

# Content Marketing France 2016

## Les 50 influenceurs à suivre

**Trackr**



Content  
Marketing  
Académie  
*Le Média*

# Avant propos

Depuis la publication le 8 avril 2016 en avant-première, de notre premier classement des 50 influenceurs français du content marketing, des informations complémentaires ont été portées à notre connaissance par certains membres de la communauté et nous sont apparues pertinentes. Sur la base de ces informations factuelles que nous avons vérifiées, nous avons décidé d'ajuster notre classement. Le classement contenu dans ce livre blanc et que nous avons le plaisir de partager avec vous est ainsi le classement définitif.

Bonne lecture à tous et à très vite pour commenter tout ceci avec vous.

**Karine Abbou**

Dirigeante et fondatrice de la Content Marketing Académie.

# Pourquoi ce classement ?

Nous sommes ravis de vous présenter ce premier classement des 50 influenceurs français du content marketing. La mission de la Content Marketing Académie est l'évangélisation du content marketing en France sous le quadruple prisme du « quoi », « pourquoi », « comment » et « par qui ». Ce classement des influenceurs français du content marketing a vocation à apporter de premiers éléments de réponse à cette dernière question en mettant la lumière sur ceux des professionnels de cette industrie du “contenu français” qui sur la toile, créent les conversations autour du “contenu” et qui par leurs expertises, éduquent sur le content marketing, impulsent des tendances et engagent des audiences désireuses d'en savoir plus sur ce domaine. Ces influenceurs sont donc ceux que nous vous recommandons de suivre.

Ceci étant, dans le contexte d'une industrie naissante comme celle du content marketing français, l'établissement de ce premier classement constituait par nature un risque... Un risque que nous avons toutefois choisi de prendre car l'enjeu nous paraissait réel :

- Dessiner les contours d'une industrie implique d'en identifier les principaux acteurs, œuvrant au quotidien sur la toile pour la faire éclore. Déterminer le « qui parle de quoi ? » et « qui influence qui ? » nous est ainsi apparu un travail préalable indispensable à toute démarche plus approfondie d'évangélisation ;
- Susciter le débat autour du content marketing, autour de ce qu'il faut entendre par cette notion et de ces critères de distinction ou de chevauchement avec d'autres notions très voisines avec lesquelles il est très souvent assimilé ;

- Démontrer les nombreux talents français constituant l'industrie du contenu français ;
- Donner les premières indications statistiques sur leurs profils afin d'identifier plus nettement les types de compétences utilisées dans l'industrie, les types de structures dans lesquels ils évoluent, la nature des contenus qu'ils produisent destinés à faire bouger les lignes de cette industrie.

En dépit de la rigueur dont nous avons tâché de faire preuve, du temps consacré à l'analyse au cas par cas de ces 50 personnalités, de la méthodologie établie (cf. annexe page 67) et de la puissance de la technologie Traackr, ce classement est nécessairement perfectible.

Il a néanmoins désormais le mérite d'exister.

Nous espérons qu'il constituera une première pierre structurante permettant à l'industrie française du contenu digital de se développer et au content marketing d'occuper la place de choix qu'il doit occuper au sein des stratégies digitales de toute entreprise désireuse d'effectuer sa transformation digitale, sans considération de son industrie, de sa taille et de sa notoriété.

Comme par nature l'industrie française du content marketing est en plein essor et constitue l'un des domaines les plus vivaces du marketing digital en général, ce classement sera actualisé tous les six mois.

Nous tenons à adresser nos vifs remerciements à toute l'équipe Traackr pour leur confiance. Sans la puissance de la technologie Traackr et l'expertise de ses équipes, ce premier classement des influenceurs d'une industrie du content marketing naissante en France n'aurait pas pu voir le jour. Qu'ils en soient tous sincèrement et chaleureusement remerciés.

**THANK  
YOU**

# Sommaire



<b>Avant propos</b>	<b>2</b>
<b>Pourquoi ce classement ?</b>	<b>3</b>
<b>Remerciements</b>	<b>5</b>
<b>Le classement définitif</b>	<b>7</b>
<b>Analyses statistiques générales</b>	<b>8</b>
• Formations, mode d'exercice et répartition homme/femme	
• Rapport de mentions des mots-clés	
• Les 10 les plus suivis sur Twitter	
• La carte d'influence : qui influence qui ?	
<b>Analyses individuelles des influenceurs</b>	<b>15</b>
<b>Les « rising star »</b>	<b>66</b>
<b>Méthodologie</b>	<b>67</b>
<b>Définitions</b>	<b>70</b>
<b>À propos de Traackr et de CMA</b>	<b>71</b>

# Content marketing France 2016 : les 50 influenceurs à suivre

RANG	NOM	TWITTER	RANG	NOM	TWITTER
1	Florian Pouvreau	@fpo_digital	26	Isabelle Mufraggi	@imufraggi
2	Christian Neff	@Markentive_CEO	27	Gabriel Dabi Schwebel	@1min30
3	Maël Roth	@RothMaelFR	28	Kevin Dangu	@KevinDangu
4	Guilhem Bertholet	@guilhem	29	Clément Pellerin	@ClementPellerin
5	Gregory Nicolaidis	@YouLoveWords	30	Neil Tamzali	@lesarchivistes
6	Jacques Tang	@Tangjacques	31	Stephanie Wailliez	@stephNiouzeo
7	Yann Gourvenec	@ygourven	32	Matthieu Gauthier	@MatthGauth
8	Rudy Viard	@RudyViard	33	Alexandra Martin	@Miss_Seo_Girl
9	Cédric Hoareau	@sunsetbld1967	34	Stephane Torregrosa	@squid_impact
10	Xavier Foucaud	@XavierFoucaud	35	Valery Pothain	@vpothain
11	Catherine Cervoni	@CathCervoni	36	Gaelle Cealac	@little_gallou
12	Olivier Cimelière	@olivcim	37	Céline Albarracin	@CRedaction
13	Arnaud Verchère	@ArnaudVerchere	38	Charles Dolisy	@cdolisy
14	Eric Delcroix	@erdelcroix	39	Julie Robveille	@julie_ventilo
15	Lionel Clément	@Ecritoriales	40	Stephane Dangel	@dangelstory
16	Gregory Coste	@GregCoste	41	Florent Hernandez	@Flo_Hernandez
17	Vincent Puren	@VincentPUREN	42	Anthony Rochand	@AnthonyRochand
18	Valentin Blanchot	@vblanchot	43	Nora Loulidi	@NoraLoulidi
19	Ludovic Salenne	@LudoSLN	44	Fabrice Brianson	@fab_brianson
20	Matthieu Tran-Van	@matthieutv	45	Frederic-Michel Chevalier	@fmchevalier
21	Marie Dollé	@MarieDOLLE	46	Isabelle Defay	@Pimbim_
22	Sylvain Lambert	@WebmarketingCOM	47	Grégory Cassiau	@gregory_cassiau
23	Stephane Truphème	@trupheme	48	Karine Welter	@karinewelter
24	Bertrand Barbet	@BertrandBarbet	49	Fabrice Frossard	@FabriceFrossard
25	François Houste	@fhouste	50	Julie Dardour	@agence_ligne26

# Analyses et statistiques générales

Quelles sont les formations des influenceurs ? Y a-t-il des formations initiales destinant plus que d'autres les influenceurs à la pratique du content marketing ? Les influenceurs du content marketing sont-ils majoritairement féminins ou masculins ? Qui sont les plus suivi(e)s sur Twitter et qui influence qui ? Quels mots-clés utilisent-ils le plus sur la toile ? Voici des premiers éléments de réponses.

## ANALYSIS



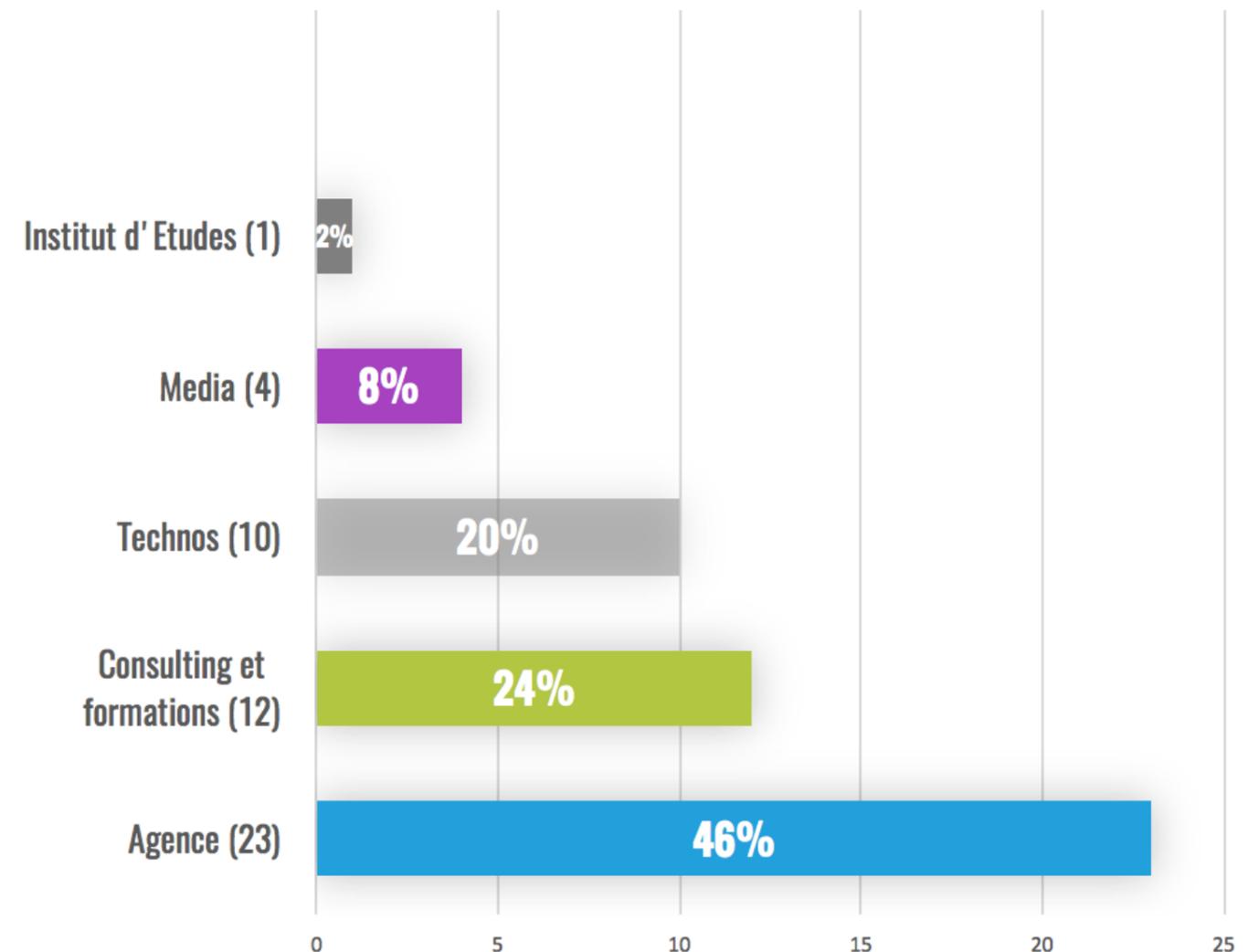
# Les modes d'exercices

Sans trop de surprises, 44% des influenceurs du content marketing travaillent en agence. Il faut cependant préciser que dans la quasi-totalité des cas, il s'agit de leur propre agence. Ainsi, les contenus créés par ces influenceurs (soit directement par eux, soit par des membres de leur équipe au nom et pour le compte de l'agence) le sont dans le cadre de leur propre stratégie de content marketing.

On notera que ces agences sont soit des TPE, au maximum des PME. À date, la quasi totalité des influenceurs travaillent en effet, au sein d'agences dont l'effectif est inférieur à 50 salariés.

