

## RENDEZ-VOUS

### ► Assises du Marketing :

rétrospective et perspectives, ce qui a changé et ce qui peut durer, 17 sept., Pavillon Gabriel, Paris.

[www.lesechos-conferences.fr](http://www.lesechos-conferences.fr)

► Rives de la Beauté : 18-22 sept., Paris.

[www.rivesdelabeaute.com](http://www.rivesdelabeaute.com)

► 5.5 Design Studio : expo 5.6 la mise à jour pour les 10 ans du studio, 20-21 sept., 10h-17h. 8 rue Popincourt, Paris. Journée pro le 19.

[www.5-5designstudio.com](http://www.5-5designstudio.com)

► London Design Festival :

jusqu'au 22 sept., Londres.

[www.londondesignfestival.com](http://www.londondesignfestival.com)

► Protection des créations :

formation gratuite pour entreprises et designers, 24 sept., 9h30 à 12h00, Le Lieu du Design, Paris.

► Design September : plus de 100 événements, jusqu'au 30 sept., Bruxelles.

[www.designseptember.be](http://www.designseptember.be)

► Le guéridon : expo, jusqu'au 11 oct., Granville Gallery, Paris.

[www.granvillegallery.com](http://www.granvillegallery.com)

► Edelkoort Design Collection:

jusqu'au 27 oct., Institut Néerlandais, Paris.

[www.institutneerlandais.com](http://www.institutneerlandais.com) •

[info@design-fax.fr](mailto:info@design-fax.fr)

twitter : @design\_fax

## Sismo : le grand changement

**Création d'un entité développement avec un ex-cadre de Sanofi, recrutement de nouveaux profils, recours à des ressources extérieures, partenariat avec Caggemini...  
L'évolution des Sismo est en phase avec l'évolution du design.  
Coup de projecteur sur une agence en pleine transformation.**

DÉJÀ atypiques du fait de la diversité de leurs activités, entre design produit, accompagnement du changement et recherches artistiques, les Sismo se préparent à évoluer. Leur objectif de développement va les amener à constituer de nouvelles entités et à accueillir de nouveaux acteurs. Pour accélérer le mouvement, les deux fondateurs, Antoine Fenoglio et Frédéric Lecourt, vont faire appel à des ressources extérieures. La transformation en cours de cette agence mérite de retenir l'attention car elle est révélatrice d'un phénomène plus large : l'évolution de la pratique du design et de sa perception par les entreprises et les organisations.

*«POSTULAT de base : le changement c'est mieux que ne rien faire», énonce Frédéric Lecourt en constatant : «Régulièrement, nous avons l'impression de changer de métier. Nos interlocuteurs changent. Avant, c'était un chef de produit. Maintenant, ce sont des PDG, directeurs innovation, stratégie...» «Aujourd'hui, répondre à un cahier des charges marketing, cela devient rare. L'autre semaine, une grosse entreprise nous a demandé de monter une structure externe de développement de l'innovation», ajoute Antoine Fenoglio. «Les objets nous intéressent moins que les gens qui utilisent et qui fabriquent, confie Frédéric Lecourt. Le fond de notre métier, c'est influencer. Il s'agit d'emmener les gens avant d'emmener le produit. Plus on travaille sur l'humain, plus cela porte ses fruits.»*

D'OU la décision des Sismo de se réorganiser. «Nous voulons mettre en place non pas une agence, mais une structure de développement dont le design sera le fil d'Ariane», explique Antoine Fenoglio. Un chef d'orchestre a été trouvé : Pierre Marin. Ami de

longue date des Sismo, cet HEC a effectué un parcours classique (en management et/ou à l'international) dans de grandes sociétés. Dans ses dernières fonctions, il a été responsable Asie pour une division de Sanofi Pasteur et il est intervenu, en accompagnement du changement, sur un projet du groupe. Il a décidé de «sortir d'une trajectoire grand groupe pour construire sur la différence, faire parler des mondes qui ne se connaissent pas bien ou s'ignorent. C'est ce qui fera le succès demain : combiner des talents et des ressources avec un grand respect des gens qui composent cet ensemble.» Son rôle sera notamment de constituer et animer des équipes. «On a besoin d'explorateurs.» Le nouveau Sismo devrait permettre de «voir plusieurs têtes». Les deux fondateurs souhaitent ne plus être seuls à incarner l'agence. L'idée est que l'état d'esprit Sismo génère une «oeuvre collective». Pierre Marin souligne aussi la volonté de «créer les conditions pour que la génération des designers de 25 ans puisse s'exprimer».

