



41 missions, 26 avis



19 avis



CONSULTANT EN MARKETING DIGITAL DEPUIS + de 25 ANNEES

1998

Débuts sur
Internet

1999

Premier site
E-Commerce

2012

Création de
l'agence Dity

2025

Notre
rencontre ?

NAVIGATION

Document mis à jour
en juin 2025

Expert du Marketing digital, créatif et entrepreneur dans l'âme, possédant une belle fibre technique, j'accompagne les enseignes, marques et entreprises dans le développement de leur business grâce au digital, en France et à l'international.

Fin 2012, après avoir travaillé pour de grands prestataires de l'E-Commerce et du Marketing digital, je co-crée tout naturellement Dity*, une agence de marketing digital dont l'ambition est de proposer la meilleure expérience possible à ses propres clients, en toute indépendance.



SOMMAIRE

[Expertises et secteurs \(Page 2\)](#)[Terrains de jeu \(Page 3\)](#)[Parmi les références \(Page 4\)](#)[Expériences \(Page 5\)](#)[Formations \(Page 7\)](#)[Trajectoire \(Page 8\)](#)

EXPERTISES

→ DATA SCIENCE & UX RESEARCH

Comprendre les comportements, anticiper les attentes, structurer les stratégies

→ CONCEPTION UX & CRO

Créer des parcours performants, testés et orientés conversion.

→ SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

Maximiser la visibilité, la qualité et la pertinence du trafic organique

→ WEBMARKETING ET MARKETING OMNISCANAL

Piloter une stratégie cohérente sur tous les canaux.

→ CONTENT MARKETING ET BRAND CONTENT

Aligner fond et forme, éditorial et performance.

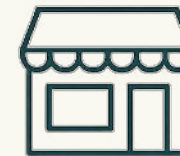
→ INTELLIGENCE ARTIFICIELLE APPLIQUEE

Intégrer l'IA dans des cas d'usage concrets et mesurables.

→ INTELLIGENCE ARTIFICIELLE BUSINESS

Définir et piloter les leviers IA à impact stratégique.

SECTEURS



Retail &
Grande distribution



E-Commerce
& Marketplaces



B2B &
Industrie



Startups
& Scale-ups



Marques et enseignes
à forte ambition digitale

TERRAINS DE JEU



Audit et stratégie

Plonger au cœur des enjeux, comprendre les données, les usages et les attentes pour construire une stratégie claire, cohérente et orientée performance.



Pilotage opérationnel et formation

Mettre en œuvre la stratégie.
Piloter la réalisation des projets (site web, SEO, campagnes, outils), accompagner les équipes dans l'action et garantir la montée en compétence opérationnelle.



Amélioration continue

Analyser, tester, optimiser.
Installer une culture de l'itération et de la performance durable, fondée sur les retours utilisateurs, les données et les résultats observés.



Management et transformation

Faire évoluer l'organisation et les méthodes. Accompagner la structuration des équipes, intégrer les technologies (IA, data, outils), renforcer la culture digitale et piloter la transformation sur le long terme.

PARMI MES REFERENCES



Betclic



DECATHLON

Carrefour

L'EQUIPE



MICHELIN



YVES ROCHER



25 ANNEES D'EXPERIENCES (1/2)



- **Depuis 2012 Co-fondateur et CEO Dity**
Agence de marketing digital
- **2012 à 2017 Directeur Marketing digital et omnicanal Bradford & Condrieu**
Agence de marketing opérationnel spécialisée Print et Retail
- **2008 à 2012 Chief Digital Officer et associé Groupe Kwanko**
Acteur international majeur de la publicité digitale à la performance
- **2008 à 2012 Fondateur et CEO C2b interactive**
Agence e-Commerce & Marketing digital full services du Groupe Kwanko
- **2005 à 2008 Directeur du Marketing digital ETO (Groupe Epsilon)**
Agence de marketing relationnel multicanal spécialisée Data.

