

**IFAG**®  
**ALUMNI**  
NOTRE RÉSEAU  
DEPUIS 1968



# **MEDIAS & COMMUNICATION**

**CARNET D'ENTRETIENS AVEC LES DIPLÔMÉS**



# Thierry ALRIC

## Directeur de Projets & Technique Groupe JOA CASINOS JEUX EN LIGNE

IFAG Lyon - Promotion 2007

### Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Très tôt, j'ai entrepris un BTS Bâtiment. Je travaillais alors à temps partiel au Décathlon Bron (69) en tant que vendeur cycles. J'ai poursuivi par une licence Economie de la Construction durant laquelle j'ai effectué un stage chez **Décathlon** au sein du service immobilier France. Mon rôle consistait à dessiner et à chiffrer les projets.

Le souhait de créer ma propre structure m'amène à l'IFAG en 2005 afin de maîtriser le marketing et la finance. Etudes et travail chez Décathlon sont menés de front durant 2 ans.

En mai 2006, je deviens Responsable Travaux Région pour **OXYLANE** qui gère des dizaines d'enseignes. Mon rôle consiste à monter un projet de A à Z, de « l'idée de construire à la remise des clefs au Directeur du magasin » : étude de faisabilité, chiffrage, obtention du budget, recrutement de l'équipe de maîtrise d'œuvre, permis de construire, gestion de l'appel d'offres, signature des marchés, suivi des travaux, et ouverture du magasin.

En 2015, je rejoins **CARREFOUR PROPERTY**, pour prendre en charge les travaux de construction ou rénovation des hypers et supermarchés de la région Sud-Est.

Après une période d'un an chez **DESCOURS ET CABAUD**, je rejoins **JOA** (Casinos et Paris Sportif) en 2019 en tant que Directeur de Projets, Technique & Maintenance JOA Groupe. Un nouveau défi !

### Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

En 2011, Décathlon a ouvert son 1<sup>er</sup> magasin en Corse. Ce fut une expérience riche car la manière d'obtenir les choses était différente. Il a fallu se remettre en question pour tenir compte de l'environnement local insulaire et s'adapter en permanence.

### Les tendances à venir dans ton métier ?

Le Grenelle de l'environnement et d'une manière générale, les nouvelles normes de constructions imposées par l'Etat nous obligent à réaliser des dossiers de plus en plus complexes. Or la plupart des projets immobiliers sont aujourd'hui conçus et certifiés Haute Qualité Environnementale (H.Q.E) afin d'améliorer la qualité de vie au sein des magasins (acoustique, visuels, olfactif... par exemple).

### Et pendant ton temps libre ?

Je fais du foot en club depuis de nombreuses années et du vélo de route régulièrement.

### Tes plus belles réussites

- Chaque ouverture ou extension de magasin représente, pour moi, le couronnement de plusieurs années de travail et donc un véritable succès.

En effet, nous partons d'un terrain vierge et remettons ensuite au directeur du magasin un bâtiment complètement finalisé, tout en assurant le coût, le délai et le respect du concept de l'enseigne.



# Damien AUDRAIN

## Directeur Général adjoint GL EVENTS AUDIOVISUAL & POWER

IFAG Lyon - Promotion 2005

### Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Après mon Deug de math/informatique, j'ai voulu entreprendre des études plus concrètes. L'IFAG, découverte lors d'un salon étudiant, m'a offert la possibilité de décrocher dès ma 3<sup>e</sup> année, un poste en CDD de 18 mois chez **SAVOUR CLUB**. J'avais pour mission d'effectuer le contrôle de gestion des 15 magasins et d'y implanter un ERP. A la suite de cette 1<sup>ère</sup> expérience, les entretiens d'embauche montrent que mon anglais est insuffisant. Je pars travailler 6 mois dans un **cabinet de finance** en Angleterre.

De retour sur Lyon en octobre 2006, je suis embauché chez **GL EVENTS**, en tant que contrôleur de gestion junior. Trois ans plus tard, j'effectue un remplacement de 6 mois, sur Paris. Ce test m'a permis de passer contrôleur de gestion senior en rentrant sur Lyon. Deux ans plus tard, je suis promu responsable du contrôle de gestion (3 personnes) et pilote, en plus le service clients, (6 personnes) puis j'élargis mon périmètre à l'International et deviens Corporate controlling Manager – SI Finance et dès 2019, je dirige les études informatiques transverses.

