreprise **Ina** (Institut National de l'Audiovisuel). Au bout de 2 ans, ma mission chez eux a débouché sur un recrutement en interne, en tant que Chef de projets. J'y suis depuis 2012 et pilote une vingtaine de projets transversaux numériques.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Mon expérience actuelle à l'Ina : tout d'abord en gérant un seul projet, puis tous les projets hors web de ma direction. Aujourd'hui je gère une dizaine de projets dont des projets web. Résultats : transformation globale du SI et mise en place de process harmonisés.

Les tendances à venir dans ton métier ?

C'est un métier en perpétuel mouvement. Les méthodes de gestion de projet évoluent, c'est aujourd'hui la mode de la méthode dite « agile ». Les 2 enjeux à venir : « big data » et dématérialisation.

Si tu changeais de métier ?

Le Management de la gestion de projets, sur d'autres domaines : stratégie d'entreprise, RH, etc.

Et pendant ton temps libre ?

Je suis Vice-Présidente de BPW France (www.bpw.fr), fédération de BPW International, ONG présente dans 90 pays, avec 30 000 membres. Son objet est la promotion de l'égalité professionnelle hommes / femmes. Nous effectuons du lobbying

Tes plus belles réussites

Ma plus belle réussite est d'avoir repris mes études en plusieurs fois :

- Tout en travaillant à temps complet, j'ai obtenu avec mention un diplôme Bac + 2 puis Bac + 3, par correspondance avec le CNED et l'IAE de Caen.
- Puis intégration de l'IFAG en 2^{ème} année. J'ai dû arrêter mon travail, alors que je venais de me marier et d'acheter une maison...

Ces études sont les meilleurs investissements que j'ai réalisés ! Cela m'a permis d'avoir un métier où je m'épanouis.



Xavier GOTTAR

Traffic Manager CARADISIAC PUBLICITÉ

IFAG Paris - Promotion 2003

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Mon DUT en génie électrique et informatique industrielle (GE2I) en poche, j'effectue un court passage à l'ESGC de Chartres en Marketing puis intègre l'IFAG en 2^e année. Mon premier emploi se déroule lors du stage longue durée de 3^e année que je passe au service achats et stock de **VWR International** (ex Rhône-Poulenc).

Afin de parfaire ma double compétence, j'entreprends un **MBA E-Business** à l'ESG de Paris puis retourne chez VWR International mais, cette fois, au département informatique. Pendant 2 ans, mon rôle consiste à convaincre les clients de commander via nos plateformes E-Commerce spécialisées.

En Mars 2007, **Caradisiac Publicité** m'offre l'opportunité de devenir Traffic Manager au sein de leur régie qui gère la publicité internet de 4sites : Caradisiac, LaCentrale, AnnoncesBateau.com & promoneuve.fr. Ma mission récupérer les éléments auprès des agences médias, vérifier leur bon fonctionnement lors de la mise en ligne d'une campagne et, enfin, suivre les résultats et optimiser les performances.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

La mise en ligne des campagnes sur les serveurs était auparavant sous-traitée. Une formation m'a permis de monter en compétences, en autonomie et en réactivité. Un cap enrichissant pour moi et les clients !

Les tendances dans ton métier ?

Il y aura de plus en plus de campagnes à la Performance. Les données sont analysées et chaque investissement est mesuré grâce aux outils de tracking. Exemple : un annonceur automobile demandera à son agence média le nombre d'essais générés en succursales par une campagne sur internet.

Si tu changeais de métier ?

Un métier qui tournerait autour de la communication, du journalisme ... mais toujours lié à Internet.

Et pendant ton temps libre ?

Je suis passionné de cinéma et j'ai créé un blog dans le domaine : leblogcine.fr. Sinon, je pratique le Wakeboard où, là aussi, j'ai développé depuis environ 1,5 an mon site, lemondedelaglisserie.com !