Trajectoire (Page 8)

25 ANNEES D'EXPERIENCES (2/2)



- **2003 à 2005 Consultant et Directeur de Projets stratégiques Sopra Steria**
Acteur majeur de la tech en Europe
- **2002 à 2003 Chef de Projet technique Nexity**
Promoteur immobilier N°1 en France
- **2001 à 2002 Ingénieur d'Etudes Auchan**
Enseigne multinationale française de la Grande distribution
- **2001 Ingénieur développement web Internence.com**
Première agence web majeure en France
- **1999 à 2005 Consultant UX, SEO & webmarketing Freelance**
Création de sites web et acquisition de trafic

Trajectoire (Page 8)

FORMATIONS

→ **Membre de l'APM & référent digital (2014)**

APM Lille Aux Trésors (Association Progrès du Management)

Ecole de questionnement des dirigeants francophones partout dans le monde

→ **Master II Management de Projets ESIG de Lille**

Management de Projets Informatiques (Ecole Supérieure d'Informatique et de Gestion de Lille)

→ **DUT Génie informatique Université de Lille 1**

Devenu Bachelor Universitaire de Technologie Informatique (Université de Lille 1)

LANGUES

→ **Français** langue natale

→ **Anglais** compétence professionnelle

→ **Espagnol** niveau scolaire

GOOD VIBES



Tennis

Ex 15/2,
Entraîneur de 1995 à 2003



Sport

Passionné de sport



Divers

Voyages, nature, musique, cinéma

MA TRAJECTOIRE (1/5)

Dès 1997 – Les débuts de l'internet

Passionné très tôt par Internet, le référencement naturel, le webmarketing et la création de sites, je me suis formé en **autodidacte**, à une époque où aucun cursus dédié n'existait encore et où seulement 2 % des Français étaient connectés.

J'ai complété mon apprentissage par un DUT Génie Informatique puis un Master II en Management de projets à l'ESIG, convaincu de l'importance d'une triple compétence : technique, marketing et management.

En parallèle, **j'ai développé et monétisé mes propres sites web**, devenant rapidement expert en webmarketing et en publicité en ligne. J'ai conçu ma propre plateforme d'affiliation publicitaire pyramidale, posant les bases d'une approche orientée performance.

J'ai également entamé mes **premières missions en freelance**, notamment pour JCMAT (Groupe Jacob SA aujourd'hui), une société spécialisée dans la location de matériel topographique pour le BTP. J'y ai conçu un site E-Commerce, amélioré leur visibilité (SEO) et élaboré des stratégies répondant aux objectifs de business. Imaginez un acteur du B2B qui réalise du business sur Internet à la fin des années 90 !

Dès 2000, avec l'essor du moteur **Google**, j'ai approfondi mon expertise en référencement naturel, puis en publicité digitale (SEA).

2001 – Internence.com

En tant qu'Ingénieur développement web, j'ai rejoint Internence.com, l'une des principales agences web françaises du début des années 2000, forte de plus de 110 collaborateurs. J'y ai développé **des sites** de marque et des plateformes e-commerce à l'international **pour de grands comptes** tels que **Castorama, Decathlon, Le Coq Sportif, Nintendo, Valeo** ou encore **Isover Saint-Gobain** — **bien souvent leur tout premier site web !**

2003 – Sopra Steria

J'ai intégré Sopra Steria, acteur majeur de la tech en Europe, où j'ai évolué comme Consultant senior puis Directeur de Projets stratégiques. J'ai accompagné la transformation de grandes entreprises de la Distribution et de l'Industrie, notamment Auchan et Arcelor, en pilotant des **projets complexes et structurants**.

MA TRAJECTOIRE (2/5)

2005 – ETO (Epsilon)

J'ai rejoint ETO (aujourd'hui intégré à Epsilon), agence de référence dans la data marketing, et j'ai pris part au développement d'ETO Digital, filiale dédiée à Internet, à l'**e-commerce** et au **webmarketing**. En tant que Directeur du Marketing digital, membre du comité de direction et bras droit du fondateur, j'ai assuré un double rôle :

- Conseiller les clients et piloter leurs projets web stratégiques,
- Développer l'agence, structurer les offres et faire monter les équipes en expertise.

J'ai créé le pôle SEO et acquisition, managé des projets d'envergure internationale, et accompagné les clients français et étrangers sur l'ensemble de la chaîne de valeur : création de sites E-Commerce, acquisition de visibilité et de trafic, marketing multicanal et web analytics.

Parmi les clients accompagnés : **Adeo Services, Flunch, France Loisirs, Isostar, La Redoute, Levi's, Orange, Ozon, QuikSilver.**

Dès l'arrivée de l'**iPhone** en 2007, Nicolas Leconte, président du groupe, m'a présenté personnellement l'appareil en avant-première, convaincu de son potentiel disruptif. Il m'a alors sollicité pour mener **une réflexion stratégique sur les opportunités du mobile** pour les marques et les entreprises. Vision en main, j'ai très tôt anticipé les bouleversements à venir dans les usages, les attentes utilisateurs et les parcours clients. J'ai intégré les premières réflexions mobiles dans les dispositifs web existants et exploré le développement des premières applications mobiles.