En 2021, je tente une nouvelle aventure dans le conseil aux entreprises en devenant le directeur de Lyon chez **SYNVANCE**. Un nouveau défi !

Deux ans plus tard, je reviens chez **GL EVENTS** au poste de DGA.

### Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Mon passage à Paris dans l'activité mobilier de GL Events. Mon responsable de l'époque était extrêmement exigeant et me sollicitait beaucoup. C'était une forme de test qui m'a permis de progresser très vite et d'obtenir le poste que j'occupe aujourd'hui.

### La tendance à venir dans ton secteur/métier ?

Il faudra maîtriser les SI des entreprises (SAP...) en plus des traditionnels Excel, Access absolument indispensables. L'anglais est déjà une réalité et s'avère incontournable. Enfin, le contrôleur de gestion doit aimer aller vers les autres. Le métier est transverse et doit être une source de solutions pragmatiques pour les dirigeants des entreprises.

### Et pendant ton temps libre ?

Je fais de l'urbanfoot 1 à 2f/sem plus les sports de saisons (ski...). De temps en temps, j'interviens à l'IFAG en tant que jury lors de concours d'entrée.

### Tes plus belles réussites

- Avoir participé - au quotidien - à l'évolution d'un collaborateur, IFAGuien de surcroît ! Aujourd'hui, il occupe mon ancien poste de contrôleur de gestion.



## Bastien BOUBAT

Team Leader CSM Strategic account  
PLAYPLAY

IFAG Montluçon - Promotion 2014

### Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

J'ai commencé par un BTS cuisine puis une 1<sup>ère</sup> année d'alternance à l'IFAG chez un traiteur. Cette voie n'a pas fonctionné. Suite à cela, j'ai intégré l'entreprise familiale, **OLYSSEA**, pour accompagner le développement des 2 activités : le bâtiment (100 personnes) et le football (1 boutique à Nantes et 1 site internet). Une fois mon diplôme en poche en 2014, je me suis rapproché de l'activité foot en devenant Responsable Web du site **11FOOTBALLCLUB** qui générait 1M€ de CA tandis que la boutique réalisait 800K€. Ce fut une expérience riche car on a levé 2 fois des fonds (700K€ et 2M€) pour ouvrir une boutique à Paris qu'on a dû fermer au bout de 6 mois. J'ai compris à ce moment-là que vitesse et précipitation ne font pas bon ménage !

En 2017, je rejoins **IADVIZE**, leader européen du marketing conversationnel, créée en 2010, dont le siège est situé à Nantes. Nous proposons à nos 500 clients dans le monde de mettre en relation leurs visiteurs avec les experts de leur marque via la conversation. Les 200 salariés de l'entreprise, ont déjà équipé 2000 sites. Je suis devenu responsable des grands comptes EMEA avec une équipe de 16 personnes.

En 2022, je rejoins **PLAYPLAY**, la plateforme de création vidéo en tant que Team Lead CSM Strategic Account.

### Les tendances à venir dans ton métier/secteur ?

L'usage de la conversation avec nos marques favorites, de la même façon qu'avec nos proches, pour vivre une expérience conviviale et la plus souple possible. Et avec cela, des chatbots dotés d'une intelligence augmentée pour vous aider et vous mettre en relation avec le meilleur répondant.

### Quelle est ta valeur ajoutée ?

Ma capacité d'adaptation et ma débrouillardise que d'aucun surnomme ma « can do attitude » ! Je trouve régulièrement des solutions que ce soit avec les clients ou avec mon équipe, constituée de profils très hétérogènes.

### Ta philosophie de vie ?

N'ayez pas peur d'échouer

### Et pendant ton temps libre ?

Je donne des cours 1fois/mois à l'école de commerce AMOS spécialisée dans le sport. Je me prépare à faire un marathon lorsque les courses reprendront après la Covid. Enfin, je suis passionné de Sneakers. Avec un pote, nous avons créé un media [sneakersconversation.com](https://sneakersconversation.com), avec des [vidéos](#) et des podcasts. On collabore aussi avec [Bouncewear](#) une chaîne de magasins en France et Benelux.

### Ce que la vie t'a appris ?

Ma génération attend que les personnes et les entreprises soient tolérantes, bienveillantes et honnêtes. C'est ce qui nous permet de nous épanouir, avec un juste équilibre pro/perso et un curseur bien placé entre exigence et bienveillance. Je trouve ça très bien que certaines mauvaises pratiques soient dénoncées comme #balancetonagency.