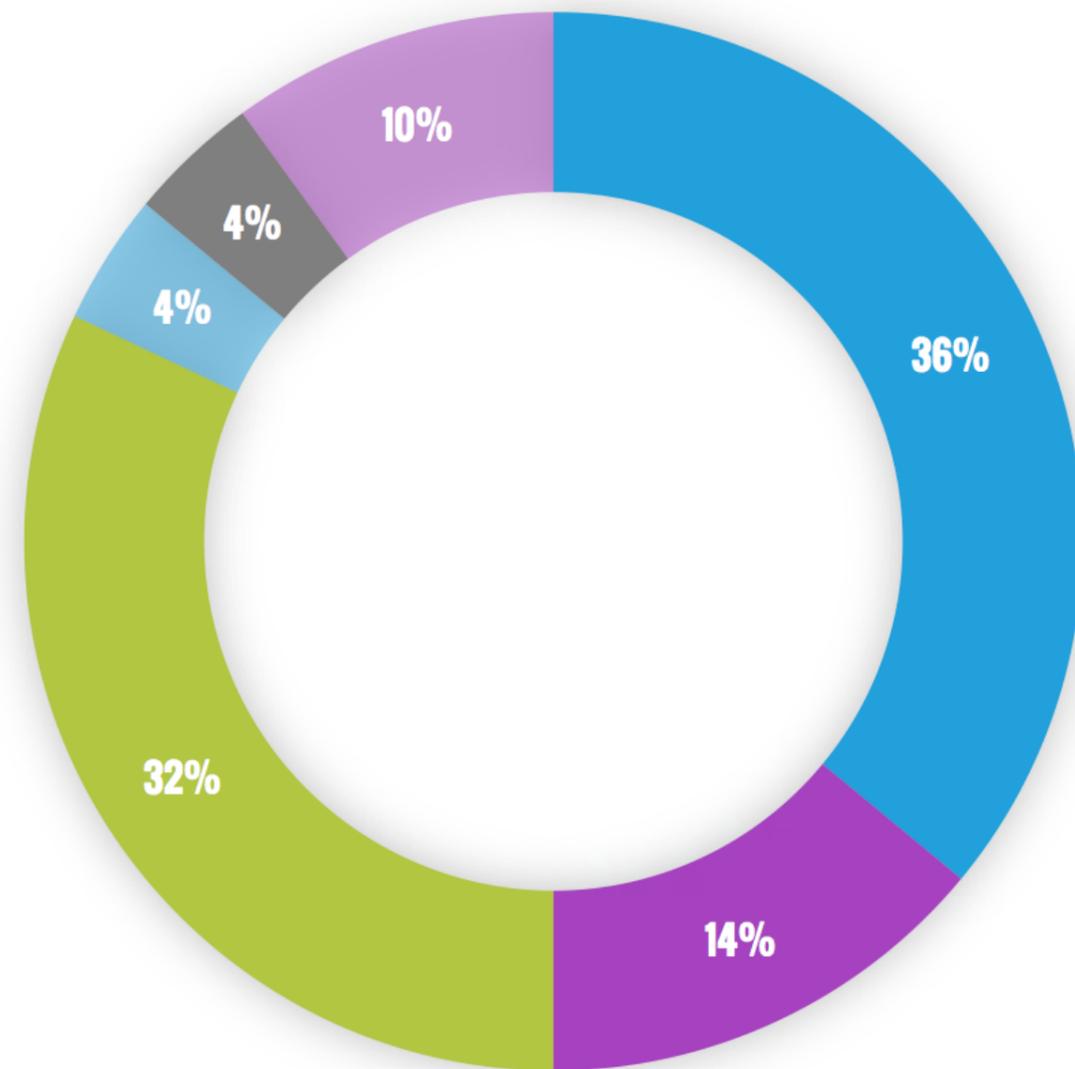
20% d'entre eux exercent au sein d'entreprises de technologies marketing et sont répartis à parts égales entre des entreprises de plus de 50 salariés et moins de 50 salariés.

## Où travaillent les influenceurs ?



Plus  
d'ingénieurs de  
formation  
que de  
journalistes  
dans le content  
marketing

Quelle formation initiale des influenceurs ?

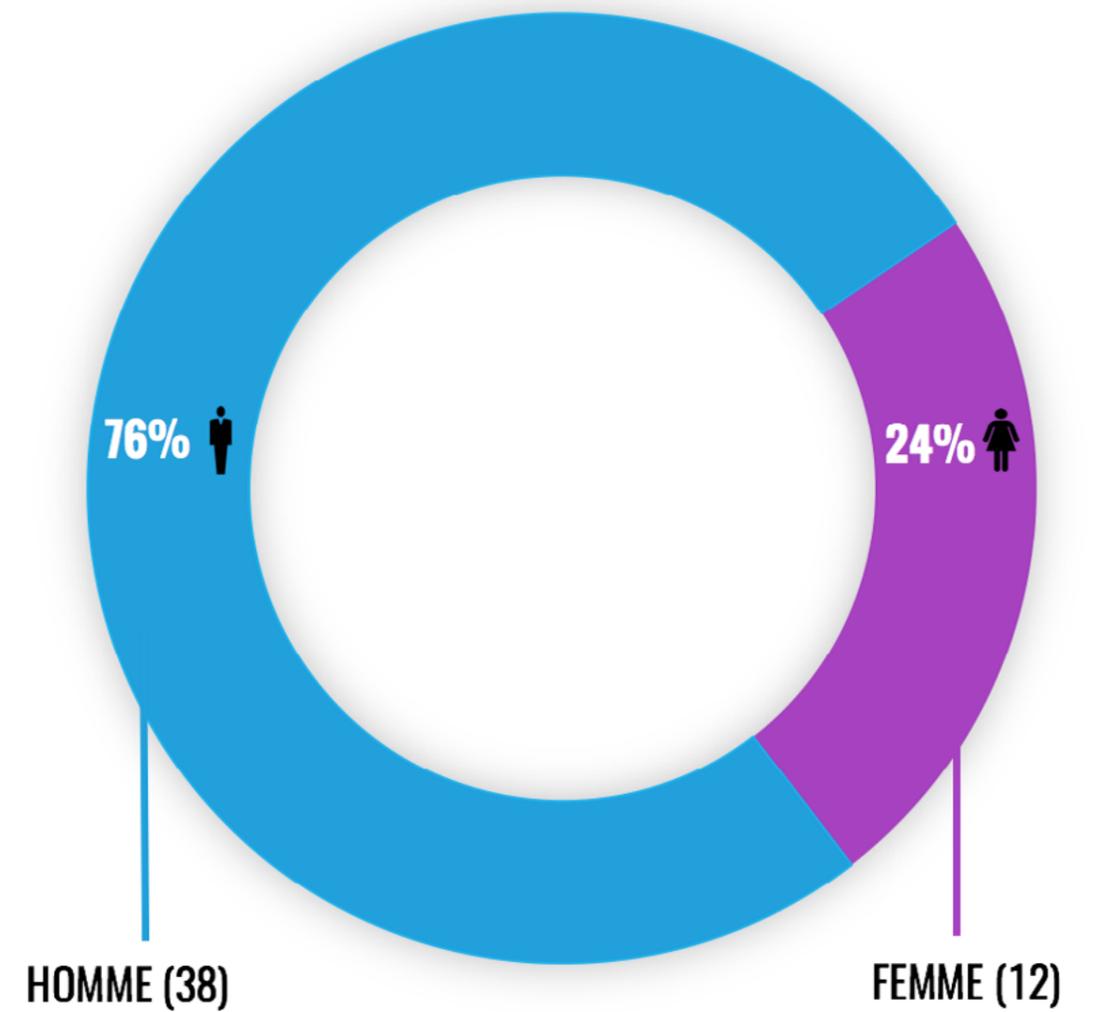


■ Université et IAE (18)   ■ Ecole de communication (7)   ■ Ecole de commerce (16)  
■ Ecole de journalisme (2)   ■ N/C (2)   ■ Ecole d'ingénieur (5)

# Le content marketing une profession masculine ?



Proportion Homme / Femme

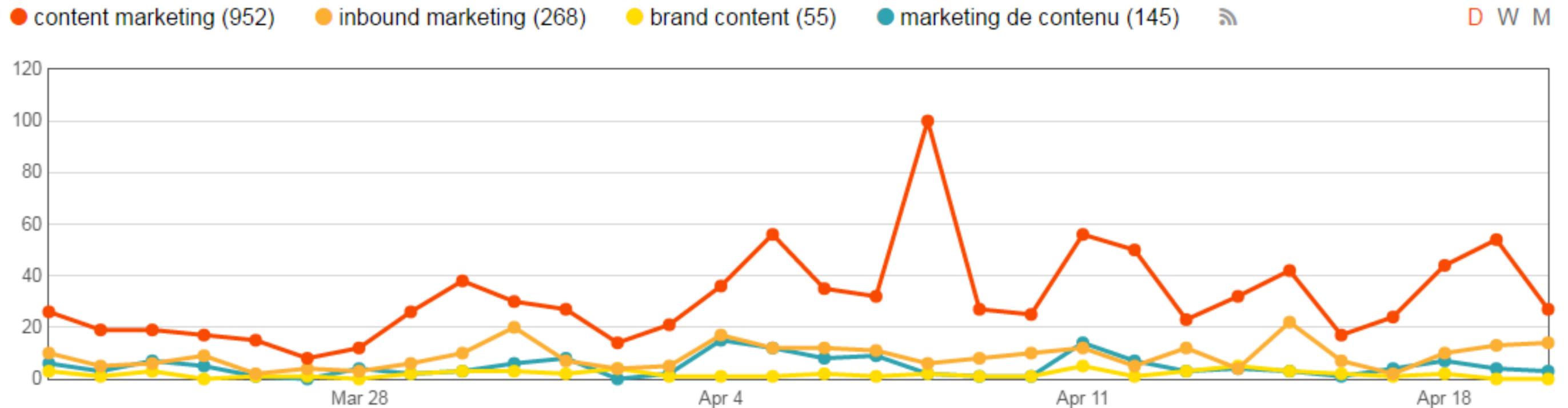


# Quels mots-clés dominent les conversations ?

 **36**  
Activated Influencers

 **1,348**  
Keyword Mentions

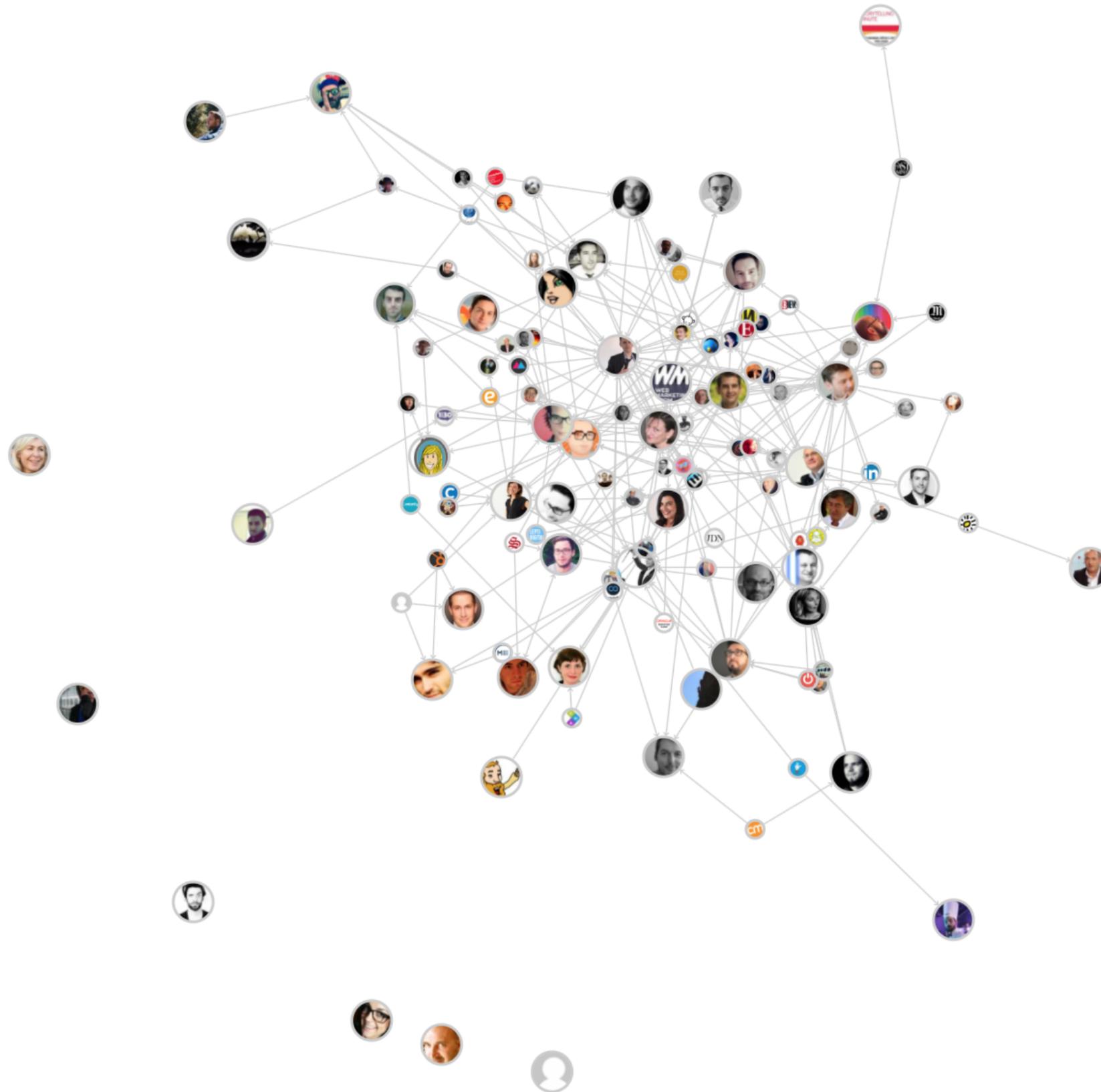
 **13M**  
Estimated Impressions



Sources : Traackr – période du 22 mars au 20 avril 2016

Les praticiens du « brand content » se fondent majoritairement sur « Google trends » pour démontrer que l'expression « brand content » est beaucoup plus requêtée que l'expression « content marketing ». À l'inverse de Google trends qui renseigne sur les mots-clés les plus tapés sans distinction des professionnels/non professionnels, on constate qu'au sein des professionnels du contenu et entre eux, le terme « content marketing » est de loin le plus présent dans les conversations.