J'ai aussi renforcé les synergies entre les pôles Data, CRM, Print et Digital du groupe, contribuant activement à l'intégration de l'intelligence marketing au cœur des écosystèmes digitaux.

Reconnu pour ma vision et mon expertise, je suis également intervenu comme **conférencier** pour ETO, lors d'événements professionnels, et j'ai accompagné la montée en compétences des équipes internes comme des clients.

MA TRAJECTOIRE (3/5)

2008 – Kwanko / C2B Interactive

J'ai été débauché par Kwanko (Netaffiliation), acteur international de la publicité digitale. En tant que Chief Digital Officer et associé, j'ai structuré la vision stratégique du groupe, enrichi les expertises existantes et étendu les offres autour de la performance, du e-commerce et du marketing digital.

Dans cette dynamique, j'ai fondé la filiale C2B Interactive, une agence full services spécialisée dans le e-commerce. Pionnière en France sur la solution Magento, l'agence s'est rapidement distinguée par des réalisations innovantes et primées, et a marqué les esprits en produisant **l'une des premières web-séries**, dédiée à l'univers des agences digitales, mêlant créativité, pédagogie et décalage.

Parmi les clients : **Decathlon, Groupon, Kiabi, La Redoute, Leroy Merlin, Skiset, Spartoo, Baume & Mercier, L'Équipe, Le Parisien, Roger Dubuis, Wonderbra, Betclic, Zôdio.**

Toujours attentif aux grandes mutations du digital, j'ai anticipé **l'émergence des réseaux sociaux** et créé un pôle dédié au social media, accompagnant les marques dans leurs premiers pas sur ces nouvelles plateformes.

Avec la commercialisation d'**Android**, en complément d'iOS, et alors que le trafic mobile représentait moins de 1 % du trafic web, j'ai lancé

une activité de **développement d'applications mobiles** et de sites optimisés pour les terminaux mobiles, amorçant une approche orientée mobile dès les prémices du marché.

L'innovation est restée un moteur central de cette période. J'ai conçu et déployé de nombreux **dispositifs 100 % digitaux de fidélisation, de motivation et d'engagement**, en m'appuyant sur les technologies de la monétique et de l'affiliation. Parmi ces solutions :

- Une plateforme multi-enseignes d'optimisation du pouvoir d'achat (L'Équipe, Le Parisien),
- Une plateforme de dématérialisation des cartes cadeaux multi-enseignes,
- Une solution combinant stimulation des forces de vente et dématérialisation des chèques-cadeaux, déployée notamment pour Baume & Mercier,
- Une plateforme de gestion de cagnottes en ligne,
- Un service de gestion de listes de cadeaux multi-enseignes (Lily Liste)

J'ai également conçu une **plateforme communautaire** innovante pour l'enseigne Zôdio (Adeo Services), pensée pour stimuler l'engagement, la co-crédation de contenus et le partage d'expériences. Une réussite emblématique, encore aujourd'hui une référence en matière de co-crédation, de marketing d'influence et de gamification appliquée au marketing.

MA TRAJECTOIRE (4/5)

2012 – Dity, l'indépendance assumée

Constatant les freins récurrents des agences traditionnelles — manque de stratégie claire, expertises opérationnelles insuffisantes, dépendance technologique, déficit d'innovation, processus lourds, sous-investissement chronique et pression constante sur la rentabilité au détriment de la qualité — j'ai cofondé Dity, une agence de **performance digitale** indépendante, expérimentée et agile.

Pensée comme l'incarnation de ma vision du digital, l'agence collabore main dans la main avec ses clients, en alliant excellence stratégique, vision omnicanal, rigueur opérationnelle et innovation continue.

Parmi les clients : **Decathlon, Carrefour, Kingfisher, Saint Maclou, Adeo Services, Michelin, ETAM groupe, JOP Paris 2024.**

J'interviens également en tant que Directeur du Marketing digital externe pour des agences partenaires comme Bradford & Condrieu, spécialisée dans le papier, dans une logique de structuration digitale et de montée en compétences.

Dès la création de Dity, j'ai anticipé **les grandes mutations du marché**. Le mobile devient central, les réseaux sociaux s'imposent, la pression concurrentielle s'intensifie.

