



Les 20 directeurs juridiques à suivre sur LinkedIn

Pourquoi poster sur LinkedIn ? Cette question est la pierre angulaire de toute stratégie de communication percutante sur LE réseau social professionnel. Et les raisons d'y être sont aussi diverses que les profils des directeurs juridiques qui l'occupent. Pour sa deuxième édition, la LJA fait le point sur les meilleures fonctionnalités et utilisations de LinkedIn avant de lister les 20 directeurs juridiques à suivre absolument sur la plateforme.

Les directeurs juridiques ne poursuivent pas nécessairement tous les mêmes objectifs. Il peut s'agir de développer son influence sur des sujets stratégiques pour son secteur d'activité, de travailler sa marque employeur, de valoriser la fonction juridique dans l'entreprise ou encore évidemment de renforcer sa notoriété individuelle pour consolider ses perspectives d'évolution de carrière », introduit Charlotte Vier, experte en communication et fondatrice de l'agence Avocom. À chacun ensuite d'adapter son rythme de publication, ses interactions, sa tonalité, en fonction de ses objectifs.

LA PARTICULARITÉ DES PROFILS ET DES SECTEURS D'ACTIVITÉ

La question de la présence sur LinkedIn se pose de manière spécifique pour les directeurs juridiques. Certains profils, notamment dans des groupes familiaux ou des maisons de luxe, préfèrent rester dans une logique de réserve, en accord avec la culture de discréetion de leur employeur. À l'inverse, les directeurs juridiques qui cherchent à renforcer leur influence peuvent utiliser LinkedIn pour démontrer qu'ils pèsent dans l'écosystème, qu'ils participent aux grandes réflexions de leur secteur, ou qu'ils sont à la tête d'une direction juridique en croissance. Ces derniers voient LinkedIn comme un levier pour faire rayonner leur fonction, influencer les débats sectoriels ou renforcer leur marque employeur. En étant présent sur le réseau social, le directeur juridique renforce sa crédibilité, participe à l'influence de son entreprise et attire plus facilement les talents.

CE QUI FONCTIONNE

L'optimisation du profil personnel constitue une première étape essentielle, mais souvent négligée. Un profil bien complété, clair sur les compétences et les fonctions, avec une bannière soignée, un éventuel lien vers un portfolio ou un lien qui redirige sur le site web de l'entreprise, et si possible un profil bilingue, représente déjà un premier levier d'attractivité.

De plus, il est important de rester informé des évolutions de la plateforme, et de souligner l'intérêt de certaines fonctionnalités comme la rubrique « services » pour les prestataires, ou même certains salariés. Le choix du profil Premium peut également jouer, l'algorithme ayant tendance à favoriser ce type de comptes. Encore faut-il que cela ait du sens pour l'utilisateur.

Mais LinkedIn n'est pas un média : c'est avant tout un réseau social. Et, comme le rappelle Charlotte Vier, « qui dit réseau, dit interaction ». Elle insiste : « interagir c'est liker, partager, commenter, remercier ceux qui commentent et likent nos publications et bien évidemment travailler son réseau en fonction de ce que l'on recherche précisément via LinkedIn ». Surtout que l'algorithme valorise certaines formes

d'engagement. Un commentaire peut augmenter la visibilité d'un post de 12 %, un partage immédiat de 10 %. À l'inverse, un like ne pèse que 1 % dans la balance de la viralité. L'enregistrement d'un post, souvent sous-estimé, est également un signal fort pour la plateforme.

Les formats des posts LinkedIn qui fonctionnent aujourd'hui sont variés. Les sondages et les carrousels PDF tirent particulièrement leur épingle du jeu, à condition d'être bien réalisés. Les publications mêlant texte et image restent des classiques efficaces. Plus engageantes encore, les publications qui intègrent un « call to action » du type « Et vous, vous feriez quoi ? » peuvent générer des échanges parfois intéressants : commentaires, partage d'expérience, message privé etc..