Tes plus belles réussites

- Arrivé à être reconnu comme un Expert dans ce récent métier qu'est le Traffic Management et obtenir des félicitations du N+1 chez le client !
- J'y suis depuis plus de 5 ans et, au fil du temps, les équipes prennent en compte ma mission qui se situe à la jonction de l'informatique, du commercial et du marketing E-commerce.

Les clients me font confiance et reconnaissent mes qualités. C'est gratifiant !

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Jean-Fraçois GRIFFOUL

Responsable E-Commerce E-LECLERC VOYAGES

IFAG Paris - Promotion 1998

Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

En m'immergeant très tôt dans les métiers de l'Internet et en n'en sortant plus depuis ! En effet, dès ma 3^e année à l'IFAG, je rentre chez **New Electronic Factory / Mind France**, une web agency où j'exerce durant 3 ans le métier de commercial puis de chef de projet. Par la suite, je deviens consultant pour la partie conseil e-business de **Unilog**, une SSII devenue Logica Management.

Cette expérience de conseil dure 5 ans et me permet, par la suite, d'entrer à la DSI du Groupe Carrefour. Il m'est confié le pilotage du projet Ooshop puis, celui de la création du site **Carrefour Voyages**. Au bout d'un an de direction de projets, je suis nommé responsable e-commerce chez Carrefour Voyages où je mets en place l'équipe, les campagnes marketing, les tableaux de bord et ce durant 4 ans.

En mars 2011, **E-Leclerc Voyages** me propose le poste de responsable de son activité e-commerce où je suis en charge, là aussi, de la mise en place et du développement de la vente sur Internet en liaison avec les 185 Agences Leclerc Voyages. Un challenge passionnant !

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

J'ai pu allier technique (faire un site) et résultats marketing (faire un site qui vend) chez Carrefour voyages. Chez E. Leclerc Voyages, je continue un niveau au-dessus en incluant le centre d'appel, avec une organisation bien plus complexe. C'est captivant de voir fonctionner ce qu'on a créé et très valorisant quand les objectifs sont atteints.

Les tendances dans ton métier ?

Les métiers du e-commerce se situent aujourd'hui à la croisée des chemins du marketing, des ventes et de l'informatique. Ils devront davantage se spécialiser pour acquérir en efficacité marketing et trouver également un meilleur positionnement au sein des structures managériales bien établies.

Si tu changeais de métier ?

Je me suis clairement passionné pour les médias internet et mobile. Je vais avoir du mal à lâcher le sujet. Si je change, ce sera soit par opportunité, soit par saturation. Qui sait ?

Et pendant ton temps libre ?

J'ai deux priorités, ma famille et les voyages. Dès que je peux partir en week-end ou à l'autre bout du monde avec ma famille, je le fais !

Tes plus belles réussites

- On fait référence dans le métier : le site de Leclerc Voyages a reçu le Travel d'Or en 2014 et 2015 comme meilleur site internet catégorie réseaux d'agences de voyages.

Ton ambition ?

- Omotenashi : une philosophie japonaise inspirante puisqu'elle parle d'hospitalité, de générosité et de désintéressement. Elle pourrait être mise en pratique en entreprise pour guider notre orientation client !

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Serge LOYAUTE-PEDUZZI

Photographe indépendant pour entreprises

Portfolios : www.sloyaute-peduzzi.com

Vente en ligne : shop.sloyaute-peduzzi.com

IFAG Paris - Promotion 1995

Comment es-tu arrivé à te mettre à ton compte ?

Après avoir évolué pendant 15 ans en finance d'entreprise jusqu'en Direction financière, principalement dans de grands groupes (**BMW, Renault VI, Accenture, Microsoft**), j'ai décidé de faire de ma passion pour la photo mon activité professionnelle.

Mon premier client, était une avocate, qui admirait mes photos lors d'une exposition en soirée professionnelle. Elle cherchait un photographe pour réaliser les portraits des associés de son cabinet. Puis des opportunités se sont présentées via d'autres clients et des demandes de reportages photo lors de conférences. De fil en aiguille, j'ai souhaité développer l'activité photo en parallèle de celle de RAF ; j'ai finalement choisi de m'y consacrer à 100%.et créé ma société EUCALIA en 2012.