DIVERS profils vont «monter dans l'aventure», au côté de ceux en interne, prévoient les Sismo. Des designers spécialisés : numérique, services... Un DG : «jeune, mais avec de l'expérience», issu du monde du conseil dans l'industrie et l'innovation. Des «Sismo Angels» : les fondateurs souhaitent d'abord faire appel à des investisseurs proches de leur état d'esprit : agences, industriels, particuliers... Condition : «qu'ils soient indépendants». L'opération devrait être finalisée à la fin de l'année.

LES Sismo viennent de conclure un nouveau partenariat «innovation-design» avec un acteur de poids : le groupe Caggemini (lire page 2). Ils ont déjà noué des partenariats avec Carré Noir (en 2009), Ametra (2010), Protéines (2011). Alors qu'ils abordent une nouvelle étape de leur existence, les Sismo achèvent la première phase avec une distinction : ils ont été faits chevaliers de l'Ordre des Arts et des Lettres •

*Autres informations sur les Sismo page 2.*

**Concours - Appels d'offres - Offres d'emploi : p 4 et 5**

## Les Sismo : de la Commanderie du XII<sup>ème</sup> siècle au partenariat dans le numérique

LES Sismo ont acquis l'an dernier un château du Moyen-Age : une ancienne Commanderie du XII<sup>ème</sup> siècle qui dépendait de l'ordre souverain militaire hospitalier de Saint-Jean de Jérusalem de Rhodes et de Malte. Situé dans la Creuse, entouré de 14 hectares de prairies, l'édifice est impressionnant : six galeries, un donjon, une chapelle, huit cheminées monumentales, salle de garde, cuisine médiévale, cellules... Depuis ce printemps, les Sismo y organisent des workshops avec leurs clients. *«C'est une pique de vitamines pour franchir une étape»*, note Antoine Fenoglio. Les participants perdent vite leurs repères et leurs réflexes : *«C'est un autre rituel de vie, plus simple, presque monacal. Pour téléphoner, il faut aller dans le verger. Cela change tout.»* Un lieu idéal pour *«être au cœur et avoir du recul»*.

### Avec BPI : des « jours hyper productifs en Creuse »

RESPONSABLE Merchandising Retail/Design de BPI (Beauté Prestige International), Céline Senneville collabore avec les Sismo depuis un an. Elle a participé en juillet à un séminaire à la Commanderie. Ce n'était pas gagné d'avance : *«Emmener 16 personnes dans la Creuse, des gens de l'univers du luxe habitués aux grands hôtels, cela a été un challenge pour moi de convaincre en interne. En fait, ce fut deux jours hyper productifs. Au retour, tout le monde était embarqué dans l'aventure. Nous avons co-construit les outils de dialogue qui vont nous permettre d'être plus performants et plus justes dans l'approche des marques.»*

CÉLINE Senneville a pris la responsabilité de l'équipe retail design, il y a deux ans. Il s'agissait de créer un studio de design (notamment en réunissant des équipes existantes) et de rapatrier la création en interne. Objectif : *«Redonner à l'entreprise*

*ses lettres de noblesse dans la création et assurer la cohérence de l'identité des marques»*. Filiale de Shiseido, BPI crée et distribue des parfums de créateurs : Issey Miyake, Jean Paul Gaultier, Narciso Rodriguez, Elie Saab et, à partir de fin 2014, Azzedine Alaïa. Le studio intervient sur l'identité des points de vente, les vitrines. *«On commence à faire du pack»*, note Céline Senneville, tout en précisant que la création du pack en interne n'est pas un objectif à court terme. En poste depuis 14 ans chez BPI, dont 9 au marketing opérationnel, Céline Senneville avoue avoir découvert le design avec les Sismo : *«Ils essaient de comprendre les gens avant de comprendre le projet. C'est leur force. Ils ont une humilité, une écoute, une considération comme j'ai rarement pu en croiser dans ma vie professionnelle.»* La collaboration continue afin d'*«apporter une culture design à l'entreprise»* ●