Mais au-delà des formats, c'est bien le fond du post qui fait la différence. La standardisation liée à l'usage de l'intelligence artificielle commence à lasser. Pour Charlotte Vier, la vraie distinction se fait dans le ton, l'angle, et le style : « Outil de personal branding s'il en est, LinkedIn devrait rester un espace dans lequel les personnalités émergent. L'algorithme n'encourage actuellement pas toujours l'originalité mais la vie virtuelle ayant toujours une finalité « IRL », sur le temps long c'est cette expression personnelle, et donc singulière, qui doit produire ses fruits ». Finalement, la bonne stratégie est celle d'un équilibre subtil entre objectifs professionnels et ligne éditoriale sincère et diversifiée. C'est savoir créer de la valeur, susciter des échanges authentiques, rester soi-même tout en s'inscrivant dans une dynamique d'influence.

UNE MÉTHODOLOGIE STRICTE

Pour établir cette sélection des 20 directeurs juridiques les plus actifs sur LinkedIn, la rédaction de la LJA a scruté, durant plusieurs semaines, les posts des directeurs juridiques de la place. Alors que LinkedIn est sans conteste devenu le Meetic des avocats qui se délectent de poster, de façon assez régulière, tous leurs rankings et autre awards obtenus de haute lutte, les directeurs juridiques demeurent pour leur part très discrets à étaler leurs opinions et avis. Force est de constater que les profils d'anciens avocats, rompus à la communication, sont dans ce domaine, un avantage.

CHIFFRES CLÉS :

- 12 nouveaux entrants dans la sélection
- 8 profils reconnus pour la deuxième année consécutive
- 12 femmes et 8 hommes

ÉCLAIRAGE**NOTRE MÉTHODOLOGIE**

Au-delà du nombre d'abonnés et de relations, qui est bien sûr entré en ligne de compte, l'équipe de la *LJA* s'est attachée au contenu des profils, à l'intérêt des posts ainsi qu'à leur ton. LinkedIn est un réseau qui est aussi utilisé comme un répertoire et on y trouve parfois des profils de personnes qui ne postent rien, mais sont quand même suivis par un nombre impressionnant d'internautes. Nous avons ici privilégié les profils qui avaient une réelle valeur, et apportaient de l'information dans un domaine particulier.

Le fruit de nos recherches est classé par ordre alphabétique et sans préférence. Ont été écartés les profils de président d'une association professionnelle, qui bien souvent ne gèrent pas leur compte eux-mêmes, ainsi que ceux des personnes qui avaient un nombre d'abonnés trop important pour être honnête – l'achat d'abonnés étant une pratique courante sur ce réseau professionnel également.

**Nitzia Agrait**

Assistant general counsel and commercial Lead of corporate, external, and legal affairs for France -Microsoft

Audience : 2 320 abonnés

Sa ligne éditoriale : elle partage des retours d'expérience autour de l'IA en droit, notamment lors d'événements comme Microsoft AI Horizons Summit, et encourage une adoption responsable et collective de ces technologies.

Le plus : le ton enthousiaste et chaleureux

**Aurélie Banck**

Directrice de la conformité et DPO - Atalian

Audience : 21 947 abonnés

Sa ligne éditoriale : elle s'engage activement dans la gouvernance de l'IA et la conformité au RGPD.

Le plus : elle revient sur les propositions de lois et partage ses observations.

**Morgane Boucher**

Directrice juridique groupe et compliance officer - Bureau Veritas

Audience : 3 731 abonnés

Sa ligne éditoriale : bien connue des réseaux sociaux, elle poste sur des sujets d'actualité et les grands événements du secteur juridique avec esprit et intérêt.

Le plus : son ton est un peu moins libre maintenant qu'elle exerce en entreprise, mais on y retrouve parfois, avec plaisir, un peu de poil à gratter.

**Carmen Briceno**

« Reconnue pour la deuxième année consécutive ».