# Qui influence qui ?



follow

follow follow follow follow follow follow follow

# Les influenceurs les plus suivis sur Twitter

RANG	NOM	TWITTER
1	Sylvain Lember	@WebmarketingCOM
2	Rudy Viard	@RudyViard
3	Gabriel Dabi Schwebel	@1min30
4	Lionel Clément	@Ecritoriales
5	Julie Robveille	@julie_ventilo
6	Clément Pellerin	@ClementPellerin
7	Stéphane Torregrosa	@squid_impact
8	Kevin Dangu	@KevinDangu
9	Eric Delcroix	@erdelcroix
10	Catherine Cervoni	@CathCervoni



# Analyses individuelles des influenceurs

# #1



# Florian Pouvreau

Dirigeant et fondateur d'1fluence digitale  
@fpo\_digital

#inboundmarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Titulaire d'un Master de l'ESC Troyes en marketing et innovation il est d'abord chargé d'analyses marketing au sein du Groupe Zannier puis directeur marketing opérationnel et marketing digital chez Novaedia. Il fonde ensuite l'agence de conseil en marketing digital Ikto. En septembre 2014, il devient directeur conseil marketing digital chez Markentive en charge de la formation des équipes à l'inbound marketing. Il crée en 2016 sa propre agence d'inbound marketing 1fluence digitale.

## Ses plus beaux contenus :

« Entreprises : pourquoi ne savez-vous pas mesurer votre performance sur internet ? »

« Et si le content marketing était simple, rapide et efficace ? »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

L'intégralité de son parcours et l'éventail de ses compétences qui l'ont amené du marketing, à la vente puis à la création de contenus, aux stratégies digitales inbound en passant par l'écriture. Florian est aussi entrepreneur : il est co-fondateur en association avec le Docteur Jean Marc Mennat, d'1fluence digitale, première agence d'inbound spécialisée dans le domaine de l'IT et de la santé.

## Pourquoi Florian est un influenceur du content marketing ?

Florian maîtrise autant la dimension stratégique de l'inbound et du content marketing que la dimension opérationnelle. Son expertise dans la majorité des aspects nécessaires à l'implémentation d'une stratégie marketing inbound, tant sur un plan technique (SEO, outils d'automatisation, notamment) que créatif l'ont amené à la fois à former des consultants à l'inbound (au sein de Markentive) et à entreprendre. A ses compétences protéiformes viennent s'ajouter un sens aigu « de la communauté digitale » qui l'a conduit à se construire en peu de temps, une communauté substantielle. Le tout à 29 ans ... Un vrai influenceur #1 !

# #2



# Christian Neff

Dirigeant et fondateur de Markentive  
@Markentive\_CEO

#inboundmarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Diplômé d'un Master de sciences et d'un 3ème cycle en stratégie et commerce international à « l'ESSEC Business school », Il sera ensuite consultant en stratégie marketing et communication au sein de grandes entreprises du domaine médical. Il bascule vers l'entrepreneuriat en 2012 pour créer Markentive, l'une des premières agences d'inbound marketing française dont il est fondateur et dirigeant.

## Ses plus beaux contenus :

« Les conséquences de l'inbound marketing à prévoir pour les entreprises » (Le Cercle Les Echos)  
« La communication digitale moderne au secours des journalistes » (JDN)

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création de son agence markentive et la tenue rigoureuse du blog de markentive dès les débuts de la création de l'agence en 2012 – et sans discontinuer. Comme il le dit lui-même, ce blog lui permet d'acquérir chaque mois au moins 3 nouveaux contacts qualifiés. CQFD :).

## Pourquoi Christian est un influenceur du content marketing ?

Christian est l'un des premiers entrepreneurs français à avoir anticipé les changements structurels des stratégies marketing et à avoir agi en conséquence en important l'inbound marketing en France. Markentive est l'une des premières agences d'inbound marketing française, partenaire Hubspot et est devenue en quelques années une des agences référentes en ce domaine.

# #3



## Maël Roth

Consultant Stratégies de contenu chez  
Scompler (ScribbleLive)  
@RothMaelFr

#inboundmarketing  
#contentmarketing

### Profil :

Diplômé en *Master of Science Marketing International* d'école supérieure de commerce (ESC Rennes), Il est consultant en stratégie de content marketing chez Scompler qui développe une solution SaaS pour la gestion efficace de tous les processus dans le content marketing, récemment rachetée par la technologie américaine de content marketing Scribble Live. En bon passionné de contenu et doté d'un vrai « inbound mindset » il est aussi guestblogueur pour Webmarketing&Com, my community manager, Markentive et 1m30.

### Ses plus beaux contenus :

Il en existe des dizaines, mais puisqu'il faut choisir voici ceux qui nous ont le plus plu :  
« l'Inbound marketing expliqué à ta mère » (immanquablement, nous n'avons pas pu en sélectionner un parmi ceux rédigés en Allemand ...).

À ne pas manquer également, sa bio : simple, « cash » et forcément créative... sous forme d'infographie.

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Incontestablement son blog trilingue « *let's talk content* » - *A multilingual blog on content marketing & marketing strategy & inbound marketing*. Mais aussi le fait place son expertise de consultant marketing au service de la technologie américaine de content marketing Scribble Live.

### Pourquoi Maël est un influenceur du content marketing ?

Maël est un cas d'école du content marketing. Son blog dédié au content marketing et à l'inbound marketing trilingue français, anglais et allemand est un exemple (probablement un des seuls en Europe) de content marketing pur et parfait. La qualité des contenus produits, fonds et forme, la fréquence de production de ces contenus et leurs dimensions pratiques, en font un « must-read ».

# #4



# Guilhem Bertholet

Dirigeant et fondateur d'Invox  
@guilhem

#inboundmarketing  
#contentmarketing

## Profil :

On ne présente plus Guilhem Bertholet ... l'archétype du serial entrepreneur qui donne envie de crier « coco-rico ». Diplômé d'un master de l'EM Lyon en *Master of science, entrepreneurship*, il co-fonde méthodia en 2004. Il contribuera au lancement de plusieurs start-up pendant plusieurs années au sein l'incubateur HEC dont notamment Leetchi, Dealissime, MinuteBuzz, e-loue.com, etc. Il est parallèlement cofondateur de La cuisine du Web tout en continuant les apéro-entrepreneurs qu'il a fondé dès 2010. Grand adepte du content marketing et l'un de ses évangélistes français, il crée l'agence de content marketing Invox, basée à Lyon.

## Ses plus beaux contenus :

« Une année de content marketing et marketing automation : 2016 en perspective »

« 5 façons d'encaisser les hausses et baisses de moral de la création d'entreprise, »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Naturellement la création d'Invox, toute première agence de content marketing officiellement dénommée comme telle et, l'initiative à l'origine des livres blancs d'invox «découvrir le marketing automation».

## Pourquoi Guilhem est un influenceur du content marketing ?

Guilhem est un serial entrepreneur doublé d'un blogueur de haut niveau et ce, depuis 1999 !! Deux des grandes qualités d'un influenceur. Son agence de content marketing Invox est l'une des toutes premières, si ce n'est la première en France, et il a été l'un des premiers à utiliser cette expression d'emblée et à marketer son agence sous cette même expression. Son expertise de toutes les dimensions du content marketing (stratégie éditoriale, production de contenu, marketing automation, etc.) doublées de ses talents d'orateur et son expertise d'entrepreneur font de lui l'un des influenceurs/décideurs incontournable du content marketing français.

# #5



# Gregory Nicolaidis

Dirigeant et fondateur de Youlovewords  
@YouLoveWords

#digitalmarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Diplômé de l'ESCP Europe en business et marketing, il travaille pendant deux ans au sein de l'équipe marketing de L'oréal Allemagne. Il sera pendant 5 ans le marketing manager d'Universal Musique France. Il fondera par la suite WeLoveWords en 2009, première plateforme fédérant une communauté d'auteurs (écrivains, journalistes, paroliers, humoristes...), puis Youlovewords en 2013 la société de production de contenus mettant en relation entreprises et auteurs pour des productions de contenus, content marketing.

## Ses plus beaux contenus :

ceux qu'il a contribué à créer ... sa plateforme WeLoveWords, le contently français, fédère aujourd'hui plus de 18.000 auteurs.

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Elles se comptent au pluriel : D'abord le mini site qu'il crée lorsqu'il est encore marketing manager chez Universal Music pour dénicher un auteur français à même d'écrire le prochain single d'une des artistes d'Universal Music. Après avoir reçu près de 1500 textes, le lauréat sélectionné s'est retrouvé dans le top 10 des chansons les plus diffusées par les radios françaises. L'idée de WeLoveWords était lancée. Ensuite bien sûr, sa plateforme de production de contenus. Très récemment, le blog youlovewords, qui dès ses débuts proposait un contenu buzzant « si tu m'adblockes, je te content marketing ».

## Pourquoi Gregory est un influenceur du content marketing ?

Gregory est à la fois marketeur, entrepreneur et fans de contenus. Il aime le contenu, sous toutes ses formes au point d'en faire une jolie techno, une belle agence et de fédérer sous sa bannière, une communauté d'auteurs d'une dimension inédite en France, contribuant de fait à institutionnaliser la production de contenus pour les marques – et par les marques. De l'évangélisation du content marketing 100% ;-).

# #6



# Jacques Tang

Dirigeant et fondateur de Zoom Consultant France

@Tangjacques

#socialmediamarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Il commencera sa carrière en tant que contrôleur budgétaire à l'Université Paris I puis à la Caisse des dépôts développement (filiales touristiques). Depuis cette date Jacques Tang siège au comité de direction de plusieurs filiales touristiques, spécialisées dans le tour operating, la gestion de villages de vacances et l'hôtellerie en pleine air. En 1987 il devient consultant marketing et communication. De ses expériences dans le tourisme, il résulte une expertise incontestée aboutissant logiquement à la création d'un blog spécialisé dans l'e-tourisme et l'emarketing. Jacques Tang devient expert de ce double domaine. Il est conférencier sur l'e-tourisme et la communication digitale. Il fonde Zoom consultant France, agence de communication globale et collaborative en 2000. Il est parallèlement et depuis 2014, administrateur de Jeblogue, lieu d'échange entre professionnels et amateurs. Il est enfin rédacteur pour le journal du community manager.

## Ses plus beaux contenus :

« Comment mettre en place son content marketing »

« Le rédacteur web et la page blanche »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Son blog lié à son expertise incontestée dans le domaine du tourisme au sein duquel il partage donc à la fois son expertise en marketing digital doublée de celles en matière d'e-tourisme.

## Pourquoi Jacques est un influenceur du content marketing ?

Jacques Tang est le profil type de l'influenceur digital. Une expertise profonde sur un sujet précis, des compétences digitales et rédactionnelles qui l'ont amené à bloguer, rédiger, former depuis plus de 15 ans et à fédérer une vraie communauté de passionnés de tourisme sur Twitter (+ de 7.500 abonnés). Une mention par ailleurs spéciale pour son agence au sein de laquelle il prône et promeut l'intégration du storytelling dans une stratégie digitale.

# #7



# Yann Gourvenec

Dirigeant et fondateur de Visionary Marketing  
@ygourven

#socialmediamarketing  
#digitalmarketing

## Profil :

Diplômé initialement d'un DESCAF à Skema Business School, il passera par EM Lyon, Canfield university, ESG, et Grenoble Ecole de management. Il débutera sa carrière en tant que consultant en stratégie marketing et internet chez Unisys puis deviendra ensuite consultant senior chez Capgemini. Il est à la tête du département internet et média digital chez Orange et fondateur de l'agence de marketing digital Visionary Marketing. Yann Gourvenec est également maître de conférences à l'ESG et Paris Dauphine. Il est par ailleurs *Program Director MS Digital business strategy* à l'Ecole de management de Grenoble.

## Ses plus beaux contenus :

Parmi les 1500 articles publiés depuis 2005 sur le blog de Visionary Marketing et les innombrables articles rédigés sur ce thème nous avons sélectionné celui-ci : « inbound marketing : enrichissez vos clients et vous vous enrichirez ».

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Naturellement le blog de Visionary marketing mais également, la qualité des contenus produits par ses équipes et la visibilité qu'il leur permet de gagner très vite en les formant bien. Enfin, son dernier webinar de mars 2016 sur « les 5 enjeux du content marketing pour 2016 et dépasser le content shock ».

## Pourquoi Yann est un influenceur du content marketing ?

Yann Gourvenec cumule un ensemble de compétences et d'expériences qui font de lui un acteur incontournable du content marketing français et l'un de ses tous premiers évangélistes. Il maîtrise parfaitement les cycles du content marketing et les applique à tous égards : celui de ses clients (grandes et moyennes entreprises), à lui-même (le blog de Visionary marketing est un incontournable) ainsi qu'à ses différents collaborateurs qui tous, deviennent très rapidement de très bons professionnels du content marketing à leur tour...Sa communauté est substantielle et qualifiée (+ de 15.2 followers sur twitter).

# #8



## Rudy Viard

Dirigeant et fondateur de Webmarketing Conseil  
@RudyViard

#Socialmediamarketing  
#inboundmarketing

### Profil :

Titulaire d'une Maîtrise en histoire de l'art à l'Université de Tours et d'un Master professionnel en management de projets européens à de l'université de Caen en 2006. Il démarre en tant que responsable de la communication chez Ile de France Technologie. Il sera ensuite responsable marketing chez Screentoaster puis social media manager chez Mediabrands. Il gère par ailleurs Airsoft Squared, réseau social de niche dédié au Airsoft. Il lance enfin Webmarketing-conseil, société de formation, conseil et coaching auprès des agences, cabinets de conseil et entreprises exclusivement en B2B.

### Ses plus beaux contenus :

- « Comment créer un article de blog de qualité ? »
- « Comment créer du trafic avec votre blog ? »

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Son site internet et l'ensemble des contenus de son blog qui « affichent la couleur » en posant clairement l'objectif : générer du chiffre d'affaires grâce à une stratégie digitale pertinente et majoritairement grâce aux réseaux sociaux.