### Tes liens utiles

<https://playplay.com/>  
[sneakersconversation.com](https://sneakersconversation.com)  
[sneakers conversation sur youtube](#)



## Yvan BOULAT

Directeur de la division aquariums France  
GROUPE ASPRO PARKS

IFAG Lyon - Promotion 1995

### Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

J'ai commencé ma carrière en faisant du commercial chez **Canon** dès ma 3e année à l'IFAG. Je suis resté 1 an à vendre des photocopieurs du côté de St Etienne et j'ai continué 3 ans sur Lyon.

Puis **DHL** m'a débauché pour devenir Key Account Manager du client HP. Mon rôle consiste alors à faire de la gestion des flux avec l'Europe depuis l'aéroport de St Exupéry. Ce type de commercial, exercé durant 2 ans, ne m'a pas particulièrement intéressé. J'ai cherché à revenir à ce qui m'avait plu lorsque j'étais **responsable du BDE à l'IFAG** : l'organisation d'événements.

C'est ainsi que **le Palais des Congrès de Lyon** m'embauche en tant que chef de projet. J'y organise durant 4 ans des dizaines de congrès avec 3/4000 personnes. Et puis l'envie d'évoluer m'amène à répondre à une annonce pour être directeur d'un site en liquidation que les propriétaires espagnols voulaient redresser en 24 mois ! Il s'agit de **l'Aquarium de Lyon** que je dirige depuis cette époque (2005). Le parc Indoor tenu par 23 salariés, accueille 170 000 visiteurs par an puis est redevenu bénéficiaire.

En 2015, je saisis une opportunité pour prendre en charge la direction des Aquarium de France au sein du **Groupe Aspro Parks**, leader du secteur avec 68 parcs/centres en Europe et plus de 2000 collaborateurs.

### Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Deux mois après mon arrivée ici, il y a eu une fuite dans le grand bassin. De goutte à goutte, celle-ci est passée à 600l/jour. Le propriétaire ne voulait pas investir un centime dans des travaux. Il a fallu rester calme et pugnace, gagner la confiance des collaborateurs, monter des dossiers auprès des assurances sachant que la fuite et les travaux ont duré un an !

### La tendance à venir dans ton métier ?

Il n'y aura pas de mouvements d'acteurs majeurs car tous les parcs de loisirs sont entre les mains de 3 ou 4 opérateurs européens. Deux choses font évoluer nos fréquentations : la nouveauté et la pluie. Il nous faudrait un moyen à l'avenir d'avoir constamment du mauvais temps !

### Si tu changeais de métier ?

Je ferais de l'humanitaire en mettant à profit mes compétences dans la logistique, par exemple.

### Et pendant ton temps libre ?

Je m'occupe de ma famille ! Sinon, je fais de l'Aïkido et du ski.

### Tes plus belles réussites

- Avoir réussi à toujours faire passer ma vie personnelle avant le reste
- La prise de fonction à l'Aquarium de Lyon. Le site ne se portait pas bien et je n'avais pas d'aptitudes particulières pour gérer un lieu qui présente deux contraintes majeures : l'ouverture au grand public et la « gestion du vivant » (animaux). De fait, nous sommes sous la tutelle du Préfet et des services sanitaires qui vérifient en permanence la qualité de l'air, l'eau... Un vrai défi au quotidien !



## Beverley BAZIZ

### Strategic Account Manager

### OPTI DIGITAL

IFAG Paris - Promotion 2013

#### Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

J'ai commencé mon parcours en élaborant la communication de l'institut de beauté créé par ma mère en 2007. J'ai poursuivi en devenant Account Manager chez **PEL.COM**, une marketplace pour créateurs de projets que j'accompagnais pour mettre en forme leurs idées. En 2011, l'agence digitale **ACTUALYS** me propose de devenir leur Business Developer en alternance. Pendant 2 ans, j'apprends à trouver de nouveaux clients et à faire du consulting en marketing. En parallèle et durant presque 3 ans, j'élabore la stratégie commerciale et marketing dans le nouvel institut de beauté de ma mère et monte des partenariats avec une styliste pour organiser des ventes privées.

