



DIRECTEUR MARQUES COMMUNICATION

JEAN-FRANÇOIS LAFORGE

CONTACT

- ☎ 06 18 41 21 51
- ✉ jeanfrancois.laforge@bbox.fr
- 📍 Paris
- 🌐 <https://www.linkedin.com/in/jean-françois-laforge-communicationetmarques>

SAVOIR-FAIRE COMPETENCES

- Construction de marque
- Stratégie de communication
- Publicité
- Techniques de communication
- Stratégie média
- Gestion patrimoine de marque
- Événementiel
- Management d'équipes internationales
- Management de partenaires / agences
- Pilotage budget > 100 M€
- Gestion P&L

SAVOIR-ETRE

- Vision stratégique
- Créatif
- Ouverture d'esprit
- Applicatif
- Engagé
- Résilient
- Réactivité

PROFIL

Doté d'une solide expérience, combinant conseil en agences Marketing et direction internationale au sein du groupe Michelin, j'ai construit et développé des marques puissantes au service des entreprises. Quelles que soient les audiences, internes ou externes, BtoC comme BtoB, je sais définir une stratégie de Communication en support de la stratégie d'entreprise. J'ai le goût d'allier les expertises et les talents, de faire levier de la créativité pour gagner l'attention des consommateurs, leur préférence et au-delà l'engagement de l'ensemble des publics de l'entreprise. Prêt pour de nouveaux défis !

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

- **GROUPE MICHELIN** DEPUIS 2019 -
Directeur Marques et Communication commerciale
Management d'une équipe de 100 personnes et management fonctionnel d'un réseau international de Directeurs de la Communication
 - Développement de la puissance de marque Michelin
 - Gestion du portefeuille des marques du Groupe (pneu, hors pneu et guides)
 - Communication commerciale de l'ensemble des activités BtoC et BtoB
 - Stratégie et achat média
 - Gestion du patrimoine : conservation, exploitation et construction du futur musée (budget de 30M€)
 - Événementiel Groupe : interne / externe

>>> **Accroissement de la valeur de la marque Michelin de 1700 M\$ entre 2020 et 2024 (évaluation Brand Finance)**
- **Directeur Image Groupe** 2013 - 2019
Management direct d'une équipe de 17 personnes et management fonctionnel d'un réseau international de 30 Responsables Image
 - Communication corporate : réalisation du rapport annuel, relation aux actionnaires, messages RSE, pilotage de la marque employeur
 - Communication commerciale : définition en collaboration avec les équipes Marketing des lignes business
 - Communication digitale : gouvernance globale intranet, internet, réseaux sociaux, conception et animation de l'écosystème corporate
 - Stratégie et achat média Groupe
 - Valorisation du Patrimoine - visites musée + 10% / an sur la période

>>> **Michelin leader de l'engagement digital dans les catégories pneu et guide gastronomique**



LANGUES

- Français
- Anglais
- Allemand

FORMATION

UNIVERSITE DE PARIS X
Maîtrise de Sciences
politiques

CELSA UNIVERSITE DE PARIS IV
DEUG en Communication et
Sciences du Langage

REFERENCES

Adeline Challon-Kemoun

Membre du comité exécutif du
Groupe Michelin, en charge de
l'Engagement d'Entreprise et des
Marques.

Tel : 06 12 10 19 22

Email : adeline.challon-kemoun@michelin.com

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

- **Directeur de la Communication monde pneus auto** 2006 - 2013
 - Définition de la stratégie de communication de la plus importante ligne business : internationalisation de la communication de la marque MICHELIN (45 pays), installation de la marque sur les marchés émergents et valorisation de l'engagement dans le sport automobile.
 - Gestion des marques internationales MICHELIN et BF GOODRICH comprenant le suivi des indicateurs de performance de la marque, l'élaboration d'une politique de « naming » ainsi que l'optimisation de la présence numérique en accord avec les objectifs marketing.
 - Conception de la communication interne au sein de la ligne business : élaboration des messages de la direction à destination des équipes, soutien à la gestion du changement
 - Affectation et distribution d'une enveloppe globale de 300 millions d'euros pour l'ensemble

>>> **Mondialisation réussie de la communication publicitaire et augmentation de 10 % de la productivité par rapport à 2006**
- **TBWA/DRM (publicité et marketing relationnel)** 2002 - 2005
Directeur Général
 - Responsable du développement et des relations avec les 12 agences de TBWA France
 - Stratégies de lancement de marque : AccorHotels, Maisons Castor
 - Création de trafic pour les annonceurs réseaux : Mercedes, Nissan, Renault, Novotel, Expert (distribution d'électroménager)
 - Activation clients : Cetelem
 - Profit and Loss management

>>> **Doublement de la marge brute en trois ans (2.5M€)**
- **TEQUILA (TBWA France)** 1998- 2002
Directeur du Développement
 - Conseil stratégique : Axa, Microsoft, MINI, Dior Fragrances, Jean-Paul Gaultier Fragrances, Boucheron, Bulgari
 - Responsable des relations presse et des relations avec les autres entités du groupe

>>> **Taux d'acquisition de 57%**

Directeur Conseil

 - CRM: AOL, BMW, "7" by Cegetel, SFR, Motorola, Silver Moon (selective beauty network), Renault B2B
- **WUNDERMAN CATO JOHNSON - Y&R** 1994 - 1997
Chef de Groupe
 - Communication corporate : Allied Signal - Identité visuelle : EuroNews - acquisition clients : Dun & Bradstreet, Total, Flammarion - CRM/ fidélisation : groupe Danone, SKF
 - Conseil stratégique notamment pour Jaguar France, Moët & Chandon / Dom Pérignon
- **MESSAGES - BDDP** 1992 - 1994
Chef de Publicité
 - Génération de trafic, lancement de nouveaux modèles, fidélisation de la clientèle, développement de bases de données : BMW
 - Promotion des ventes : Hertz
 - Animation de points de vente : La Poste