### Pourquoi Rudy est un influenceur du content marketing ?

En peu de temps, Rudy Viard a multiplié grâce à son contenu, les performances digitales. Il revendique l'utilisation pour lui-même autant que pour ses clients de stratégies de marketing digital très performantes, un peu à la « Neil Patel » ;) - expert américain du marketing digital devenu célèbre grâce à l'efficacité de ses techniques marketing extrêmement rémunératrices - Neil Patel ayant d'ailleurs contribué à l'un des contenus phares proposé en téléchargement par Rudy Viard. Une stratégie payante pour Rudy Viard qui revendique une audience de 125.000 VU acquise en un an et à l'image de la taille de sa communauté de 32.500 followers sur Twitter...

# #9



# Cédric Hoareau

Fondateur du blog «boulevard du web»  
@sunsetbld1967

#socialmediamarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Diplomé d'une Licence professionnelle de communication numérique de l'Université de Perpignan. Il commence sa carrière en tant que graphiste chez Imazcom et dans la foulée il lance son blog devenu célèbre « boulevard du web » au sein duquel il fait « tout » et en particulier la gestion d'une communauté qui croît vite (et bien !)

## Ses plus beaux contenus :

« Où dénicher des idées d'articles pour son blog ? »

Et celui qu'on a aimé le plus dans le contexte de ce livre blanc ... « A quoi servent les classements influenceurs ? (à rien) » !!

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La construction d'une communauté très qualifiée construite autour de ses contenus et son niveau d'engagement avec cette même communauté.

## Pourquoi Cédric est un influenceur du content marketing ?

Cédric s'est construit rapidement une communauté (cumulée) de près de 10.000 Followers (notamment) sur la base de son blog et autour de son expertise initiale du design et de la gestion des communautés – il dit ce qu'il fait et fait ce qu'il dit. Il est engagé, s'engage et donc influence de manière ciblée.

# #10



# Xavier Foucaud

Content Manager chez NP6  
@XavierFoucaud

#socialmediamarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Diplômé de l'Ecole du journalisme et de communication de Nice, il a d'abord été journaliste pour Canal + et France Télévision puis rédacteur web et responsable social média pour Happytime et smartbox. Il a ensuite été community manager au sein du groupe Editalis, éditeur du magazine digital e-marketing pour lequel il a naturellement produit beaucoup de contenus (création + distribution). Il est aujourd'hui content marketing manager au sein du groupe NP6, éditeur de logiciel Saas « Smart Cloud Marketing » (e-mail marketing, data intelligence et veille email marketing).

## Ses plus beaux contenus :

« 8 blogs américains de content marketing inspirants ».

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La cohérence parfaite de l'intégralité de son parcours professionnel : du journaliste télé au rédacteur de contenu web pour des pure players puis community manager jusqu'à sa fonction officielle de content manager.

## Pourquoi Xavier est un influenceur du content marketing ?

Xavier est l'incarnation parfaite de la transformation du journaliste en producteur de contenus digitaux. Il a mis au service du digital son expertise journalistique à la fois en produisant des contenus qualitatifs pour des marques pure player, des médias spécialisés sur le marketing digital mais aussi en devenant un expert dans la distribution de ses contenus. Sa rôle de content manager au sein d'une entreprise de software marketing collectant de la data finit d'achever la démonstration ;-)

# #11



# Catherine Cervoni

Attachée de Presse Freelance  
@CathCervoni

#contentmarketing  
#RP

## Profil :

Catherine est double diplômée, titulaire d'un DEUG de Droit puis diplômée de l'ISCOM et – fait notable – titulaire d'un Master en PNL. Elle a été responsable marketing, communication, relations presse et publiques chez l'annonceur pendant une quinzaine d'année puis attachée de presse chez l'annonceur avant de créer sa propre structure en 2010. Elle est aujourd'hui conseil, attachée de presse et formatrice en RP 2.0 et médias sociaux.

## Ses plus beaux contenus :

« Quel est le véritable pouvoir des e-influenceurs ? »  
« 5 idées fausses sur les RP – RP 2.0 »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

L'intégralité de son parcours incarnant parfaitement dans le paysage français du marketing digital, le pouvoir du *earned media*.

## Pourquoi Catherine est un influenceur du content marketing ?

Catherine a parfaitement « content marketé » en France, pour elle-même autant que pour son impressionnante communauté, le concept américain de *earned media*, brique essentielle d'une stratégie de diffusion des contenus produits dans le cadre d'une stratégie de content marketing. On peut lui attribuer « la maternité » du concept de « RP 2.0 » à propos duquel elle a beaucoup écrit et autour duquel elle engage sa communauté autant qu'elle suscite l'engagement. Un sans faute influenceur.

# #12



## Olivier Cimelière

Dirigeant et fondateur de Heuristik  
Communication et créateur du « blogducom-  
municant »

@olivcim

#communication  
#influence

### Profil :

Diplômé d'un BS de journalisme et communication du Celsa. Olivier a été Directeur de la communication corporate chez Nestlé, Vice président de la communication corporate chez Ericsson puis chef du département communication et affaire publiques chez Google. En mai 2010 il lance son blog, « le blog du communicant ». Il est dirigeant et fondateur de l'agence Heuristik communication.

### Ses plus beaux contenus :

- « Stratégie de contenus : le podcast, un canal de communication qui donne de plus en plus de la voix ! »
- « Publicité native : innovation pour les contenus ou risque patent de dérive éditoriale ? »
- « Influenceur, influenceur, est-ce que j'ai une gueule d'influenceur ? Mythes et réalités »

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Son blog « le blog du communicant », avant même le lancement de son entreprise de communication (Heuristik Communication) qui est devenu dans le paysage du contenu digital français, un des blogs les plus influents – presque un média autonome sur l'industrie de la communication. Lorsqu'Olivier Cimelières prend la plume « digitale », il est lu, partagé, suivi, commenté. Tous les ingrédients de la viralité.

### Pourquoi Olivier est un influenceur du content marketing ?

Indépendamment de sa notoriété, de sa communauté impressionnante, du niveau hautement qualitatif des contenus - souvent très denses - qu'il produit de surcroît sur une base fréquence régulière depuis 6 ans, le plus édifiant dans le positionnement global d'Olivier est l'extrême cohérence entre ses écrits et ses actions. L'incarnation parfaite, sur l'industrie de la communication et de la communication digitale, d'application à soi-même des préconisations formulées à autrui, le tout à un très haut niveau d'expertise. Autant d'éléments factuels qui font d'Olivier un influenceur incontournable du marketing digital en général.

# #13



# Arnaud Verchère

Co-fondateur de « Siècle digital »  
@ArnaudVerchere

#socialmediamarketing

## Profil :

Diplômé d'un Master 2 en marketing et communication à l'ISCOM Paris. Il est co-fondateur de « Siècle Digital », Traffic et community manager de Toupargel Groupe.

## Ses plus beaux contenus :

Parmi tous ceux produits par Arnaud :

« Ad block : qui sont les utilisateurs ? »

« Facebook, du réseau social au média »

« Google search : comment devenir un expert de la recherche ».

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Joindre le faire, le dire et le savoir-faire en créant un média dédié au digital, produire des contenus sur cette même thématique sur une fréquence régulière et, en parallèle, appliquer ses principes et recommandations pour le compte d'un annonceur.

## Pourquoi Arnaud est un influenceur du content marketing ?

Après avoir été maître dresseur Pokémon en 1999 :) ... Arnaud co-fonde le blog/média « Siècle digital » devenu en moins de 3 ans un média français parmi les plus influents sur la thématique globale du digital français. Avec Valentin Blanchot, en moins de 3 ans, ils sont parvenus à fédérer une communauté de rédacteurs très qualifiés et de « fans » impressionnante.

# #14



## Eric Delcroix

Consultant en communication et médias sociaux  
@erdelcroix

#communitymanagement  
#Socialmediamarketing

### Profil :

Il est diplômé d'un Master à l'institut Européen des Affaires en Marketing/ Marketing management. Il a été rédacteur, photographe et maquettiste chez Icônes puis maître de conférences associé à l'UFR IDIST Lille 3. Il est fondateur de Blog en Nord et « des journées du contenu Web » tout ceci, en parallèle de son métier de consultant en communication et médias sociaux.

### Ses plus beaux contenus :

« Il n'y aurait pas eu de « je suis Charlie » sans les médias sociaux »  
« Content marketing, moins de texte mais désormais des images » (dès 2014).

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Le traitement du contenu par le biais de blog et d'un événement « physique » (les « Journées du contenu web ») sous le double prisme d'une industrie (en l'occurrence celle du contenu digital) et d'une sectorisation géographique, le Nord Pas-de-Calais. Une initiative inédite démontrant une vraie réflexion « content marketing ».

### Pourquoi Eric est un influenceur du content marketing ?

Eric est l'initiateur (visionnaire et courageux) d'un des premiers événements « live » autour du contenu, intelligemment marketé sous une dimension géographique (puisque organisé, dans le prolongement de son blog « blog en Nord », exclusivement dans le Nord Pas-de-Calais. Cet événement initié dès 2008 a permis l'intervention d'experts du SEO et du contenu de langues francophones de tous horizons (Canada, Belges, Maroc). Les prémices du content marketing français ?

# #15



# Lionel Clément

fondateur de [Storytelling.fr](http://Storytelling.fr)  
[@Ecritoriales](https://twitter.com/Ecritoriales)

#contentmarketing  
#storytelling

## Profil :

Diplômé d'une Maîtrise de philosophie à L'université Lyon 3. Consultant et formateur en Webmarketing et storytelling, fondateur et rédacteur du webzine « l'ivre de lire » et co-fondateur de Mediatik agence d'inbound marketing, associée avec Julie Robveille.

## Ses plus beaux contenus :

Lionel est un grand créateur de contenus, à la fois forme, fond et quantité. Parmi tous ceux produits par Lionel nous avons particulièrement aimé :

« le storytelling : l'ADN du content marketing »

« Osez pratiquer un Inbound marketing décomplexé ! »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La puissance de son blog [storytelling.fr](http://storytelling.fr), son incroyable capacité créatrice de contenu (Lionel produit quasiment chaque jour des contenus originaux) et son expertise particulière des techniques de storytelling, placées au service de son agence grenobloise d'inbound marketing, Mediatik co-fondée avec Julie Robveille.

## Pourquoi Lionel est un influenceur du content marketing ?

Lionel est l'un des rares acteurs français du marketing digital à s'être très tôt spécialisé dans le storytelling et à avoir développé une réelle expertise stratégique et technique sur ce domaine. Le storytelling est en effet l'un des piliers d'une stratégie de content marketing, encore trop souvent oublié dans la pratique française du content marketing. Lionel est également un talentueux fédérateur et bâtisseur de communauté dans chacune des industries qui le passionnent, de la lecture à l'inbound marketing en passant par le storytelling.

# #16



# Gregory Coste

Dirigeant et fondateur de Conseils,  
Communications et Marketing Utiles  
@GregCoste

#inboundmarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Grégory a été successivement planneur stratégique, consultant et conseiller en communication et marketing intégré (publicité, marketing services, social media et stratégie de contenu *off* et *on line*) puis concepteur rédacteur et content manager. Il a 15 ans d'expérience auprès d'annonceurs tels que Vidal, Publicis Groupe, Ogilvy, Veolia water, Havas Digital, BETC digital et TBWA – notamment. Il est également formateur et intervenant pédagogique à Sup de Pub et ISEG group.

## Ses plus beaux contenus :

Son infographie « le content marketing expliqué en infographie avec des carottes et des lapins » et son récent article « communication digitale : pourquoi recruter un chargé de contenu ».

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Joindre le faire, le dire et le savoir-faire en créant un média dédié au digital, produire des contenus sur cette même thématique sur une fréquence régulière et, en parallèle, appliquer ses principes et recommandations pour le compte d'un annonceur.

## Pourquoi Gregory est un influenceur du content marketing ?

Grégory est l'archétype de l'expert à la fois créatif et passionné de contenus. La polyvalence de son parcours à la fois communication/marketing/créatif au service de grands comptes l'ayant amené à se spécialiser aujourd'hui de manière claire et assumée en content marketing font de lui un influenceur à suivre de très près.

# #17



# Vincent Puren

Directeur de Maddystudio et co-fondateur de Maddy Keynote  
@VincentPUREN

#socialmediamarketing  
#brandcontent

## Profil :

Titulaire d'un Bachelor en stratégie de communication de l'INSEEC Bordeaux puis d'une maîtrise en communication digitale et multimédia et d'un MBA Entrepreneur de l'INSEEC Paris. Il fonde l'agence Hallès, spécialisée dans la scénarisation et la diffusion d'expériences interactives et sociales des marques puis co-fonde l'Atelier du numérique dont il est directeur de la publication et contribue au magazine digital Presse-citron. Il devient ensuite *head of content & research* au sein du Hub Institute avant de prendre la direction de MaddyStudio, le studio de création du magazine digital dédié aux Start-ups, Maddynews.

## Ses plus beaux contenus :

« Storytelling, transmedia & blockbusters : quand le cinéma redéfinit la notion de marketing »  
« L'UGC, un outil de communication performant mais inexploité »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Sa décision de prendre en charge la direction de l'agence éditoriale du média Maddynews, accompagnant startups et grands comptes dans leur stratégie de communication digitale et éditoriale.