En 2015, je reprends une formation d'un an en marketing digital chez **MEDIA INSTITUTE** et fais mon alternance chez **ADVERLINE** en tant que chargée des Relation éditeurs. Ma mission : suivre les performances, élaborer les plans de taggage des éditeurs de sites internet. Deux ans plus tard, je deviens responsable du pôle éditeurs avec une équipe de 2 personnes. La performance, le taggage sont alors mon quotidien avec la rédaction des argumentaires et les réponses aux appels d'offres

Après plus de 7 années passées chez Adverline, je rejoins **CAPTIFY** en septembre 2022 en tant que Client Strategy Manager. **CAPTIFY** est la principale plate-forme d'intelligence de recherche pour le Web ouvert et le plus grand détenteur indépendant de données de recherche de première partie en dehors de Google, connectant les recherches en temps réel à partir de plus de 2 milliards d'appareils dans le monde. 1,5 an plus tard, je rejoins **OPTI DIGITAL**, une société AdTech innovante qui transforme la gestion publicitaire pour les éditeurs de médias fondée sur l'utilisation de l'IA.

#### Les tendances à venir dans ton métier/secteur ?

Le « cookieless » engendre un changement de paradigme pour notre profession car nous ne pouvons plus récolter les cookies tiers. Les solutions pour pallier ce phénomène sont double :

- le bandeau de consentement au moment de la visite sur le site
- et la publicité contextuelle en fonction du site sur lequel vous vous trouvez

#### Et pendant ton temps libre ?

Je m'occupe avant tout de ma famille et suis passionnée par le développement personnel mais aussi tout ce qui concerne l'alimentation, la naturopathie, l'autohypnose... Enfin, je fais du fitness 2/3 fois par semaine.

#### Tes liens utiles

[Optidigital.com](https://www.optidigital.com)



# Stéphanie AMIEL-COUGOUREUX

## Global Business Partner WPP MEDIA

IFAG Toulouse - Promotion 2006

### Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

En effectuant mon stage de 3<sup>e</sup> année à l'IFAG au SNPTV, le Syndicat National de la Pub TV, j'y ai découvert ma vocation en tant qu'assistante chargée d'études et de communication. Puis je suis entrée en 2006 chez **HAVAS MEDIA** au poste d'expert TV, chargée de budget, où je suis restée pendant 3 ans.

Mi-2009, je rejoins mon compagnon à Londres, au pic de la crise économique. Impossible de trouver du travail dans mon secteur d'activité, je me suis donc rabattue sur un job « alimentaire » dans le prêt-à-porter haut de gamme. Ça m'a permis d'améliorer mon anglais ! Inscrite en agence de recrutement, j'ai retrouvé un poste de chargée des ventes chez **IP NETWORK**. En janvier 2011, j'ai intégré la société **CARAT** Global Management au poste de manager de compte international. En juillet 2014, l'agence **OMD INTERNATIONAL** me propose le poste International Senior Account Manager.

En Mars 2018, je reviens en France toujours chez OMD au poste de Business Manager Senior. Aujourd'hui, je pilote les ventes en tant que Business Director. Quatre ans plus tard, je rejoins **RE-MIND**, agence média de l'année 2021, en tant que Europe Business Lead LMM Chanel.

En 2023, un nouveau défi m'attend en rejoignant **WPP MEDIA** forte de 10000 collaborateurs dans le monde. Je pilote le business Global des investissements publicitaires de nos clients.

### Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

L'expérience qui m'a le plus marquée est celle qui m'a fait découvrir mon métier lorsque je suis entrée en stage au Syndicat de la Pub TV. J'ai toujours été une « droguée » de la télé et j'ai réalisé un rêve en travaillant dans ce milieu que je croyais inaccessible.

### La tendance à venir dans ton secteur/métier ?

La publicité TV est un secteur immédiatement réactif à la conjoncture économique. Ces budgets sont les premiers à disparaître en cas de crise économique et à réapparaître lorsque le marché redémarre. Il est très difficile d'établir un pronostic sur le long terme.

### Et pendant ton temps libre ?

je fais du jogging, je vais au cinéma, j'ai profité de la vie londonienne où je me suis mariée et profite aujourd'hui de la vie parisienne.

### Tes plus belles réussites

- Ce dont je suis le plus fière, c'est d'avoir quitté un job qui me plaisait à Paris et un pays, la France, pour rejoindre mon compagnon à Londres.
- Avoir subi la crise et d'avoir su rebondir pour travailler à nouveau dans mon secteur de prédilection : la TV
- J'ai fait le pari de changer de vie et j'ai réussi.