### Avec Capgemini : « l'expérience digitale »

*«UNE vraie complémentarité, l'envie de travailler ensemble et, d'abord, une rencontre entre des hommes»*. André-Benoît de Jaegere explique ainsi les raisons du partenariat qui se met en place entre Capgemini Consulting et les Sismo. Mais le directeur associé responsable de l'innovation et du développement de Capgemini Consulting note aussi que cette collaboration est le reflet de la montée en puissance du design dans le monde numérique. *«Dans le champ de l'innovation, on a vu émerger la fonction design de façon très forte, de même que le rôle des designers dans le processus d'innovation. Cela nous a amenés à s'y intéresser et à voir quelle contribution pourrait apporter le design. Par ailleurs, le design a fait massivement irruption dans le domaine des systèmes d'information. Au départ, c'était de l'ergonomie. Aujourd'hui, on parle d'expérience digitale.»* Le directeur de l'innovation met l'accent sur le pouvoir accélérateur du design dans la construction d'un processus de changement. Cela a conduit le groupe à se rapprocher des écoles : Artem, Ecole de design Nantes-Atlantique, programme Concevoir un produit innovant avec l'Essec, Centrale Paris et Strate Collège. *«Nous avons toujours eu des coopérations avec des agences de design : concept point de vente, travail sur la marque... Mais c'est le designer amené par l'entreprise cliente. Nous avons pensé qu'il pourrait être intéressant, au-delà de ces coopérations, de structurer une collaboration.»* André-Benoît de Jaegere estime que le partenaire design pourra intervenir dans plusieurs cas de figure. Lorsqu'une entreprise veut revoir son processus d'innovation : beaucoup d'entre elles se réorientent désormais vers les clients, *«même dans les services financiers, ce n'était pas si courant»*. Le designer peut intervenir *«d'entrée de jeu»*. Lorsqu'il s'agit de créer des *«temps forts dans l'innovation»*, de créer un pôle innovation : la possibilité sera donnée aux porteurs de projets de formaliser avec des designers. Autres cas : les politiques publiques. *«Sur ces enjeux complexes, c'est difficile de construire un langage commun. Or, un homme politique doit convaincre et rendre visible.»* Le designer sera utile par ses compétences à créer *«de la narration, des histoires»*.

LE directeur de l'innovation de Capgemini Consulting confirme : *«Nous avons ouvert nos recrutements aux écoles de design, mais les candidats doivent avoir un gros background informatique»* ●

## Designerbox : la surprise du mois

«*TOUS les indicateurs sont au vert. On a touché notre cible*», affirme Bénédicte Colpin, co-fondatrice de Designerbox avec Tomas Erel (co-fondateur de Saazs), qui confirme que l'exercice est «*déjà à l'équilibre*». La nouvelle maison d'édition aura bénéficié d'une large couverture médiatique depuis son lancement avant l'été et de nombreux coups de pouce, comme celui offert par Orange, la semaine dernière durant la Paris Design Week, en exposant les créations à Docks en Seine. Le principe est simple : trois formules d'abonnement (à partir de 29 euros/mois + frais de livraison) permettent de recevoir chez soi, dans une boîte en bois, un objet inédit créé par un designer. «*On ne vend que sur Internet. On ne fera pas de salons. L'abonnement permet d'avoir une visibilité sur la production. Sans cette limitation des coûts, on trouverait les produits à 80 euros en magasin*», explique Bénédicte Colpin. «*Les designers sont des personnalités reconnues, pas des débutants. Nous ne sommes pas éditeurs à proprement parler, il n'y a pas de ligne éditoriale. Il faut que l'objet rentre dans une boîte et que ça raconte une histoire*», souligne la co-fondatrice.

DESIGNERBOX donne un coup de vieux aux éditeurs traditionnels et apparaît comme un projet malin profitant pleinement d'Internet et surfant sur l'esprit de l'époque. C'est la pochette surprise de l'ère numérique. La collection de design à l'heure de l'e-commerce. Le jeu l'emporte sur l'objet. La découverte chaque mois d'une création inconnue et l'histoire véhiculée (avec talent) autour du designer importent davantage que l'objet lui-même. Le prix attractif contribue également à l'aspect ludique. Le risque serait que ces atouts incitent à être moins exigeant sur la qualité. Les fondateurs s'en défendent. En tout cas, voilà un cadeau d'entreprise idéal pour les marques en quête d'une image créative. Elles trouveront ainsi un moyen astucieux de se rappeler chaque mois au bon souvenir de leurs protégés ●

■ **Macef**, le salon milanais de la maison depuis 50 ans, va changer de dimension, de concept et il se rebaptise HOMI. Plus grand, plus international, réparti en dix univers, ce nouveau salon consacré à l'art de vivre tiendra sa prochaine édition du 19 au 22 janvier, quelques jours avant Maison&Objet (24-28 janvier) qu'il entend concurrencer davantage et dont il s'offre le fondateur : Étienne Cochet devient conseiller stratégique international de Fiera Milano [Df 860]. «*HOMI est basé à Milan mais il ira en Asie, en Russie et en Amérique*» annoncent les organisateurs qui prévoient la transformation du Macef, symbole du Made in Italy, en un salon mondial.