## Pourquoi Vincent est un influenceur du content marketing ?

Vincent est à la fois un créateur de contenus, un stratège du contenu doublé d'un entrepreneur. Il manie la création de contenus sous de très nombreux formats sur des sujets à la fois innovants et le positionnant en leader d'opinion. En particulier, il dispose d'une maîtrise incontestée de la monétisation des contenus produits tant par le média que par son agence par l'organisation d'évènements, tel que le sommet de l'innovation Maddy Keynote.

# #18



# Valentin Blanchot

Co-fondateur de Siècle Digital  
@vblanchot

#communitymanagement  
#socialmediamarketing

## Profil :

Diplômé d'un Master 2 en communication et création numérique à l'ISCOM. Il a été community manager chez Vapiano, consultant innovation pour le groupe Casino et aujourd'hui community manager chez GL events. Depuis 2013, il est également co-fondateur et éditeur de Siècle digital.

## Ses plus beaux contenus :

Parmi les centaines de contenus produits par Valentin nous avons particulièrement aimé :

« Facebook instaure des règles pour les contenus partenaires »

« Comment CNN utilise Snapchat au quotidien ? »

« Le Washington Post se lance dans la vidéo verticale »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La co-crédation du blog/média « siècle digital » devenu un référent dans le domaine du digital et des innovations digitales et sa capacité à fédérer une communauté de rédacteurs très qualifiés.

## Pourquoi Valentin est un influenceur du content marketing ?

Valentin est un très gros créateur de contenus répondant au Saint-Graal du content marketing c'est-à-dire des contenus de qualités (et articles de fonds) en grande quantité - en plus d'expérimenter au quotidien les stratégies de distributions de ses contenus chez l'annonceur. Le résultat est payant puisqu'en moins de trois ans Siècle digital, majoritairement grâce à ses contenus écrits, est parvenu à une fédération de plus de 30.000 followers sur Twitter et est devenu une référence de l'innovation digital en France.

# #19



# Ludovic Salenne

Dirigeant et fondateur de SLN WEB  
@LudoSLN

#inboundmarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Titulaire d'un Master en marketing et management international de l'IUP du Havre. Il est chef de projet marketing chez Navimo, société spécialisée dans la commercialisation B2B de produits de sécurité maritime puis chez Interio'rs et ADMI France. Il fonde son agence SLN Web spécialisée dans le web marketing, la communication digitale et l'image de marque.

## Ses plus beaux contenus :

- « Le content marketing, un allié de poids pour la force commerciale »
- « L'inbound marketing pour les nuls »
- « Le tableau périodique du marketing de contenu »
- « 11 étapes pour un marketing de contenu efficace {infographie} »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Joindre le faire, le dire et le savoir-faire en créant un média dédié au digital, produire des contenus sur cette même thématique sur une fréquence régulière et, en parallèle, appliquer ses principes et recommandations pour le compte d'un annonceur.

## Pourquoi Ludovic est un influenceur du content marketing ?

Comme il se décrit lui-même, Ludovic est un passionné du contenu web, du partage et de l'échange. Créateur prolifique de contenus, notamment sur le content marketing il est aussi généreux dans le partage de son expertise. Sa communauté le lui rend d'ailleurs bien. Un vrai influenceur content marketing !

# #20



## Matthieu Tran-Van

Directeur de clientèle programmatique Monde  
chez Google  
@matthieutv

#socialmediamarketing  
#contentmarketing

### Profil :

Diplômé d'une Master en marketing, consulting, management de l'innovation à l'EM Grenoble il devient responsable marketing et e-marketing chez « International Commercial Engineering ». Après 5 ans en agence où il gère des dizaines de comptes clients, il rentre chez Google où il devient gestionnaire comptes clés. Il est aujourd'hui directeur de clientèle programmatique Monde chez Google.

### Ses plus beaux contenus :

« Blogueurs : 5 étapes pour élaborer votre plan 2016 »

« Comment devriez-vous grouper vos pages de contenus dans Google Analytics ».

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Son blog sur le webmarketing qui condense tous les ingrédients d'une stratégie de content marketing aboutie : calendrier éditorial très rigoureux structuré autour de différents gabarits de contenus qui fonctionnent bien : l'infographie du mercredi, le slideshare du vendredi. La qualité de ses contenus et son système de mesure de performance de ses contenus « home made ».

### Pourquoi Matthieu est un influenceur du content marketing ?

Un des très rares Googler a avoir son propre blog sur le web marketing. Ce blog existait déjà avant ses débuts chez Google et, en bon créateur de contenu passionné, il a tenu à l'entretenir tout en étant chez Google. Le blog de Matthieu est l'incarnation d'une bonne stratégie de content marketing : qualité des contenus, fréquence et rigueur dans la publication, tracking et mesure de performance personnalisée. À cette expertise « contenu » protéiforme s'ajoute une expertise commerciale terrain très dense. Vrai influenceur contenu + marketing. Un influenceur à suivre absolument.

# #21



# Marie Dollé

Head of content chez Kantar Media  
@MarieDOLLE

#socialmediamarketing  
#inboundmarketing

## Profil :

Marie a démarré en tant que *head of marketing* chez Press Index. Elle a ensuite intégré Kantar Media Reputation Intelligence au sein duquel elle a d'abord été global inbound marketing avant d'être nommée *head of content & digital strategist*.

## Ses plus beaux contenus :

Parmi les nombreux contenus produits par Marie, s'il faut n'en retenir qu'un, incontestablement le livre blanc sur le « média Halo » expression et concept créé par Marie Dollé au nom et pour le compte de Kantar Média et conçu avec l'objectif de faire avancer les réflexions autour du traditionnel triptique *Earned/Owned/Paid Media*, initialement conçu par l'Institut américain Forrester.

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Être en charge de la stratégie de contenu au sein d'une des entreprises de référence en veille et data intelligence sur le digital et, en cette qualité, endosser la responsabilité éditoriale des contenus innovants créés par elle et par ses équipes.

## Pourquoi Marie est un influenceur du content marketing ?

La nature des responsabilités éditoriales de Marie au sein d'une entreprise réputée mondialement pour sa collecte de datas qualifiées sur les métiers du digital, la nature des contenus produits par ses soins (et par ses équipes) et les risques pris par Marie dans la création de contenus innovants (le Média Halo précité en étant l'illustration emblématique) sont les caractéristiques d'une stratégie de content marketing de Kantar Media extrêmement pertinentes à mettre au crédit de Marie Dollé, faisant d'elle un influenceur du content marketing à suivre absolument.

# #22



# Sylvain Lember

Dirigeant et fondateur de Webmarketing & co'm et d'Agence & co'm  
@WebmarketingCOM

#socialmediamarketing  
#inboundmarketing

## Profil :

Titulaire d'un DUT GEA à L'IUT de Sénart / Fontainebleau, Sylvain obtient sa certification de Webmarketeur On-Line Marketing de l'IFOCOP. Il commence en tant que *search engine marketing project manager* puis *online marketing manager* chez Euro-Assurance. En 2006, il lance son blog Webmarketing & co'm et fonde l'agence de marketing digital « Agence & co'm » en 2012.

## Ses plus beaux contenus :

En sa qualité de rédacteur en chef du blog, tous ceux dont il prend la responsabilité de la publication et notamment, de manière croissante depuis plusieurs années, ceux liés à l'inbound marketing et au content marketing.

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La production de contenus hyper qualifiés sur une industrie donnée (son blog webmarketing & co'm) + la construction d'une communauté d'une centaine de rédacteurs répartis dans 10 pays et de lecteurs assidus + la monétisation de ses contenus en agence.

## Pourquoi Sylvain est un influenceur du content marketing ?

Sylvain a le parcours typique de l'entrepreneur en content marketing : il a commencé par lancer son blog grâce auquel il a démontré son expertise particulière du marketing digital. Dans le prolongement naturel de son positionnement en leader d'opinion grâce à ce blog, sur ses questions, il a ensuite lancé son agence et commercialisé des prestations variées, parmi lesquelles notamment des prestations d'inbound marketing.

# #23



## Stéphane Truphème

Dirigeant et fondateur de Captain Marketing  
@trupheme

#socialmediamarketing  
#inboundmarketing

### Profil :

Titulaire d'un DEA, analyse économique de l'Université Aix-Marseille III. Stéphane est consultant et formateur spécialisé dans le pilotage de projets de transformation digitale pour le compte de clients grands comptes et PME. En particulier il anime des formations en marketing digital et médias sociaux pour le compte de divers instituts de formation : Comundi, Orsys, ISM, Clever Institut... Entrepreneur & Startupper, il a co-fondé l'agence digital Kinoa (juin 2000), une des toutes premières agences digitales parisiennes d'inbound marketing. Il travaille actuellement à la création de sa nouvelle start-up dans le secteur du marketing technologique : Captain Marketing.

### Ses plus beaux contenus :

Son livre « inbound marketing : attirer, conquérir et enchainer le client à l'ère du digital », mais on a surtout aimé l'initiative prise du contenu intitulé « le cours du contenu ».

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création de l'agence d'inbound marketing Kinoa et de l'institut de formation Kinoa dédié au marketing digital au sein duquel est enseigné en particulier, l'inbound marketing et le content marketing.

### Pourquoi Stéphane est un influenceur du content marketing ?

Stéphane Truphème ne suit pas les tendances, il les impulse. Il lance Kinoa à une époque où l'inbound et le content marketing sont encore des termes peu familiers. Il applique à son agence les règles du content marketing : diffusion de contenus qualifiés et Institut de formation pour évangéliser pratiques et méthodes du content marketing et de l'inbound marketing.

# #24



# Bertrand Barbet

Co-fondateur de Limber  
@BertrandBarbet

#socialmediamarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Titulaire d'un Bachelor en *business administration* d'Assas et d'un Master en innovation et entrepreneuriat de l'ESC Rennes. Il co-fonde Link-US puis devient responsable marketing de ROK Solution. Il est ensuite responsable des programmes marketing de la technologie marketing Bonitasoft puis Senior Manager lead generation and programs.

## Ses plus beaux contenus :

« Inbound marketing : définitions et bonnes pratiques »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Entreprendre dans le domaine des technologies de content marketing pour créer un software 100% français de distribution et d'amplification des contenus ET doter cette technologie d'un blog dédié au content marketing.

## Pourquoi Bertrand est un influenceur du content marketing ?

L'expérience acquise par Bertrand au sein d'entreprise de technologies marketing l'a amené à appréhender de manière très concrète le « pourquoi » et le « comment » du content marketing. Limber est le fruit de cette expertise pratique auquel Bertrand joint une vraie approche « contenu » en produisant des contenus pertinents sur son industrie.

# #25



# François Houste

Senior Account Director - eTravel Vertical chez  
Wax interactive  
@fhouste

#socialmediamarketing  
#SEO

## Profil :

Titulaire d'un DUT en sciences informatiques et diplômé de Sup Info Com Valenciennes. Il est journaliste pour Net magazine en 1999 puis rentre chez Lycos en tant que *editorial manager* puis *hosting product manager*. En 2006, il devient « *special projects & analytics* » *director* chez LSF Interactive. Il rejoint ensuite Wax Interactive en tant que *senior account director* (e-travel vertical) en aout 2010. Il est également chargé de cours au sein du Master 2 Tourisme de l'Université d'Angers

## Ses plus beaux contenus :

« Introduction au marketing de l'enthousiasme »

« #ContentFactory : votre organisation est-elle prête pour le marketing de contenu ? »

Et notre préféré « en finir avec le mythe du contenu pas cher... » ;-).

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création de son blog en 2010, dédié à l'innovation et au marketing sur l'industrie du voyage, devenu depuis une référence sur cette thématique.

## Pourquoi François est un influenceur du content marketing ?

François est un vrai expert du marketing digital et en particulier du SEO en plus d'être un très gros créateur de (très beaux) contenus sur des thématiques précises (et populaires). Son blog eTourisme Feng Shui est devenu un média incontournable tant dans l'industrie du tourisme que dans celle du marketing digital et de l'innovation. Un expert du SEO devenu aussi expert du content marketing... Un must follow.

# #26



## Isabelle Mufraggi

Responsable éditoriale chez Webedia  
@imufraggi

#socialmediamarketing  
#brandcontent

### Profil :

Titulaire d'un Master 2 DEA, langue française et communication à la Sorbonne puis diplômée de l'Institut Français de la Presse (Université Panthéon Assas). Elle est également titulaire d'un Master « management des médias et du numérique » de Sciences-Po Paris. Elle devient directrice de clientèle chez DDB en 2000 puis directrice conseil chez Sequoia Makheia Group. Elle est aujourd'hui responsable éditoriale chez Webedia.

### Ses plus beaux contenus :

[www.laoujetemenerai.com](http://www.laoujetemenerai.com) site signé GDF SUEZ sur la thématique de l'environnement, de l'écologie et des innovations vertes

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Son quotidien ... lorsqu'elle conseille, crée et supervise la production des contenus et lignes éditoriales de marques, pour leur communication corporate.

### Pourquoi Isabelle est un influenceur du content marketing ?

Isabelle est responsable de la stratégie éditoriale de grandes marques au niveau corporate donc un domaine sur lequel la frontière entre le brand content et le content marketing est très ténue et où concevoir des contenus à la fois engageant sans tomber dans l'écueil du trop « brand-centric » n'est pas évident. Les contenus dont elle a la responsabilité éditoriale sont pourtant de vrais « marques de contenu » autonomes, pas seulement des contenus de marques ... du bon content marketing en somme.