## Sara DEFRANCE

Correctrice indépendante  
SD CORRECTIONS ET RÉDACTION

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<sup>e</sup> 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.

En 2022, je saute le pas d'une activité non salariée en devenant indépendante et en proposant de la correction et réécriture de romans et tous types de textes, rédaction de contenus et SEO

### 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 secteur/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



## Numa DE GARSIGNIES

Directeur Trading Digital  
ZENITH / PUBLICIS MEDIA

IFAG Paris - Promotion 2007

### Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

L'alternance m'a beaucoup aidé à consolider des compétences variées. Dans le commercial d'abord chez **DIMENSION DATA**, lors de mon BTS Action Co. Puis à l'IFAG durant 2 ans dans une Régie Presse où j'ai construit, par téléphone, un carnet d'adresses de professionnels liés à l'habitat. Une vraie gageure !

Lors de ma dernière année à l'IFAG, j'intègre **CARAT INTERACTIVE** où, en tant que Chargé de budget, je commence à faire de l'achat digital pour Bouygues Télécom, Nintendo...

Une fois mon diplôme en poche, je rejoins **OMNICOM** en tant qu'acheteur média digital. Rapidement, je deviens chef de groupe et gère des grands comptes avec une équipe de 5 personnes (McDonald's, Apple, Leclerc, 20th Century Fox).

En 2014, J'intègre **PUBLICIS MEDIA** et son agence **Zenith** dans laquelle j'occupe aujourd'hui le poste de directeur trading digital. Je pilote une équipe de 50 personnes opérant les achats médias display et social pour le compte de grands annonceurs comme L'Oréal, Nestlé, Ralph Lauren, ...

### Quelle est ta valeur ajoutée ?

Fort de près d'une quinzaine d'année d'expérience dans le digital, j'ai acquis des compétences fortes en stratégie digital me permettant de penser, d'identifier et d'activer les leviers digitaux permettant de répondre le plus efficacement aux objectifs marketing de mes clients.

Avoir occupé des postes opérationnels m'a également apporté les qualités techniques nécessaires pour maîtriser ce média en évolutions constantes.

Enfin, mon apprentissage m'a permis de développer un leadership qui m'a aidé à comprendre, identifier et façonner mon rôle de manager.

### Ce que la vie t'a appris ?

Respecter autrui permet de manager... sans le savoir !

### Et pendant ton temps libre ?

Je suis passionné d'automobile et de nouvelles technologies.

### Ton ambition ?

Transmettre le sens des mots respect et liberté à mes enfants

### Ta philosophie de vie ?

Empathie et bienveillance



## Eric FAURE

### Président SPAS ORGANISATION

IFAG Paris - Promotion 1992

#### Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Lors de ma 2<sup>e</sup> 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.). J'ai piloté le Marketing, la communication et Internet et depuis fin 2021 j'en suis devenu Président.

#### 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 !



## Aurore FIMAT (Née GONARD)

Responsable de secteur – Chapter fabrique  
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 **NESTLE**, 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. Je suis restée à ce poste 10 ans en pilotant une vingtaine de projets transversaux numériques. À partir de 2022, je deviens Responsable de secteur - Chapter Fabrique d'une équipe de 30 chefs de projet et scrum master

### 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](http://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<sup>ème</sup> 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.



# François GODDET

## CEO PUBLICIS MEDIA INDONÉSIE

IFAG Paris - Promotion 1987

### Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Dés mon plus jeune âge, je voulais faire de la publicité. Je regardais les spots TV avec un certain intérêt et une vraie curiosité. À 18 ans, mon aspiration était intacte, je faisais des stages d'été en agences de pub pour m'imprégner du métier. J'ai fait participer l'IFAG au concours de publicité ISG des écoles de commerce. Nous étions plus de 100 équipes en lice alors que seules 12 ont été sélectionnées dont la nôtre. Notre spot publicitaire a gagné le concours. Une fierté qui m'a fait connaître lors du gala de remise des prix, organisé au Cercle d'hiver avec 1500 personnes dont le gratin de publicité professionnelle.

C'est ainsi que j'ai fait mes premières armes dans différentes agences dont 1 an chez **PUBLICIS**.