L'expérience utilisateur, côté Front Office comme Back Office, est au cœur de tous les projets menés par Dity. J'ai pleinement saisi les enjeux liés à la montée en puissance de la data. En intégrant les outils

et méthodes de la data science, j'ai permis à l'agence de transformer les volumes croissants de données — notamment les recherches Google — en véritables **études de marché et insights activables**. En croisant ces données avec des études qualitatives, des tests utilisateurs et d'autres analyses comportementales, l'agence innove en matière d'**UX Research**. Les besoins et attentes des utilisateurs sont mieux compris, les tendances sont détectées plus tôt et transformées en opportunités. Les stratégies gagnent en pertinence, en impact et en cohérence. Quant aux interfaces, elles deviennent plus fluides, intuitives et efficaces, pensées à la fois pour les utilisateurs finaux et pour les équipes métiers.

Face à l'évolution des usages, nous avons adopté rapidement une approche responsive design, puis évolué naturellement vers une logique **mobile first**, en réponse à la progression fulgurante du trafic mobile (65,8 % en France en 2025).

Nous avons également développé une forte expertise en **Brand content** et **Content marketing**. Conscients que les consommateurs sont de plus en plus informés et exigeants, nous avons structuré des contenus à forte valeur ajoutée, pensés pour informer, inspirer et instaurer la confiance. Cette approche s'inscrit dans une stratégie **inbound marketing** particulièrement efficace en B2B, combinant SEO, content marketing, marketing automation et génération de leads qualifiés.

MA TRAJECTOIRE (5/5)

Bien avant que cela ne devienne une obligation réglementaire, j'ai placé la **protection des données personnelles** au cœur de tous nos dispositifs. Nous avons anticipé les impacts du RGPD, structuré nos projets autour de la transparence, du consentement et de la confiance numérique, en intégrant la responsabilité comme pilier de chaque démarche digitale.

Enfin, nous nous sommes emparés très tôt des opportunités offertes par **l'intelligence artificielle**. J'ai anticipé l'évolution du SEO, intégré l'IA dans nos dispositifs de personnalisation de l'expérience client, de fidélisation, d'automatisation des tâches à faible valeur ajoutée et dans la conception des projets digitaux de demain.

Parmi les acteurs à réseau

123 ETAM, Auchan, Boulanger, Brico Dépôt, Bricoman, Camaieu, Carrefour, Castorama, Cémonjardin, Comptoirs Richard, Controleplus.fr, Decathlon, Delaveine, Demazières (Chaussexpo), Duretz, Electro Dépôt, Eleven Paris, Flunch, Gibert Joseph, Heytens, Humanis, Jack Senet, La Poste, Leroy Merlin, Maty, M Comme Mutuelle, MDA, naturéO, Phildar, Point S, QuikSilver, Saint Maclou, Skiset, Tel and Com, Top Office, Yves Rocher, Zôdio.

Parmi les pureplayers et VADistes

3Suisse, Adminium, Afibel, Betclic, Belgique Loisirs, Boutique du Rangement, Camif, Castaluna, Cofidis, Comptoir des lits, Echappée Bière, Entrechasseurs, France Loisirs, Françoise Saget, GFI, Groupon, Guy Demarle, Jacques Briant, La Redoute, Lily Liste, Maismoinscher, Maison et Confort, Ozon (Russie), Poker.fr, Redcats, We Wall, Willemse France.

Parmi les marques

Atlantic, Avène, Bardahl, Baume & Mercier, Compactor, Cornilleau, Domyos, Eleven Paris, Fouganza, Henkel, Inesis, Isostar, Kipsta, Le Coq Sportif, Levi's, Nintendo, NoPublik, Oxelo, Paris 2024 x Decathlon, Perfly, Pongori, Roger Dubuis, Royal Canin, Wonderbra.

Parmi les médias

Bayard Jeunesse, L'Équipe, Le Monde, Le Parisien, Sport & Style, Test Achats.

Parmi les acteurs du B2B

123 Roulement, Arcelor, Bardhal Industries, Bouygues Construction, Cepi Management, CIE Europe, Cerfrance, Echappée Bière, Exel Location, Dickson Constant, FACOM, Haladjian, Histoire d'Adresses, Ingram, Isover Saint Gobain, LOSC, Kertel, Manutan, Mediq, Michelin, Nexity, Neu JKF, Peopledoc, Primagaz, RAJA Group, Sage, Talentsoft, Tessi, Valeo.

LES COLLABORATIONS



THE END