# #27



# Gabriel Dabi-Schwebel

Dirigeant et fondateur de l'agence 1min30  
@1min30

#inboundmarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Titulaire d'un diplôme d'ingénieur de l'Ecole Nationale Supérieure de Techniques Avancées, et d'un MBA overview de la New York University. Il commence comme consultant chez Alcatel. Il est ensuite VP marketing et fondateur de PlayFab. Il devient directeur du programme TV mobile à Lagardère Active en 2007 puis directeur délégué du pôle TV Lagardère Active en 2008. Il fonde Green Inside Consulting en 2009. Parallèlement, il est pendant 10 ans consultant télécom et média chez Gabriel D.S. Il est président et fondateur de Soft4Energy en 2009 et depuis 2012, directeur associé et fondateur de l'agence d'inbound marketing 1min30.

## Ses plus beaux contenus :

Certains de ses contenus publiés dans des médias comme La Tribune ou Le Monde ont été des références. Nous citerons notamment : « sur internet, le contenu c'est le nouveau packaging » ; « nous sommes tous des médias » ; « une stratégie digitale est avant tout une stratégie éditoriale » et son article de juillet 2013 paru dans le Monde « révolution dans la chaîne publicitaire » qui l'avait fait connaître.

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création de son agence 1m30 et sa capacité à varier les gabarits de contenus pour le compte de sa propre promotion.

## Pourquoi Gabriel est un influenceur du content marketing ?

Gabriel est l'un des précurseurs de l'inbound marketing en France et sans doute aussi l'un des premiers à avoir évoqué la nécessité pour les marques d'effectuer leur transformation en média.

# #28



## Kévin Dangu

Chef de projet au sein de l'agence Verywell  
@KevinDangu

#communitymanagement  
#contentmarketing

### Profil :

Diplomé d'un Master marketing de l'IAE Toulouse. Il commence en tant que consultant Marketing chez Success Torus en 2013. Il est ensuite Redacteur marketing-actualité chez Resonews. Il passe chez Efficycle en 2013 comme chargé marketing et gestion des communautés. Il devient ensuite consultant inbound marketing chez 1m30. Parallèlement il est rédacteur marketing sur Webmarketing-com. Il est chef de projet, responsable de l'agence social média de 2014 à 2016. Il est actuellement chef de projet au sein de l'Agence Verywell.

### Ses plus beaux contenus :

- « Content marketing : 3 conseils pour se lancer / content marketing stories »
- « Le marketing d'influence : une frontière entre individualisation et considération émotionnelle »
- « En route vers l'adaptive content »

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Le lancement de son blog personnel « leboparleur.com ».

### Pourquoi Kévin est un influenceur du content marketing ?

Kévin a largement contribué aux premiers succès du blog d'1m30. Il a une réelle expertise de l'inbound marketing, de la création de contenu et du social media marketing ce qui lui a permis dès ses débuts et très rapidement de constituer une communauté dense et qualifiée. Toutes les caractéristiques de l'influenceur.

# #29



## Clément Pellerin

Dirigeant et fondateur de «Pellerin Formation»  
@ClementPellerin

#communitymanagement  
#socialmediamarketing

### Profil :

Titulaire d'un Master E-business, stratégie social-média ISC Paris. Clément Pellerin a été community manager grands comptes au sein de l'agence Publicis Verbe. Il est aujourd'hui fondateur et gérant de son entreprise de formation « Pellerin Formation ». Il intervient régulièrement à l'ISG / ISTA / ISG / SAWI Lausanne.

### Ses plus beaux contenus :

Sa série de contenus « ils se sont lancés sur les réseaux sociaux » (59 épisodes !) ou il traite de cas concrets d'entreprises, industrie par industrie, ayant bénéficié des « bienfaits » d'une stratégie social media marketing aboutie.

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Son blog éminemment pratique grâce à des séries de contenus sous forme d'études de cas, industries par industrie (précité).

### Pourquoi Clément est un influenceur du content marketing ?

Clément est formateur en réseaux sociaux mais il utilise tous les ingrédients d'une stratégie de content marketing pour lui-même au même titre qu'ils les enseignent à ses clients. Même si l'appellation des formations ne portent pas sur le terme de content marketing, Clément traite et forme ses clients à chacune des composantes d'une stratégie de content marketing : définition des objectifs, de la génération de leads, du storytelling et ... prône « l'intégration d'un blog dans la stratégie social media ».

# #30



## Neil Tamzali

fondateur de Dogotam.works  
@lesarchivistes

#communitymanagement  
#socialmedia

### Profil :

Titulaire d'un Master en management de ESCP Europe Il devient social média consultant chez WizVille. Il est ensuite planneur stratégique junior chez OgilvyOne Worldwide. Il fonde en 2010 « Les Archivistes », un webzine. Il est par la suite *engagement planner* chez BETC, puis brand and content manager Chez Bunkrn, et enfin digital *new business & strategy director* chez Soleil Noir jusqu'en 2015. Aujourd'hui il est maintenant le fondateur et le president digital strategy, brand content & UX chez Dogotam.works.

### Ses plus beaux contenus :

Sa présentation pour Sub de Pub « luxe et nouveaux médias ».

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création des Archivistes, un blog regroupant plusieurs belles plumes passant au crible société, tendances et marketing digital.

### Pourquoi Neil est un influenceur du content marketing ?

Neil a le parcours typique du publicitaire (cf. sa carrière au planning stratégique notamment de Publicis et Ogilvy) qui a effectué sa « bascule digitale content ». Comme en atteste le succès des « Archivistes » ou ses choix par exemple, de rejoindre la techno Bunkr, software permettant la création de contenu à mi-chemin entre powerpoint et indesign, en qualité de brand content & content manager puis plus récemment, dogotam.works.

# #31



# Stephanie Wailliez

Dirigeante et fondatrice de Niouzeo  
@stephNiouzeo

#contentmarketing  
#leadgeneration

## Profil :

Diplômée ESCEM, après quelques années consacrées à la vente de logiciels, Stéphanie Wailliez entre au CXP en 1998. En parallèle, ses missions de consulting l'amènent à réaliser les cahiers des charges, mener les consultations et sélectionner les solutions pour des projets CRM et ERP. A partir de 2004, elle prend la responsabilité du pôle Recherche. En 2006, elle prend la responsabilité du marketing chez un éditeur de logiciels. En 2007, Stéphanie Wailliez crée Niouzeo, pour mettre à profit sa double expérience du marketing et de l'analyse du marché des logiciels, tout en se recentrant sur ce qui lui tient à coeur : la production d'écrits.

## Ses plus beaux contenus :

Parmi tous ceux produits nous avons retenu en particulier :

« 4 tendances du content marketing en 2016 »

« Buyer persona : quel intérêt pour le content marketing ? »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création de Niouzeo, agence de création de contenus BtoB.

## Pourquoi Stéphanie est un influenceur du content marketing ?

Son large spectre d'expertises en tant qu'analyste, de maîtrise des solutions pour des projets CRM et ERP et ses compétences marketing l'ont amené à prendre en 2006, la responsabilité du marketing chez un éditeur de logiciels. Stéphanie expérimente alors depuis cette date, de manière très concrète, l'importance du contenu et son potentiel de génération de leads tant pour elle même (au sein de Niouzeo) que pour le compte de ses clients.

# #32



## Matthieu Gauthier

Inbound marketing specialist France chez Hubspot France  
@MatthGauth

#inboundmarketing  
#leadgeneration

### Profil :

Diplômé d'un *Master's degree* CAPTIC de Sup de Co Montpellier, il commence comme *junior account executive* chez Graphicash. Il est ensuite *channel account manager* chez Dell. En 2014 il devient *business development consultant* chez Oracle, puis *senior business development consultant*. Il entre en 2015 chez Hubspot au sein duquel il est d'abord *inbound marketing representative* pour Hubspot France puis *inbound marketing specialist France* toujours chez Hubspot France.

### Ses plus beaux contenus :

« Les 100 questions à se poser pour créer des buyer persona »

« 5 astuces pour transformer votre site en générateur de leads »

Et notre préféré car encore trop peu de contenus ont été créés sur cette question « adaptez votre marketing de contenu au cycle d'achat ».

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Evangéliser le content et l'inbound marketing français en déployant la solution Hubspot sur la France.

### Pourquoi Matthieu est un influenceur du content marketing ?

Grand adepte des technologies de marketing automation, Matthieu dispose d'une expertise de l'inbound marketing à la fois purement technologique, puisqu'il est en charge de la commercialisation du software américain sur la France, mais également très pratique et axée « création de contenus » puisqu'il produit régulièrement pour le blog, tout neuf, de Hubspot France. L'alliance parfaite entre techno, contenu et data, un must follow content marketing.

# #33



# Alexandra Martin

Consultante en Référencement naturel «Miss  
SEO Girl»

@Miss\_Seo\_Girl

#socialmediamarketing  
#SEO

## Profil :

Titulaire d'un Bac +3 d'Encia à Nantes en Communication, Marketing, E-business, ainsi que d'une Licence, MBA, Marketing de l'école de commerce Rise à Nantes. Elle commence en tant qu'assistante marketing SEO chez Pigmenta en 2009. Elle est ensuite assistante webmarketing SEO chez Web Images associées, puis chargée de projet référencement naturel chez Intuiti. Elle est actuellement consultante en référencement naturel au sein de sa propre entreprise «Miss SEO Girl».

## Ses plus beaux contenus :

« Pourquoi tenir un blog et rédiger du contenu de qualité » (nous aurions difficilement pu passer à côté de celui-ci)

Et son livre sur les « techniques de référencement web »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Son blog « miss-seo girl » et sa toute récente « France copywriter academy » pour former à la rédaction de contenu SEO-friendly.

## Pourquoi Alexandra est un influenceur du content marketing ?

Alexandra est connue dans l'écosystème du SEO par son blog « miss-seo-girl » et elle s'impose une rigueur dans la création de contenus à la fois sur une fréquence régulière et qualitative qui font d'elle une vraie « SEO girl » convertie (peut-être sans le savoir) au content marketing. Alexandra est une vraie créatrice de contenus « tous formats » digital ou print, interviews d'experts du SEO ou guest-blogging. Toutes les techniques du content marketing au service du SEO. Rare, donc précieux.

# #34



# Stephane Torregrosa

Conseiller en communication/ Graphiste à  
Squid-impact  
@squid\_impact

#socialmediamarketing  
#SEO

## Profil :

Stéphane est un autodidacte qui s'est formé à internet dans les années 90. Il cumule différentes fonctions tel que conseiller en communication/ graphiste à Squid-impact, consultant webmarketing et community manager à Cybelimage depuis 2015, formateur community management et content marketing chez Experteez depuis 2016, il est aussi intervenant (formateur / professeur) à WIS, Groupe Insec.

## Ses plus beaux contenus :

Parmi les très nombreux contenus créés par Stéphane, nous avons relevé en particulier :

- « L'inbound marketing : effet de mode ou évolution marketing »
- « Comment calculer le retour sur investissement du social média marketing »
- « Content marketing : les 7 bénéfices insoupçonnés ».

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Son blog squid-impact ou il est question, à part égale d'inbound marketing, seo et social media marketing.

## Pourquoi Stéphane est un influenceur du content marketing ?

Stéphane cumule une expertise à la fois technique et stratégique tant en SEO, création de contenu et gestion de communauté qu'il enseigne à ses clients au travers des formations qu'il dispense notamment à l'Insec. En l'occurrence il s'applique ces règles à lui-même, ce qui semble lui réussir : sa communauté sur Twitter avoisine les 20.000 followers ...

# #35



# Valéry Pothain

Consultant éditorial chez ADC l'agence de contenu

@vpothain

#communication

#socialmediamarketing

## Profil :

Diplômé d'un Deug en Economie de l'Université Paris XII, ainsi que d'une Maitrise Information et Communication de l'IFP, et d'un diplôme de Formateur consultant niveau II SIPCA- I2FC. Il passe par différents magazines tels que « La lettre du sponsoring et du mécénat », « l'Événementiel », « Stratégies » « CB News », « Les Echos », puis réalisateur pour Culture Pub en 2010. Il est depuis 2008 journaliste chroniqueur expert des marques chez BFM Business, depuis 2013 formateur consultant média trainer free lance, journaliste pigiste expert communication et medias à la Tribune. En 2014 il lance son blog « les marques à la loupe ». Enfin il est aussi consultant éditorial à ADC l'agence de contenu.

## Ses plus beaux contenus :

Son interview pour le blog « street marketing » intitulé « les nouveaux médias vont-ils tuer les anciens »  
Et son article « Picard fait peu de marketing et c'est très bien comme ça ! ».

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Son blog « les marques à la loupe » où il partage son expertise acquise depuis plus de 15 ans en tant que chef du service marque du magazine CB News, notamment.

## Pourquoi Valéry est un influenceur du content marketing ?

En tant que journaliste responsable de la rubrique « marque » pour le magazine CB News au sein de laquelle sont traités tous les sujets relatifs à la vie des marques sous un angle « communication/média/marketing » depuis 2001, Valéry a nécessairement suivi de manière approfondie tous les stades de transformation des marques en médias et dispose d'une culture particulière de cas concrets de brand content et de content marketing qu'il partage d'ailleurs en créant des contenus sur son blog « les marques à la loupe ». Le blog est un must-read et Valéry, un must-follow.

# #36



# Gaelle Cealac

Directeur web marketing chez Nautilus  
@little\_gallou

#inboundmarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Titulaire d'un *Bachelor of science in international business, marketing & management* de Kedge Business School ainsi que d'un *bachelor of science in business, marketing & management* de Penn state University. Elle est responsable marketing chez Regent Bond NYC en 2005, puis chargée de communication chez Cos-média en 2007. En 2009, elle devient responsable marketing international chez IMM international. Elle est pendant un an chef de projet digital chez CB Richard Ellis France. Enfin durant 4ans elle est chef de projet webmarketing chez Kinoa. Elle est maintenant directeur web marketing chez Nautilus.