Je propose des services de prises de vues principalement aux entreprises : **portraits pros, reportages photo et vidéo, animations événementielles, photos d'espaces intérieurs, photos de produits, vente de photos d'art, ...**

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Sans hésiter, les 6 ans passés chez Accenture ! Une belle opportunité d'évolution de carrière, d'apprentissage du management et d'une méthode de travail efficace dans toutes les situations !

La tendance à venir dans ton métier ?

En photo, on s'achemine vers un niveau encore plus élevé de technicité, avec un apport des nouvelles technologies et des modes de communication (viralité).

En parallèle, il faut convaincre qu'il ne suffit pas d'avoir un réflex numérique pour être Photographe ! Pour moi, le plus important est la direction du modèle, qui va permettre de saisir l'instant 'vrai', pour mettre en valeur la personnalité du sujet, en fonction de ses objectifs de communication. Montrer son book suffit en général pour faire la différence !

Si tu changeais de métier ?

C'est fait !!

Et pendant ton temps libre ?

Encore et toujours, la photo ! Et sinon, mes hobbies sont les arts plastiques, l'Opéra et la pratique du Taï chi.

Tes plus belles réussites

- Les expériences humaines : je suis toujours en contact avec plusieurs membres de mes équipes, c'est un plaisir de les revoir, d'échanger avec eux et de voir leur évolution !
- Évidemment, la création de mon entreprise ! Quand on vit sa passion, on n'a (presque) pas l'impression de travailler, même si les journées sont bien remplies !

IFAGALUMNI
NETWORK ATTITUDE



Bénédicte MONTLUCON

Directrice Marketing Multicanal UNI-MEDIAS

IFAG Paris - Promotion 1994

Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

Dès l'IFAG, je me suis spécialisée dans le marketing. En 2^{ème} année, j'ai effectué un stage au service marketing direct de **Hachette Filipacchi**. L'une des directrices du groupe m'a recontactée une fois diplômée et j'ai successivement occupé les postes d'assistante marketing direct, puis de chef de produit de 3 personnes.

J'ai ensuite été embauchée par le quotidien **La Tribune**, où j'ai exercé pendant 5 ans le poste de chef de produit puis de responsable promotion abonnements.

En 2003, j'ai passé un DESS marketing au **CNAM** afin de prétendre à d'autres postes à responsabilité. J'ai été nommée directrice de diffusion de 12 titres spécialisés en chimie et cosmétiques pour le groupe **Sete Cosmédias**, où j'ai exercé pendant 3 ans mes premières fonctions de management. Après une parenthèse d'un an pour le groupe de presse professionnelle « **Action commerciale** », j'ai réintégré Hachette en 2006, d'abord comme responsable abonnement puis en 2008 en tant que directrice marketing direct d'une dizaine de titres.

L'aventure durera plus de 10 ans mais en février 2016, je rejoins **Uni-Médias** en tant que Directrice Marketing Multicanal.

Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

La première fois où j'ai eu à gérer une équipe. Je connaissais la technique, j'ai appris à ajuster mon comportement en fonction de chaque personne. Aujourd'hui, je considère que c'est la partie la plus intéressante de mon métier.

La tendance à venir dans ton métier ?

Il faut être très ouvert aux nouvelles technologies. Notre métier se dématérialise au même titre que la presse, mais les perspectives d'avenir sont bonnes, avec des solutions qui restent à trouver.

Si tu changeais de métier ?

J'apprendrais un métier scientifique ou technique, pour être chercheur ou ingénieur.

Et pendant ton temps libre ?

Je lis 1 à 2 romans/semaine pour décrocher. Et puis je m'occupe de ma famille.

Tes plus belles réussites

- Mon expérience professionnelle chez Sete Cosmédias, où j'ai eu en charge les abonnements, le marketing direct, les salons et la logistique.

Je parlais d'une situation très difficile. Tout était à remettre en place. Mais les chiffres sont remontés, je suis parvenue à bien restructurer l'activité. Ce fut un véritable challenge très motivant