■ **Vitra** acquiert Artek. Fondée en 1935 en Finlande par Alvar Aalto et son épouse Aino, le promoteur artistique Maire Gullichsen et l'historien d'art Nils-Gustav Hahl, Artek «*tout comme Vitra, incarne un projet culturel et commercial*», souligne Vitra. Artek «*continuera d'agir en tant qu'entité distincte*», mais des synergies seront mises en oeuvre entre les deux sociétés (fabrication, distribution, logistique).

## Projets en cours des Sismo : entre commerce et démarche artistique

**Boutique** : Les Sismo participent à la création d'une boutique qui ouvrira mi-novembre au marché Poncelet, à Paris 17<sup>ème</sup>. Elle proposera «*le meilleur produit à la meilleure saison, uniquement des produits rares*», précise Antoine Fenoglio. Les produits viendront des mêmes producteurs que ceux auxquels font appel les chefs de restaurants réputés. Mission de l'agence : du design classique au sourcing des produits.

**Art**. Les Sismo travaillent actuellement avec l'artiste Mathieu Mercier. Le résultat sera un prolongement de *Vanité High Tech* (copies de crânes avec une imprimante 3D) présenté en octobre 2010 au salon Chic Art Fair [Df 728]. Il aura pour titre : *En attendant* (plus le nom du collectionneur). Les deux partenaires exposeront à Show-Off, salon consacré aux arts numériques et aux nouvelles pratiques artistiques qui en découlent, du 21 au 23 octobre à l'Espace Pierre Cardin, à Paris. Les Sismo travaillent aussi, actuellement, avec une autre artiste : Orlan.

**Expo**. Les Sismo ont conçu la scénographie de *Frida et moi*, une exposition atelier autour de Frida Kahlo. Elle sera présentée du 19 octobre au 17 mars à la Galerie des enfants du Centre Pompidou, à Paris et à Acapulco fin novembre (même scéno). La scéno vise à sensibiliser les enfants à l'univers de l'artiste : Frida et le voyage, Frida et la douleur... Ce sera une confrontation avec une personnalité plus qu'avec une œuvre ●

■ **Pixelis** réaffirme son positionnement avec une nouvelle signature, «*Brand Telling*», une nouvelle promesse, «*Create & Tell True Brand Stories*», et une nouvelle identité visuelle. L'agence insiste sur la nécessité de «*penser la marque à travers la consistance d'une histoire*» et affirme : «*Parler de Brand Telling, c'est abolir la frontière entre design et communication. Une frontière aujourd'hui devenue artificielle tant les marques conçoivent chacune de leurs prises de parole comme un élément d'une histoire globale. Qu'il s'agisse d'identité et d'architecture de marque, de plateformes de marque et de communication, de campagnes de communication corporate et consommateurs, de design packaging, d'activation shopper ou digitale, nos expertises consistent toujours à penser une histoire.*»

■ **Franck Bercegeay**, ex-chargé de mission depuis 12 ans au Centre du Design Rhône-Alpes puis à l'ARDI Rhône-Alpes (Agence régionale du développement et de l'innovation), rejoint une start-up spécialisée dans l'efficacité énergétique pour les bâtiments : Ubiand, dirigée par Emmanuel Olivier, un ancien de l'école Boulle. Il sera en charge des partenariats innovation et design.

■ **Interbrand** conçoit les nouveaux coffrets cadeaux de Relais & Châteaux : des coffrets en un ou plusieurs étages, le consommateur ne pouvant découvrir qu'un étage à la fois.

■ **Anges & Design** a créé l'identité visuelle de L'arrondi, système permettant de financer des associations locales de solidarité en arrondissant le montant d'un ticket de caisse.

■ **Histoire des objets, Chronique du design industriel**, tel est le titre du livre de Raymond Guidot qui sera publié le 2 octobre. 540 pages, 350 illustrations. 45 euros. Éd. Hazan.