## Ses plus beaux contenus :

« Comprendre l'inbound marketing »

Et « 4 bonnes raisons de passer à l'inbound marketing pour générer des leads » (pour le blog de Kinoa).

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Les contenus produits pour le blog de Kinoa et son utilisation très « content marketing » de slideshare ;-).

## Pourquoi Gaelle est un influenceur du content marketing ?

Après avoir démarré en inbound marketing au sein de l'agence Kinoa, l'une des premières agences françaises d'inbound marketing (puis obtenue sa certification Hubspot) et désormais directrice marketing au sein de l'agence Nautilus, Gaelle a expérimenté l'élaboration des stratégies de content et inbound marketing en théorie et en pratique, depuis les débuts de l'inbound marketing en France.

# #37



# Céline Albarracin

Rédactrice web et community manager chez  
Céline Albarracin EIRL  
@CRedaction

#communitymanagement  
#communication

## Profil :

Diplômé d'une Licence marketing de l'IMC business school ainsi que d'un Master management et stratégie d'entreprise de l'IMC Business School. Elle commence comme chargée de communication chez EDF. Elle est ensuite chargée de développement chez myofficialstory en 2009. En 2011, elle devient chargée de développement chez Akibag puis co-gérante. Enfin celine est maintenant rédactrice web et community manager dans son entreprise Céline Albarracin EIRL

## Ses plus beaux contenus :

« Comment trouver le budget pour sa stratégie de content marketing ».

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Son blog « celine-redaction-web » truffé de beaux contenus où il est beaucoup question de content marketing. Une vraie « accro » du contenu !

## Pourquoi Céline est un influenceur du content marketing ?

Céline est une passionnée d'écriture et elle crée beaucoup de contenus ... et du beau sur le content marketing tant pour son blog qu'en qualité de guest bloggeuse. En plus d'écrire sur le content marketing, elle forme et enseigne sur le sujet. Sa communauté croît rapidement presque aussi vite que sa capacité créatrice ;-). Un influenceur à suivre de près !

# #38



# Charles Dolisy

Dirigeant et fondateur d'Easiware, et Plezi  
@cdolisy

#SaaS  
#contentmarketing

## Profil :

Charles est diplômé de l'EPITA. Il a débuté sa carrière chez Cap Gemini – Sogeti en tant que consultant. Il a ensuite rejoint Enablon où il a été *software manager* puis directeur. En 2008, il co-fonde Easiware, éditeur de solutions de logiciels CRM primé au palmarès Deloitte Fast 50 en 2014. En 2014, il fonde Plezi pour fournir aux entreprises B2B des solutions marketing innovantes s'appuyant sur les données de leurs prospects pour automatiser leurs campagnes marketing.

## Ses plus beaux contenus :

Un webinaire « logiciel d'inbound marketing et agence de contenu » en partenariat avec Invox

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création d'un software de marketing automation 100% français et un marketing déjà doté d'un beau contenu « content marketing ». bibliothèque, webinaire, blogs, newsletter – tout y est.

## Pourquoi Charles est un influenceur du content marketing ?

Un ingénieur de formation qui a appréhendé très tôt le lien direct entre contenu, datas et génération de leads et qui markete son software de marketing automation avec une vraie stratégie de content marketing en produisant bien de beaux contenus qualifiés. Un must-follow ;-). s

# #39



# Julie Robveille

PDG de Social Media For You, StudioVentilo, Mediatik  
@julie\_ventilo

#Socialmediamarketing  
#inboundmarketing

## Profil :

Diplômée d'un *Master of Business Administration, communication et marketing* à UMASS Dartmouth. Elle est communication manager à Magellan Ingénierie en 2005. Elle devient ensuite responsable marketing et communication du Groupe OMP en 2007. Elle est actuellement PDG consultant et formatrice web marketing et réseaux sociaux à Social Media For You et StudioVentilo ainsi que PDG de Mediatik. Julie est dans le même temps Intervenante à Grenoble École de Management, à l'IAE Grenoble, au GCM Benchmark.

## Ses plus beaux contenus :

« Comment trouver le budget pour sa stratégie de content marketing »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création de l'agence d'inbound marketing Mediatik, en association avec Lionel Clément, expert français du storytelling, qui démontre que Julie a parfaitement compris l'importance du storytelling dans une stratégie de content marketing.

## Pourquoi Julie est un influenceur du content marketing ?

Au sein de Mediatik, l'agence d'inbound marketing qu'elle a co-fondé avec Lionel Clément, Julie traite de la dimension « contenu » sous l'angle des réseaux sociaux. Elle crée beaucoup de contenu (et de beaux contenus) sur l'inbound marketing et le social media marketing. Son association avec Lionel font de l'agence Mediatik une agence de content marketing à même d'appréhender tous les cycles inhérents à l'élaboration d'une stratégie de content marketing.

# #40



# Stephane Dangel

Consultant et coach en storytelling freelance  
@dangelstory

#socialmediamarketing  
#storytelling

## Profil :

Titulaire d'un diplôme IEP Service public à Science Po Strasbourg, ainsi que d'un Magistere communications du Centre Universitaire d'Enseignement du Journalisme de Strasbourg. Il démarre comme consultant communication en 1993. Il est ensuite *communication manager* chez Top industrial Firms, puis *publishing and information manager* chez Viessmann. Il est actuellement consultant et coach freelance en storytelling depuis 2008.

## Ses plus beaux contenus :

L'interview qu'il a accordé au site [conseilsmarketing.fr](http://conseilsmarketing.fr) intitulé « les 3 raisons de renoncer au marketing pour faire du storybranding ».

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Stéphane est un des rares experts indépendants français spécialisé en storytelling, l'un des éléments (encore trop souvent oublié en France) d'une stratégie de content marketing.

## Pourquoi Stéphane est un influenceur du content marketing ?

Même si Stéphane ne « markete » pas ses prestations en storytelling sous la bannière « content marketing », en pratique il démontre l'imbrication évidente entre storytelling et content marketing tant par les démonstrations écrites qu'il fait sur le lien entre ces deux disciplines (cf. notamment l'article précité) et que par les prestations qu'il propose ou il place la mise en récit au cœur des stratégies marketing de marque.

# #41

# Florent Hernandez

Dirigeant et fondateur Alhena, et Sociallymap  
@Flo\_Hernandez

#socialmediamarketing  
#marketingdigital



## Profil :

Diplômé de l'Ecole Nationale Supérieure des Mines de Saint Etienne Ismin en microelectronique et informatique, ainsi que d'un Mastère spécialisé en management de la technologie et de l'innovation, management, marketing de l'EM Lyon. Il démarre en tant que consultant junior chez Capgemini. Il est maintenant dirigeant fondateur chez Alhena (stratégie marketing digital, social média) ainsi que chez Sociallymap.

## Ses plus beaux contenus :

« Les bases de l'automation marketing » ou il explique – notamment – comment il s'est appliqué à lui-même une stratégie de content marketing.

## Sa plus belle «action Content Marketing» :

Sa triple casquette techno / agence de marketing digital / blogueur.

## Pourquoi Florent est un influenceur du content marketing ?

Florent a un très large spectre de connaissance de la pratique du marketing digital à la fois par son activité de blogueur (Florent est créateur de contenu de longue date), de fondateur et dirigeant d'agence de marketing digital ET de fondateur de technologie de marketing automation. Le trio « création de contenu + conseil + techno » font de lui un influenceur incontournable du content marketing.

# #42



# Anthony Rochand

Dirigeant et co-Fondateur de Les Experts du Web et Visibiliz  
@AnthonyRochand

#communitymanagement  
#socialmediamarketing

## Profil :

Il fonde et dirige NTIC Entreprises SAS de 2010 à 2011, puis DooMiz de 2011 à 2012. Il est maintenant dirigeant et co-fondateur de Les experts du WEB structure de micro conseil depuis 2015 ainsi que de Visibiliz.

## Ses plus beaux contenus :

L'interview accordé à Brandwatch sur le marketing d'influence : « marketing d'influence : 7 questions fréquentes à un influenceur ».

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création des Experts du web (en association avec Maud Jenni) et la double dimension « marketing d'influence » et « organisations d'évènements networking digitaux » (Café d'Anthony, Apéros du Web, Net TV channel) qu'il a associé à cette agence.

## Pourquoi Anthony est un influenceur du content marketing ?

Anthony est un expert du marketing digital qui a, au sein de son agence Les Experts du Web, mis un accent particulier sur le marketing d'influence – une façon d'aborder « au quotidien » le marketing digital sous un angle différent des agences marketing traditionnelles. De fait, il alloue nécessairement une place de choix aux stratégies de content marketing qu'il prescrit tant à ses clients – qu'à lui même.

# #43



## Nora Loulidi

Marketing manager southern Europe chez Oracle marketing cloud  
@NoraLoulidi

#leadgeneration  
#marketing

### Profil :

Après des études en *international business* de l'Université de clermont-Ferrand 2, et l'obtention d'un Master en *international business* de l'University of oklahoma. Elle démarre comme Marketing specialist chez HP France. Elle est ensuite *partner marketing manager* chez Avnet, puis *campaign manager southern Europe* chez Symantec Cloud Services, enfin *campaign Manager, southern Europe* chez Citrix Saas Division. Elle est maintenant *Marketing manager southern Europe* chez Oracle marketing cloud.

### Ses plus beaux contenus :

L'infographie d'Oracle « 12 contenus marketing innovants qui ne sont pas des articles de blog ! » et notre préféré, « optimiser sa content factory »

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Elle rédige elle-même et fréquemment pour le blog d'Oracle Marketing Cloud. Une direction du marketing qui fait (déjà et aussi) du content marketing.

### Pourquoi Nora est un influenceur du content marketing ?

En tant que spécialiste des outils de marketing automation, DMP et marketing cloud Nora dispose d'une expertise très « pragmatique » et approfondie des technologies dites de génération de leads en B2B. La promotion marketing d'outils technologiques (et *a fortiori* d'outils de marketing automation) passe inmanquablement par la création de contenus, ce que Nora Loulidi maîtrise parfaitement.

# #44



# Fabrice Brianson

Dirigeant et fondateur chez Just Amazing  
@fab\_brianson

#inboundmarketing  
#contentmarketing

## Profil :

Il démarre sa carrière comme responsable Media chez Grey, il est ensuite planneur stratégique média chez Young & Rubicam puis Directeur marketing à «Le Parisien» . Il est pendant 12 ans Associé chez Devarieuxvillaret puis pendant 8 ans Associé chez June21st . Il est maintenant le dirigeant et fondateur de Just Amazing : agence de stratégie et contenus digitaux et social media.

## Ses plus beaux contenus :

À lire absolument, l'interview intitulée « Etudier 160 milliards d'impressions sociales » qu'il a accordé à pointsvente.fr où il explique comment il a pour le compte de ses clients exerçant dans l'industrie du retail et au moyen d'une technologie marketing, analysé les datas de 54 retailers américains et français.

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Le virage pris sur plusieurs années qui l'a mené de la direction marketing d'un média (Le Parisien) à la création récente de son agence de content marketing, Just Amazing.

## Pourquoi Fabrice est un influenceur du content marketing ?

Fabrice est un triple spécialiste du marketing, des médias et de la data. Le positionnement « low-cost » qu'il tend à prendre au sein de son agence de content marketing « Just Amazing » alliant production de contenus à un prix abordable et maîtrise de la data font de lui un influenceur/évangéliste du content marketing « dans les règles de l'art ». À suivre de très près.

# #45



## Frédéric-Michel Chevalier

Directeur Marketing et Digital (CMO-CDO) à  
Legal e-Services  
@fmchevalier

#socialmediamarketing  
#digitalmarketing

### Profil :

Titulaire d'un Diplôme de formation supérieure en relations internationales, sciences politiques à ILERI, ainsi que d'un 3ème cycle d'étude stratégiques à Paris V université Paris Descartes, puis Dess diplomatie et administration des organisations internationales à Paris XI Université Paris-Sud. Il démarre sa carrière comme chargé d'études, consultant, chef de projet...Sa carrière en content marketing est amorcé au sein de Visionary Marketing comme consultant stratégies Ddgitales et content Marketing puis formateur content marketing, inbound marketing et lead management à ISM et ESSEC Executive Education. Il est maintenant directeur marketing et digital (CMO-CDO) à Legal e-Services. Parallèlement il est rédacteur en chef de webzines : [conso-resolution.com](http://conso-resolution.com) ; [french-legaltech.com](http://french-legaltech.com) ; [transformation-digitale.info](http://transformation-digitale.info).

### Ses plus beaux contenus :

« Le marketing de contenu : eldorado du web des 5 prochaines années »

Et son article pour le blog de Visionary marketing « transformation digitale : la Dila, éditeur de l'Etat »

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Toutes ses actions de création de contenus et de formations au content marketing sur les domaines des professions réglementées (juridiques, finances, notamment).

### Pourquoi Frédéric-Michel est un influenceur du content marketing ?

Frederic-Michel est un des rares (pour ne pas dire un des seuls) content marketeur sur le domaine du droit. Ses activités de formations doublées de ses créations de contenus tant sur le content marketing, les stratégies inbound que sur le droit font de lui un influenceur incontournable sur cette industrie B2B où le contenu est nécessairement l'outil clé de l'acquisition de leads.