Puis **HAVAS** m'a appelé pour créer sa centrale d'achat d'espaces. J'ai appris le métier d'acheteur d'espaces publicitaires TV et mis en place des outils pour mesurer les audiences et le business, en pleine émergence à ce moment-là. **PUBLICIS** m'a rappelé pour gérer l'achat d'espace de Renault (20 personnes, 120M€ de budget). Mon expertise dans le montage et la vente de plan médias et d'appels d'offre s'est accrue. Je suis devenu Directeur Général des achats d'espaces de **PUBLICIS**, un service qui est passé de 80 à 400 personnes.

En 2011 à 40 ans, **PUBLICIS** m'a proposé de remonter la filiale en **Belgique** positionné en 10<sup>e</sup> place du marché local. Quatre ans plus tard, nous occupons la 2<sup>e</sup> place. En 2015, même challenge pour la filiale **vietnamienne** regroupant 180 personnes. Aujourd'hui, ils sont 400.

Depuis mi-octobre 2022, je pilote **PUBLICIS MEDIA en Indonésie**, à Djakarta, avec une équipe de 200 collaborateurs. Un nouveau challenge réjouissant.

### Les tendances dans ton métier/secteur ?

On travaille moins la brand equity mais davantage l'acte d'achat. Faire du one to one de masse ! Il s'agit, aujourd'hui comme demain, d'être au plus près de l'acte d'achat, de clic en clic.

### Les compétence clés pour réussir dans ton job ?

De l'énergie, de l'empathie et savoir s'entourer. Oser se remettre en question. Je suis parti à l'autre bout du monde à 50 ans, j'ai repris l'anglais...

### Et pendant ton temps libre ?

L'expatriation permet de rencontrer beaucoup de monde, des copains avec qui ont tissent des liens très forts. On se retrouve toujours avec plaisir.

### Ta philosophie de vie ?

Oser se remettre en question

### Tes liens utiles

[www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com)

[LinkedIn François Goddet](#)



# Xavier GOTTAR

## Traffic Manager GROUPE LA CENTRALE

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<sup>e</sup> année. Mon premier emploi se déroule lors du stage longue durée de 3<sup>e</sup> 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** (devenu Le Groupe La Centrale) m'offre l'opportunité de devenir Traffic Manager au sein de leur régie qui gère la publicité internet de 4sites : Caradisiac, La Centrale, 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 !



# Jordan KOLMERSCHLAG

## Directeur commercial INLEAD

IFAG Angers - Promotion 2007

### Comment es-tu arrivé à ton poste actuel ?

Lors de ma 1<sup>ère</sup> année à l'IFAG, j'ai réussi à faire un stage au sein du **GRUPE NRJ**. Une chance provoquée par un projet personnel qui leur a plu : monter un tournoi de Beach Soccer ! J'ai démarché des annonceurs et mon travail les a séduits ! Aussi, lorsque je suis revenu pour mon stage longue durée de 3<sup>e</sup> année, ils m'ont proposé un poste en CDI de chef de projet Cross Média sur la région Centre. En avril 2011, j'ai intégré la cellule Grands Comptes pour développer nos prestations auprès des annonceurs nationaux.

Je proposais à mes clients des outils de communication variés : Radio avec les marques du groupe (NRJ, Chérie FM, Nostalgie, Rire & chansons), de la TV (NRJ 12...), du Web (Régie de Google, sites des radios), événementiel (street marketing, concert...).

Après 9 années passées chez **NRJ GLOBAL REGIONS**, je deviens Directeur Conseil du **Groupe OPA** (Production audiovisuelle, web TV, web séries, conventions, séminaires...) En juillet 2016, **INLEAD** (1<sup>ère</sup> plateforme de gestion de campagnes e-publicitaires géolocalisées) me propose la direction commerciale à Nantes.

### Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Les six premiers mois au sein de l'entreprise ont été très formateurs. A l'époque, nous propositions à nos clients uniquement de la radio. Je devais motiver les équipes pour suggérer de nouvelles offres à nos annonceurs. L'idée étant de penser communication globale (cross média) plutôt que mono produit (radio). Tout n'a pas été si simple. J'ai alors pris conscience que changer les habitudes des collaborateurs prend du temps !

### La tendance à venir dans ton métier ?

Nous allons nous orienter de plus en plus vers le digital, le web et le mobile. Nous devons proposer des solutions encore plus créatives, marquer les esprits de nos annonceurs et de leurs consommateurs.