Directrice juridique & conformité - Groupe RAJA

Audience : 2 403 abonnés

Sa ligne éditoriale : Ses publications reliaient des sujets de leadership, compliance et enjeux culturels.

Le plus : elle est responsable de la commission d'experts compliance de l'AFJE et communique régulièrement sur les événements de l'association.

**Olivier Catherine**

Group general counsel/secrétaire général - Sonepar

Audience : 2 585 abonnés

Sa ligne éditoriale : il met en avant les succès de son département juridique, comme des trophées ou panels sur les fusions-acquisitions ou la compliance.

Le plus : il enrichit ses posts grâce à des anecdotes d'actualité (ex. décisions politiques, ONG), ajoutant du contexte juridique vivant et stimulant.

**Anton Carniaux**

Directeur des affaires publiques et juridiques France - Microsoft

Audience : 2 744 abonnés

Sa ligne éditoriale : il focalise ses publications sur l'IA, la tech juridique et l'innovation (*quantum computing, Copilot, agents SharePoint*), tout en y intégrant des réflexions et retours d'expérience internes à Microsoft.

Le plus : il humanise ses posts notamment en valorisant les réussites d'équipe avec authenticité.

ÉCLAIRAGE**Guillaume Champeau**

« Reconnu pour la deuxième année consécutive ».

Directeur juridique et DPO - Olympe.legal

Audience : 9 428 abonnés

Sa ligne éditoriale : spécialiste en droit du numérique, ses posts traitent principalement de l'actualité juridique et financière, décryptent des réformes législatives et offrent des analyses claires sur des enjeux complexes à destination d'un public professionnel.

Le plus : possibilité de s'abonner à la newsletter hebdomadaire « Actu DPO & Data Privacy », qui revient sur l'actualité de la protection des données à destination des DPO, RSSI, juristes, etc. accessible directement sur son profil.

**Philippe Coen**

« Reconnu pour la deuxième année consécutive ».

Directeur juridique legal & public affaires -The Walt Disney Company

Audience : 3 724 abonnés

Sa ligne éditoriale : infatigable militant contre la haine en ligne, il n'oublie pas les aspects pratiques et pragmatiques de son métier

Le plus : sa bienveillance et son sens du partage

**Stéphanie Corbière**

Directeur juridique & compliance groupe /secrétaire du conseil - Aramis

Audience : 3 888 abonnés

Sa ligne éditoriale : elle relaie des annonces institutionnelles ou événementielles.

Le plus : elle est responsable de la commission managers juridiques et copilote du groupe scientifique IA de l'AFJE. Elle communique régulièrement sur leurs évènements et initiatives.

**Nathalie Dubois**

« Reconnue pour la deuxième année consécutive ».

Directrice juridique et protection des données groupe - Fnac Darty

Audience : 3 596 abonnés

Sa ligne éditoriale : elle met en avant son engagement sur les enjeux climatiques et de la biodiversité.

Le plus : elle fait partie de l'AFJE.

**Stephanie Fougou**

Secrétaire générale / general counsel - Technicolor group

Audience : 6 845 abonnés

Sa ligne éditoriale : elle partage régulièrement des contenus autour de la gouvernance d'entreprise, du droit (notamment l'évolution réglementaire - CSRD, legaltech, intelligence artificielle) ainsi que des engagements stratégiques d'acteurs majeurs comme l'Institut Pasteur ou Technicolor.

Le plus : elle humanise ces sujets complexes en mettant en lumière les réussites collectives, valorisant les parcours, innovations et dynamiques de ses pairs, ce qui donne une tonalité authentique et inspirante à ses posts.

**Charlotte Froehly**

Directrice juridique, affaires publiques et communication France - AB InBev

Audience : 2 823 abonnés

Sa ligne éditoriale : elle publie des réflexions sur le leadership, la prise de décision en contexte d'incertitude, souvent dans le cadre d'engagement collectif (Comète, AB InBev).

Le plus : elle est engagée pour le droit des femmes à travers certains de ses posts.