# #46



## Isabelle Defay

Associée, co-fondatrice & COO chez Pim-Bim  
@Pimbim\_

#communitymanagment  
#inboundmarketing

### Profil :

Après des études en commerce international, elle démarre en tant que responsable d'équipe Canal + (relation client). Elle est ensuite responsable communication chez Pomarium (Cosmétiques biologiques) puis conseil en communication chez ID&Conseils. Elle est depuis 2013 associée à LeContenu.fr, puis associée, co-fondatrice & COO chez Pim-BIM (solution globale d'accompagnement Inbound Marketing).

### Ses plus beaux contenus :

Tous ceux du blog Pim-Bim, avec une mention spéciale pour « Le cours du contenu », une belle idée « content marketing » ;-)

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

Nous citerons pêle-mêle, la création du site « lecontenu.fr », site de comparateur des producteurs de contenus et celle de la Fédération de l'inbound marketing, une belle initiative évangélisatrice.

### Pourquoi Isabelle est un influenceur du content marketing ?

L'agence Pim-Bim est l'une des premières agences à s'être positionnée sur le content et l'inbound marketing sous l'angle « création » mais à mi-chemin entre du consulting indépendant et une plateforme fédératrice d'un gros volume de créateur. La stratégie de content marketing déployée par l'agence pour le compte de ses clients et pour elle-même, au moyen des actions précitées démontre une belle maîtrise des concepts et une bonne dose de créativité.

# #47



# Gregory Cassiau

Dirigeant et fondateur de Les conteurs  
@gregory\_cassiau

#socialmediamarketing  
#brandcontent

## Profil :

Diplômé d'une Licence professionnelle MASERTIC, marketing, communication, il fonde Digitaliz. Il est ensuite consultant web/social media à La compagnie Hyperactive, il est maintenant le directeur fondateur de « Les Conteurs » et fondateur du magazine « Les Escapades », un magazine voyage qui lui sert de laboratoire pour ses clients.

## Ses plus beaux contenus :

« Le marketing de contenu est 62% moins cher que le marketing traditionnel »  
Et « Définition du marketing experientiel »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création de son agence de content marketing « Les Conteurs » dédié au marketing de contenu touristiques et de son blog « Les Escapades », magazine en ligne « à mi-chemin entre un carnet de voyage et un guide touristique »

## Pourquoi Gregory est un influenceur du content marketing ?

Gregory maîtrise toutes les arcanes du content marketing qu'il applique tant pour ses clients que pour lui-même. Son expertise étant démontrée par la qualité et le volume des contenus qu'il crée, sur chacun de ses blogs, celui de son agence « Les Conteurs » et de son blog « Les Escapades », qu'il qualifie d'ailleurs lui-même de « laboratoire à idées » pour les stratégies de contenu de ses clients.

# #48



## Karine Welter

Dirigeante et fondatrice d'Etc&co  
@karinewelter

#contentmarketing  
#socialmedia

### Profil :

Karine est diplômée de l'EDHEC. Elle a toujours accompagné les entreprises dans leur stratégie de contenus : d'abord avec des magazines d'entreprises et des livres, puis petit à petit en proposant des dispositifs digitaux. C'est chez ADLPartner qu'elle a découvert l'existence du content marketing en 2013. En commercialisant sur le marché français la plate-forme de syndication et de gestion Newscred au tout début du content marketing en France. Elle dirige aujourd'hui etc&co, une agence de conseil en content marketing et de courtage en contenus.

### Ses plus beaux contenus :

« Trois règles content marketing venues de NYC et Boston »

« Transformation digitale et contenus : jamais l'un sans l'autre ».

### Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création de son agence, etc & co, en tandem avec une « rising star » du content marketing, Vincent Faouet et le lancement de son blog « la Gazette du content marketing ».

### Pourquoi Karine est un influenceur du content marketing ?

Karine a expérimenté le content marketing « du terrain » en étant responsable content marketing chez ADL Partner et en charge du déploiement de la plate-forme de gestion et de syndication Newscred et a appréhendé mieux que quiconque les enjeux et difficultés liés à l'évangélisation du content marketing en France. Elle maîtrise à la fois la dimension « économique » du contenu et sa dimension « pratique » (stratégie, création, distribution).

# #49

# Fabrice Frossard

Consultant Freelance en Marketing,  
Webmarketing  
@FabriceFrossard

#communitymanagement  
#digitalmarketing



## Profil :

Fabrice est diplômé d'un *Master's degree* en Psychologie de l'Université Paris Descartes. Il commence en tant que rédacteur en chef chez Decision informatique, Infopro Digital, Webcastory, Usinenouvelle.com. Il devient ensuite directeur de la rédaction adjoint chez Editialis. En 2012, il est responsable du digital et du contenu de l'agence Wellcom. Pendant presque 2 ans il est directeur général en charge du digital chez FFMKR-SPEK. Il est maintenant consultant freelance en Marketing, Webmarketing.

## Ses plus beaux contenus :

« Content marketing : une brève histoire du seul marketing restant »  
« les 33 lois du marketing de contenu »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

Son blog « balises.info » dédié au marketing, innovations et à l'IT, devenu une référence dans ces domaines.

## Pourquoi Fabrice est un influenceur du content marketing ?

Fabrice est un journaliste qui a effectué en écrit et dans les actes, sa transformation digitale ! Qualité des contenus, fréquence de production, formation sur les stratégies et l'implémentation d'une stratégie de contenu – le tout depuis plusieurs années. Un ancien journaliste qui a bien effectué sa bascule content marketing.

# #50



# Julie Dardour

Dirigeante et fondatrice de Ligne 26  
@agence\_ligne26

#socialmediamarketing  
#digitalmarketing

## Profil :

Diplômée d'une Maîtrise de Sup de Pub et de l'Essec, elle démarre sa carrière en tant que chef de publicité chez Radio Nova. Elle devient en 2002 *business manager* chez Vogue, puis en 2008 directrice de la publicité digitale chez « Libération ». En 2014, elle co-fonde avec Valérie Van Oost l'agence de content marketing Ligne 26, spécialisée dans le luxe et le lifestyle.

## Ses plus beaux contenus :

« Le content by Joe Pulizzi »

## Sa plus belle « action Content Marketing » :

La création de son agence Ligne 26, l'une des premières agences de content marketing spécialisée dans le « luxe et lifestyle » co-fondée avec Valérie Van Oost, pionnière de l'internet et spécialiste des stratégies éditoriales de grandes marques médias ; agence déjà doté d'un blog qui démarre avec de la curation de contenu (un vrai « démarrage content marketing » 100% pour son agence autant que pour le compte de ses clients.)

## Pourquoi Julie est un influenceur du content marketing ?

Son expertise acquise au sein des médias au sein desquels elle avait en charge la « publicité digitale » sous le quadruple prisme « print / web / event / radio » ont amené Julie à vivre en direct et en pratique, tous les aspects de la transformation des marques en médias. Comme le dit Julie, son agence « ne fait pas de campagnes publicitaires mais fait du content marketing » ...

# Les « rising stars »

NOM	TWITTER
Vincent Faouet	@Vincent75011
Christelle Austruy	@Christelle_33
Clément Brisard	@clement_brisard
Cédric Jeanblanc	@CedJBL
Valérie Geneyton	@vgeneyton



# Méthodologie

Nous avons utilisé Traackr pour nous permettre d'identifier ceux des influenceurs opérant sur l'industrie du marketing digital et sur celle spécifique du contenu (et ses différentes variantes et/ou appellations actuelles). Nous avons ensuite effectué une analyse au cas par cas de chacun de ces influenceurs ensuite sélectionnés selon les critères expliqués ci-dessous.

**Avertissement** - Ce classement ne préjuge naturellement pas de l'influence d'un très grand nombre d'autres personnalités fortes du marketing digital en général et de certaines de ses ramifications déjà clairement identifiées, telles que le social media marketing, le brand content ou encore le SEO. En conséquence, l'utilisation de ce classement et son interprétation doivent être assorties de toutes les précautions et réserves d'usage.



## Critères technologiques et algorithmiques

La technologie Traackr nous a permis d'établir une première liste d'influenceurs autour de certains des mots-clés sélectionnés : content marketing, marketing de contenu, inbound marketing, brand content. Chaque profil d'influenceur référencé par l'algorithme selon un triple critère de portée (reach), engagement (résonance) et pertinence (relevance) autour des mots-clés indiqués ensuite pondérés selon certains paramètres, priorité étant donné au critère de la pertinence c'est-à-dire celui directement en lien avec le niveau et le volume de création de contenus de l'influenceur.

- **La portée** est fondée sur la taille totale de l'audience de l'influenceur tous canaux et contenus confondus.
- **La résonance** mesure à la fois le niveau d'engagement suscité par l'influenceur autant que celui dont il témoigne à l'égard de la communauté.
- **La pertinence** mesure l'influence sur un sujet donné directement lié à la création de contenus (volume des contenus produits, fraîcheur des contenus, notamment).

## Critère de nationalité et de langue utilisée dans la création du contenu

Seuls ont été retenus les influenceurs de nationalité française (sans prise en compte de leur lieu de résidence effective, territoire français ou ailleurs) et écrivant en français. De fait ont ainsi été automatiquement exclus d'une part, d'excellents professionnels du content marketing s'exprimant en langue française mais n'étant pas de nationalité française (Canadiens, Suisses et Belges notamment) ; et d'autre part, des experts de nationalité française mais ne produisant pas de contenus sur le content marketing dans la langue française (influenceurs issus d'entreprises éditrices de softwares de content marketing implantés en France et aux Etats-unis par exemple).

## Critères « humains » sous le quadruple prisme suivant :

- **Création de contenu :** L'influencer dispose t-il d'une expertise particulière dans un domaine spécifique ou d'une industrie donnée ; d'un goût prononcé pour l'écriture et le partage de ses « connaissances » sur le sujet en question. De fait, l'influenceur aime partager son expertise. Et lorsqu'il le fait, c'est souvent à la fois par écrit et oralement puisque bien souvent les influenceurs de ce rapport ont des talents oratoires évidents qu'ils expriment tantôt en étant conférenciers tantôt en étant formateurs.
- **Nature des contenus créés :** L'influenceur traite t-il de sujets fondamentaux composant les cycles du content marketing (audience cible déterminée, storytelling, fréquence régulière de création de contenu, ou en tous cas démontrant une orchestration des créations, distribution des contenus, mesure de la performance des contenus). A-t-il démontré une maîtrise de l'une ou plusieurs de ces composantes essentielles ? A-t-il abordé, même sans le savoir, par le biais de ses contenus, l'un ou plusieurs des cycles fondamentaux d'une stratégie de content marketing ?
- **Dimension « entrepreneuriale » dans l'approche contenu :** L'influenceur a-t-il une approche entrepreneuriale (dans le sens d'innovation et de « risques » qui lui sont associés) de l'utilisation des contenus au service de la marque pour le compte de laquelle il travaille ou de la marque qu'il crée. A-t-il pris ou prend-il un risque en se positionnant explicitement sur les domaines du content marketing et de l'inbound marketing ?

- **Application à lui-même, des principes recommandés aux autres:** L'influenceur s'applique t-il à lui même (personnellement ou à l'entreprise pour laquelle il travaille) une stratégie de content marketing ? L'influenceur implémente t-il une stratégie de content marketing pour son compte, celui de ses clients ou celui de l'entreprise pour le compte de laquelle il travaille, cette implémentation étant caractérisée soit :

--> Par les contenus édités sous sa responsabilité, même si ces contenus sont produits par autrui (média) ;

--> Par les technologies qu'il développe lesquelles aident ou contribuent à évangéliser les bonnes pratiques du content marketing (production de contenus, distribution sociale des contenus) ;

--> Par les prestations qu'il propose dans le cadre de son entreprise.

## Déontologie

Les membres de l'Académie déclarent n'avoir aucun lien de subordination ni financier de quelque nature avec aucun des influenceurs mentionnés dans ce tableau ni avec leurs entreprises.

## Définitions

Nous vous invitons à consulter sur le site de l'Académie les définitions suivantes :

[Content marketing](#)

[Social media marketing](#)

[Brand content](#)

[Inbound marketing](#)

# Traackr

---

## À propos de Traackr

Traackr est la solution de gestion des influenceurs utilisée par les entreprises pour optimiser leur programme d'influence. La technologie Traackr permet d'identifier les individus les plus pertinents pour une audience et un sujet, de suivre les publications en temps réel de ces influenceurs, de faciliter et gérer les interactions avec les marques et les utilisateurs et de mesurer leur impact. La société est basée à San Francisco, New York, Boston, Londres et Paris.



## À propos de la Content Marketing Académie

D'inspiration américaine, la Content Marketing Académie a été créée avec le blanc-seing du Content Marketing Institute de Cleveland et de son fondateur Joe Pulizzi. Son objet est double : D'une part, doter les acteurs français du contenu digital, d'un média 100% dédié au content marketing (méthodologie, industrie, études de cas et bien sur, technologies). Ce média a été conçu comme un lieu d'expression et un outil de lobbying exclusivement dédié à la communauté française des acteurs du contenu tant pour promouvoir une approche plus «data-driven» du contenu qu'un recours plus massif aux technologies dites de «content marketing». D'autre part, fournir à cette communauté une méthode pour leur permettre de «faire - encore mieux» du content marketing.

# THANK YOU

Pour recevoir toute l'actu du content marketing français, inscrivez-vous à notre newsletter !

**Je m'inscris**