### Si tu changeais de métier ?

Créer une entreprise sur le web.

### Et pendant ton temps libre ?

Je fais du foot toutes les semaines depuis plus de 20 ans. Et puis je m'occupe de ma famille

### Tes plus belles réussites

- Faire un métier qui me plaît dans un univers où les places sont limitées. J'ai pu et su évoluer au sein du groupe NRJ ce qui me permet de partir au travail avec le sourire tous les matins !
- Dans la communication, l'équilibre vie personnelle et professionnelle est difficile à maintenir car on travaille souvent le week-end. Je viens d'avoir une fille et tente de préserver cet aspect.



## Nathalie ROYER (Née LE BOS)

Chief Financial Officer  
PUBLICIS SAPIENT (NY)

IFAG Paris - Promotion 1989

### Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

En sortant de l'IFAG je suis rentrée chez HAVAS comme contrôleur de gestion, j'ai évolué dans le groupe pendant 13 ans jusqu'au poste de DAF de **W&CIE**.

J'ai ensuite eu l'opportunité de rejoindre le groupe Omnicom en tant que DAF de **TEQUILA** (agence de Marketing Services), poste que j'ai occupé pendant 4 ans.

En 2006 un de mes anciens managers de chez Havas m'a proposé de créer le poste d'Account Finance Director chez **PUBLICIS WORLDWIDE**.

Après 5 ans j'ai évolué dans le groupe Publicis et pris la direction financière Europe de la filiale santé (PHCG). 18 mois plus tard le CEO de PHCG me demande de prendre la direction financière monde basée à New York. Mission que j'ai été ravie d'accepter.

En janvier 2013, je deviens CFO de **PHCG**, le plus important réseau mondial de communication santé présent aux Etats Unis, en Europe et en Asie, comptant 70 agences et environ 5500 employés.

En mars 2017, on me confie la direction financière de **PUBLICIS COMMUNICATION NORTH AMERICA**. Trois ans plus tard, je deviens CFO de **PUBLICIS SAPIENT**, une filiale américaine, du groupe Publicis, spécialisée dans la transformation numérique.

### Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

Mes premières négociations de contrats Client mondiaux qui m'ont permis de contribuer directement au business.

### Les tendances à venir sur ton marché ?

De plus en plus digital et en direct avec les patients.

### Si tu changeais de métier ?

M'investir dans une ONG sachant que je suis, d'ores et déjà, membre du board de [Surgeons of Hope](#). Cette fondation a pour mission de régler les besoins en chirurgie cardiaque pédiatrique en opérant les enfants dans leur pays d'origine.

D'ailleurs vos dons sont les bienvenus, soyez certains qu'ils seront directement utilisés pour les missions auprès des enfants.

### Et pendant ton temps libre ?

Je profite de New York en famille, expositions, musées, comédies musicales, concerts...sans oublier les ballades dans Central Park avec mon chien Eagle !

### Tes plus belles réussites

- Etre reconnue comme un partner du CEO et avoir contribué à ce que la fonction financière soit au cœur du business.
- Avoir réussi cette aventure professionnelle et personnelle aux Etats Unis avec toute ma famille (mari, enfants et chien🐶)



# 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<sup>ème</sup> 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 Cosmédiás**, 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-MEDIAS** 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 secteur/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 Cosmédiás, 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



## Marion VIAVANT

Directrice de marque & Brand Strategist  
BREAKER (Groupe Propulse)

IFAG Nantes - Promotion 2023

### Comment es-tu arrivée à ton poste actuel ?

Après un DUT en GEA, j'ai poursuivi avec une école de communication à Nantes, avant d'intégrer l'IFAG pour renforcer ma vision stratégique et entrepreneuriale. Cette formation m'a permis d'avoir une vision transverse de l'entreprise, de structurer mes compétences en gestion de projet, et surtout de mieux comprendre les enjeux business derrière chaque décision de communication

En 2020, j'ai rejoint **PROSPULSE**, une agence nantaise de 12 personnes qui regroupe 3 marques : **BREAKER** (branding entreprises), Waker (communication opérationnelle), et Zinga (branding personnel pour sportifs de haut niveau). J'y suis entrée comme chargée de communication interne, puis successivement chef de publicité, et aujourd'hui directrice de marque et du développement de Breaker.