**Timothé Kieffer**

« Reconnu pour la deuxième année consécutive ».

Directeur juridique adjoint chargé de la conformité et de l'organisation et DPO - SNCF Réseau

Audience : 6 922 abonnés

Sa ligne éditoriale : il partage des actualités juridiques, réglementaires ou de conformité. (ex : partage de tables rondes sur les enquêtes internes, évènements SNCF)

Le plus : il n'hésite pas à reposter des publications de personnes inspirantes.

ÉCLAIRAGE**Johann Le Frapper**

« Reconnu pour la deuxième année consécutive ».

Group chief ethics officer - SNCF

Audience : 4 162 abonnés

Sa ligne éditoriale : il met en avant son rôle d'éthique/compliance leader en promouvant des événements professionnels (forums, comités, publications de bonnes pratiques) et des prises de position soutenues sur des sujets institutionnels (UE, AI Act, intégrité).

Le plus : son ton est à la fois solennel et engagé. Il croise enjeux réglementaires, éthique et gouvernance internationale. Il fait partie du Cercle éthique des affaires.

**Eric Morain**

« Reconnu pour la deuxième année consécutive ».

Directeur compliance et RSE - Arche

Audience : 6 130 abonnés

Sa ligne éditoriale : à travers ses posts, Eric Morain aborde des sujets de gouvernance et de conformité (CSRD, RSE).

Le plus : doté d'une grande culture, il poste parfois du contenu qui sort de l'aspect purement juridique, ce qui donne une touche de diversité dans sa communication. Il possède une belle expertise juridique dans le secteur de l'immobilier.

**Audrey Morin**

« Reconnue pour la deuxième année consécutive ».

Directrice de la conformité du groupe Atalian

Audience : 5 760 abonnés

Sa ligne éditoriale : femme engagée, elle partage des recherches en rapport avec la compliance. (ex : baromètre du climat éthique en entreprise)

Le plus : elle fait partie du Cercle d'éthique des affaires. Sa communication chaleureuse et informative crée une connexion avec sa communauté.

**Guillaume Nonain**

General counsel EMEA & APAC - Brink's company

Audience : 2 811 abonnés

Sa ligne éditoriale : il valorise ses équipes et partage les réussites collectives.

Le plus : tous ses posts sont en anglais. Il ajoute une touche personnelle (passion pour les produits Apple, voyage à Hong Kong etc...), rendant son profil accessible et proche de ses pairs.

**Stéphanie Smatt Pinelli**

« Reconnue pour la deuxième année consécutive ».

Directrice juridique France du groupe - Broadcom

Audience : 3 802 abonnés

Sa ligne éditoriale : elle communique sur des initiatives d'envergure dans le monde juridique (Paris Place de Droit dont elle est secrétaire générale, ou encore sur le Conseil National de la Médiation), en soulignant les enjeux d'innovation, de formation et de gouvernance collective.

Le plus : elle valorise l'esprit de communauté, le développement des futurs juristes et la transformation par la formation.

**Sophie Vieilledent**

Responsable juridique, pôle concurrence assurance commerce et opérations - FNAC

Audience : 3 908 abonnés

Sa ligne éditoriale : elle valorise l'innovation juridique et le legal ops via des retours sur des événements (AFJE, afterworks IA), la promotion de programmes et partages d'expériences étudiants dans le milieu juridique.

Le plus : elle est co-responsable de la commission legal ops & innovation de l'AFJE et communique régulièrement sur les évènements organisés par l'association.

**Daria Viktorova**

Responsable juridique - Groupe Daregal

Audience : 11 612 abonnés

Sa ligne éditoriale : elle décide l'IA appliquée au droit, en partageant régulièrement des analyses techniques accessibles, des guides pratiques (prompt engineering, agents IA) et ses retours d'expériences en formation ou en animation webinaires.

Le plus : elle traduit le langage juridique-technique de façon claire et concise pour les juristes.