■ **Intangibles** a été chargée, après appel d'offres, de reconceptualiser le point de vente d'Undiz (marque de lingerie et homewear du groupe Etam) : valoriser le savoir-faire corsetier, intégrer le parcours digital d'une clientèle très connectée, sans créer de rupture d'image avec le réseau existant.

■ **Intangibles** est chargée par le site [Spartoo.com](http://Spartoo.com) (vente de chaussures sur Internet) de concevoir le premier commerce cross canal.

■ **L'Institut National du Cancer (INCa)** a confié à Babel, suite à un appel d'offres [Df 820], le marché lié à la réalisation de dispositifs web (sites Internet, gestion de contenus, médias sociaux...) tels que l'accompagnement et le conseil stratégique, la conception et la réalisation (ergonomie, design/création, développement).

■ **Generous**, agence fondée par Jean-Baptiste Coissac (ex-directeur de création associé de Saguez & Partners), recrute Julie Aubin, ex-Saguez & Partners, puis Dragon Rouge, en tant que directrice de clientèle.

■ **QSLD Paris** crée les nouveaux packagings de Lirikos, marque du groupe coréen Amorepacific.

■ **Outsign** a contribué au nouveau positionnement «*Lounge Shopping*» du centre Italie Deux (propriété d'Hammerson) qui a été inauguré jeudi à Paris : identité visuelle, architecture intérieure, design. La passion de l'art contemporain, chère à Outsign, «*s'affirme travers l'intégration d'un parcours arty*» : interventions artistiques, lustre monumental Tamagoshi, surprise digitale : le Wall of Fame.

■ **Design Day** crée la nouvelle identité visuelle et le concept du nouveau magasin de 2 000 m<sup>2</sup> ouvert au MIN de Rungis par La Corpo, distributeur centenaire de matériel et consommables aux professionnels des métiers de bouche •

## ■ **Concours**

**James Dyson Award** : Vincent Bihler et Victor Cheung de l'UTC (Compiègne) sont les lauréats français avec un concept de masque d'apparence rassurante. Avec 89 projets d'étudiant, la France est le 1<sup>er</sup> pays contributeur à l'édition 2013. [www.jamesdysonaward.org/default.aspx](http://www.jamesdysonaward.org/default.aspx)  
**Caddie** lance, avec le Via, une consultation auprès des jeunes designers. Ils devront, en s'inspirant de la technique filaire de la marque, imaginer un produit : mobilier modulable et multifonctionnel, optimisation du rangement, concept de chariot. Envoi du projet jusqu'en décembre.

**Orange**. Six écoles participeront à la 3<sup>ème</sup> édition du concours de design à partir d'octobre : ENSCI-les Ateliers, École supérieure d'art et design de Saint-Étienne, Strate Collège, une école au Cap, une à Malmö et l'université de Northumbria à Newcastle.

**Centrale Paris** lance un concours de projets innovants (biens ou services) ouvert aux créateurs de start-up ou porteurs de projet personnel. Candidature avant le 10 octobre midi sur [www.centraleparis-incubateur.info](http://www.centraleparis-incubateur.info) •

## ■ **Appels d'offres**

**Cté Agglo Grand Paris Seine Ouest** : prestations de communication à haute valeur ajoutée (conception d'une identité graphique, campagnes de communication, rapport annuel,...). Nombre maximal de participants à l'accord-cadre : 6. Montant total durant la durée de l'accord-cadre (4 ans) : 400 000 euros HT. Date limite de réception des offres : 18 octobre. Tél. : 01 46 29 69 78. [www.agglo-gpso.fr/communaute/les-marches-publics-1](http://www.agglo-gpso.fr/communaute/les-marches-publics-1)  
**Rennes Métropole** : conception scénographique et graphique, suivi de réalisation de l'expo *Quand l'habit fait le moine*, au Musée de Bretagne (Les Champs Libres). Date limite de réception des offres : 30 septembre. Tél. : 02 23 40 67 43. e-mail : [marchespublics@leschampslibres.fr](mailto:marchespublics@leschampslibres.fr) [www.e-megalisbretagne.org](http://www.e-megalisbretagne.org) **Autres appels d'offres : p 5 •**

## ■ Appels d'offres

**Marseille :** réalisation de la scénographie et de l'animation d'un espace culturel pour l'événement *La Mer nous inspire*. Date limite de réception des offres : 3 octobre. Tél. : 04 91 55 35 29.