Mon quotidien consiste à coordonner et structurer des stratégies de marque sur mesure, à piloter des réponses à appels d'offres, ou les études marketing (Focus group) puis à accompagner des clients entreprise comme Ineos, JPG (Groupe Raja), Ville de Guérande, Département de l'Eure ou les sportifs comme Christophe Lemaître (Athlétisme), Victor Crouin (Squash) ou Séverine Eraud (Cyclisme) dans leur personal Branding.

Notre why : Simplifier et démocratiser la stratégie de branding. C'est pourquoi, nous allions rigueur stratégique et storytelling, avec un vrai travail d'incarnation de nos propositions pour toucher les humains (nos clients annonceurs et les cibles des campagnes)

### Les tendances à venir dans ton métier/secteur ?

Le storytelling stratégique devient incontournable, même dans les cadres formels comme les appels d'offres. L'intelligence artificielle s'impose aussi comme un véritable levier d'aide à la rédaction, à la structuration des dossiers et à la veille.

L'alignement entre fond et forme, l'incarnation de la marque et la mesure de la performance deviennent des standards.

### Et pendant ton temps libre ?

Je suis passionnée de basket et j'en ai fait à haut niveau. Aujourd'hui, je reste engagée dans ce sport via du bénévolat dans un club.

Je pratique également la natation et le rugby, et j'adore lire.

### Ta philosophie de vie ?

" Le mieux est l'ennemi du bien."

### Tes liens

[Profil LinkedIn](#)

[Site Groupe Propulse](#)



# Emmanuelle WRANG-WIDEN

## Vice President Global Real Estate Portfolio Strategy Lead - Transformation

### NEWS CORP (Médias & Services information)

IFAG Lyon - Promotion 1991

#### Comment s'est déroulé ton parcours ?

Mon parcours s'est essentiellement déroulé au sein de groupes américains - **JLL, DELOITTE, CBRE, MICROSOFT, GE, GSK** - dans plusieurs pays – France (Lyon puis Paris) tout d'abord, puis les Pays de l'Est et l'Angleterre particulièrement Londres où je travaille et réside depuis plus de 20 ans, avec mon mari suédois et ma fille.

Mon activité consiste à optimiser l'occupation et les coûts des bureaux ou sites industriels occupés par les grands groupes. Car pour ces derniers, le coût de l'immobilier est important. L'objectif est d'utiliser l'immobilier pour servir la croissance tout en maîtrisant les coûts.

Mon expérience est internationale avec la **responsabilité des marchés EMEA** (Europe, Middle East, Africa). J'ai bénéficié de formations supplémentaires en management, en Finance, en Psychologie positive (très pratiquée par les Américains).

J'ai la responsabilité de toutes les initiatives stratégiques et transactions immobilières. Je collabore quotidiennement avec mes collègues américains pour le pilotage et la mise en œuvre d'initiatives en Europe.

Depuis 2021, j'ai rejoint **NEWS CORP**, une société mondiale diversifiée de médias et

de services d'information axée sur la création et la distribution de contenus.

Ma mission consiste à développer la fonction immobilière d'entreprise mondiale et optimiser le portefeuille immobilier mondial de 11m sft au profit des 9 segments d'activité de News Corp : Dow Jones, News Corp Australia, Sky News, Foxtel, News UK, HarperCollins. Construire des processus internes d'immobilier d'entreprise, promouvoir les meilleures pratiques et exécuter des initiatives stratégiques et transformationnelles aux États-Unis, APAC et EMEA.

#### Si tu changeais de métier ?

De manière très réaliste, je ferais du Conseil aux entreprises en restructuration ou fusion/acquisition.

De manière plus idéale, j'irais vers un métier lié à l'environnement, les baleines que j'adore aller voir au pôle Nord !

#### Et pendant ton temps libre ?

Je voyage pas mal car j'habite Londres depuis 18 ans. Mon mari est suédois alors que, de mon côté, j'ai des attaches familiales en France. Aussi, nous allons régulièrement voir nos familles et amis dans ces pays.

Sinon, je suis membre de la Royal Institution of Chartered Surveyors en Angleterre, constituée de spécialistes en immobilier.

#### Une de tes expériences professionnelles marquantes ?

- Ma 1<sup>ère</sup> expérience à l'étranger en 1994. Je représentais les intérêts du Groupe Bouygues pour le compte de Johns Lang Lasalle en Roumanie pays qui, à l'époque s'ouvrait au commerce.