

15 ans d'expérience en communication d'entreprise

Parcours Professionnel

Depuis 2011 - Consultante et Formatrice en communication d'entreprise, spécialisée en stratégie d'image et communication sensible

Partenaire du cabinet CohéSens (stratégies d'opinion et management de crise) et intervenante pour Cap'Com (réseau de la communication publique et territoriale)

Longueur d'Onde
Conseil en Stratégie d'Image
& Communication Sensible

- **Conseil aux entreprises et collectivités :** ACPPA (groupement de maisons de retraite), OPAC du Rhône (bailleur social), EN3S (centre de formation des futurs cadres dirigeants de la sécurité sociale), SIG (Service d'Information du Gouvernement), Métropole Européenne de Lille, Département de l'Eure, TNS Sofres
 - Accompagner les organisations dans l'élaboration de leur stratégie de communication globale et/ou événementielle
 - Réaliser un diagnostic et élaborer un plan de communication
 - Préparer les organisations à faire face à une situation de crise (maîtriser le risque d'opinion, la communication de crise, élaboration de scénarios)
 - Animer en partenariat la conférence sur « L'émergence de nouveaux types de risques : du management des risques à la gestion de l'e-réputation » (20/03/11 – Bordeaux – Kedge)
 - Traduire et réécrire des études anglo-saxonnes marketing et prospectives pour TNS Sofres
- **Formation :** Eiap Bordeaux, Sup de Com Bordeaux, Insec Business School, CELSA Paris Sorbonne
 - Former des étudiants à la communication d'entreprise (culture d'entreprise, communication interne, relations publics, communication de crise...)
 - Accompagner des étudiants dans la réalisation de leur mémoire et d'audits de communication (SNCF, Groupe LVMH, Société Générale...)



Sept. 2005 / Sept. 2009 - Responsable de la Communication

Autoroutes du Sud de la France (ASF) - Direction d'exploitation Vallée du Rhône (1200 salariés – 600 km d'autoroutes dont A7)

- Elaborer la stratégie de communication d'ASF en Vallée du Rhône
- Valoriser les actions d'ASF en matière de sécurité routière, d'innovation et d'environnement pour renforcer l'image de l'entreprise, favoriser l'acceptabilité de l'autoroute et anticiper les crises
- Développer les relations avec les parties prenantes : médias, clients, salariés, habitants, élus locaux, décideurs
- Contribuer à initier des partenariats publics ou privés et assurer un rôle de veille et d'écoute
- Mener des actions de lobbying dans le cadre du Débat Public sur les transports dans la Vallée du Rhône pour soutenir le choix d'ASF
- Accompagner le cabinet Arjuna (cabinet spécialisé dans la gestion de crise) dans la mise en place du nouveau processus de crise (rédaction des éléments de langage, grille d'analyse des risques, détection des signaux faibles, circuit de



- remontée de l'information, diffusion d'une culture du risque en interne)
- Assurer la communication de crise au niveau national (par permanence) et local
- Conseiller les directeurs d'exploitation et coacher les porte-paroles
- Piloter au niveau régional le groupe de travail destiné à élaborer la charte d'engagement de services d'ASF (volet information/communication)
- Accompagner les changements organisationnels de la direction d'exploitation notamment à destination de l'encadrement en valorisant les parcours RH
- Participer à la construction de la nouvelle identité visuelle suite au rachat d'ASF par le groupe Vinci
- Manager une équipe de quatre personnes

Juil. 2004 / Août 2005 – Chargée de communication institutionnelle

Autoroutes du Sud de la France (ASF) – Direction de la Communication (Paris)

- Mettre en place les actions de communications visant à promouvoir la notoriété et l'image d'ASF
- Veiller à la cohérence de la communication interne et externe à travers le réseau national et animer le réseau des correspondants
- Elaborer et mettre en œuvre la nouvelle campagne de communication corporate « Partageons plus l'autoroute » avec l'agence Publicis Consultants
- Participer à la création du nouveau logo d'ASF
- Coordonner la réalisation du rapport annuel et du premier rapport développement durable
- Organiser le premier séminaire cadres groupe à l'occasion du rapprochement sensible entre ASF et ESCOTA en identifiant en amont les attentes des participants (baromètre opinion)
- Assurer le suivi des partenariats avec la Fondation Nicolas Hulot et le Journal de Mickey

Oct. 2001 / Nov. 2003 – Chef de projet communication

EY (Ernst & Young), société d'Audit et de Conseil – Direction de la communication (Paris)

- Promouvoir une image positive et accessible de l'entreprise auprès de la cible B to B « Entrepreneurs » (startup et PME)
- Elaborer et mettre en œuvre la stratégie de communication à destination de la cible « entrepreneurs » : messages, outils et gestion du budget
- Organiser la participation d'EY aux salons spécialisés Midnext Forum, Capital-IT, Carrefour des biotechs, etc.
- Concevoir et organiser le « Grand Trophée e-commerce » (soirées événementielles – 800 personnes) avec les partenaires (IBM, Le Figaro, Kelkoo) et évaluer son efficacité
- Animer l'extranet «eyonline entrepreneurs» et transmettre aux équipes du Knowledge Management les notes de synthèse des consultants



Mai 99 / Sept. 2001 – Chargée de communication interne

EY (Ernst & Young) – Direction de la communication (Paris La Défense)

- Participer à la construction du plan de communication interne et à la définition des nouvelles valeurs « ARISE » (Action – Respect – Intégrité – Solidarité – Epanouissement)
- Favoriser le développement du sentiment d'appartenance des consultants et auditeurs
- Organiser les actions de communication interne notamment séminaires entre 300 et 500 personnes à Deauville, La Baule et Tozeur en Tunisie

- Opérations de mécénat avec de jeunes peintres contemporains : vernissages en interne
- Coordonner un reportage photos de salariés destiné à la réalisation de plaquettes RH adaptées à la culture de cinq pays dans lesquels EY est implanté (garante du respect du droit à l'image)
- Concevoir et rédiger le contenu éditorial de l'intranet et du réseau d'affichage vidéo de la Tour EY
- Réaliser des supports de communication (plaquettes, films, affiches)

Nov. 97 / Avril 99 – Assistante de Direction Marketing/Communication

EY (Ernst & Young) – Direction de la communication (Paris La Défense)

- Etre le support opérationnel des chefs de projets marketing-communication
- Réaliser la revue de presse quotidienne
- Assister la responsable des relations publiques dans l'organisation de grands événements clients (soirées spectacles ou visites privées - Opéra Bastille, Centre Pompidou, Grand Palais) et la directrice de la communication interne pour les séminaires ; créer des grilles pour les évaluer
- Diffuser aux clients «grands comptes » l'ouvrage prospectif « Les Cahiers Ernst & Young »

Formations diplômantes

Fév./Juillet 2004 - Master 1 - CELSA - Université Paris Sorbonne - option communication des entreprises et des institutions obtenu en 2005

Formation continue



1996/1997 – Titre de « Responsable Commercial » (niveau II) – Ecole Sup de V - Ecole Supérieure de Vente de la CCI de Versailles Val d'Oise Yvelines – Formation suivie en alternance au sein de la société d'intérim ADIA



1996 – Diplôme « Business English » de la Chambre de commerce franco-britannique

1994/1995 – BTS Commerce International – CPSS Trudaine (devenue Novancia) Ecole de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris

Formations professionnelles

2006/2009 – Séances de formation à la gestion de situations de crise par les cabinets spécialisés JGM Communication puis Arjuna (cabinet conseil du groupe Vinci)



2001 – Formée à la communication audiovisuelle par l'agence de presse Capa