e-mail : [service-mer-et-littoral@mairie-marseille.fr](mailto:service-mer-et-littoral@mairie-marseille.fr)

<http://marchespublics.mairie-marseille.fr>

**Conseil général de la Somme :** refonte du site [www.somme-ecoactivite.fr](http://www.somme-ecoactivite.fr) pour le département. Date limite de réception des offres : 1<sup>er</sup> octobre. Tél. : 03 22 71 80 35. <https://sommemarchespublics.fr>

**FranceAgriMer :** conception, réalisation et maintenance du pavillon de la France à l'exposition universelle 2015 de Milan, conception et réalisation de la scénographie de l'expo, aménagement des espaces extérieurs. Date limite de réception des offres : 8 octobre. e-mail : [mpublics@franceagrimer.fr](mailto:mpublics@franceagrimer.fr)

<http://franceagrimer.e-marchespublics.com>

**Conseil général du Rhône :** conception et fabrication matérielle de l'exposition Confluences, Emile Guimet en héritage, exposition inaugurale du musée des Confluences. Date limite de réception des candidatures : 3 octobre. Nombre de candidats admis à présenter une offre : entre 3 et 4. Prime : 3 344,48 euros HT. e-mail : [marches.publics@rhone.fr](mailto:marches.publics@rhone.fr)

<http://rhone.marcoweb.fr>

**Saint Lô :** scénographie pour l'aménagement d'un espace dédié à l'histoire de Saint Lô au Musée des Beaux-Arts. Date limite de réception des offres : 27 septembre.

e-mail : [amelie.le-marinel@saint-lo.fr](mailto:amelie.le-marinel@saint-lo.fr) (tech).

e-mail : [service.marches@saint-lo-agglo.fr](mailto:service.marches@saint-lo-agglo.fr) (adm).

**Saône-et-Loire :** refonte du site Internet du département. Date limite de réception des offres : 11 octobre. Fax : 03 85 39 76 52.

<https://marches.e-bourgogne.fr> ●

## ■ Offres d'emploi

### Responsable Travaux

**EVIDENCE RH**, entreprise de recrutement spécialisée dans les métiers de l'architecture et du design.

Notre client, agence d'architecture retail, spécialisée dans la création de concepts et d'identité visuelle recherche dans le cadre de son activité un Responsable Travaux - Pilote (H/F). CDD de 7 mois suivi d'un CDI. Directement rattaché(e) au Directeur Travaux, vous serez amené(e) à conduire le pilotage complet de projets depuis la demande client jusqu'à la réception. A ce titre vous aurez pour responsabilité d'assurer :

La gestion de projets : étude des projets, déclinaison des concepts, gestion des appels d'offres, détermination des projets (coût, délais, moyens...), réalisation des dépôts administratifs, gestion des plans (coupes, élévations, APS et APD), fidélisation auprès de la clientèle.

La gestion du suivi de chantier : suivi des travaux dans toutes les phases (ouverture de chantiers, réception des chantiers), application des règles de sécurité, animation des réunions et rédaction des comptes rendus.

Profil : Titulaire d'une formation Bac+5 spécialisée en architecture ou en bâtiment vous justifiez d'une expérience de 3 à 5 ans en maîtrise d'œuvre dans le domaine de l'architecture intérieur / retail ou au sein de bureaux d'études. Autonome et rigoureux(se), vous disposez de réelles compétences de management pour diriger des équipes de projets. Vous maîtrisez, par ailleurs, les normes de sécurité. Vous avez une parfaite maîtrise Autocad. La connaissance de Project, Devisoc serait un plus. La maîtrise de l'anglais est demandée. Poste basé à Paris. Salaire : 3200 euros brut.

Envoyer CV en format Word en précisant dans le corps du message la référence 2708-RES-TRX-DF, à l'attention de Madame Alexia Blanchard, à : [recrutement@evidencerh.fr](mailto:recrutement@evidencerh.fr)

**Chargé de projet + Responsable de fabrication pack RÉSERVOIR CRÉATIF** est une société d'aide au recrutement et à l'évaluation des candidatures pour tous les acteurs du design. Nous sommes missionnés pour la recherche de deux profils :

- Pour l'agence Pink Design un(e) Chargé de projet, commercial, junior ou confirmé dans l'univers du branding packaging de luxe, parfum, cosmétique et beauté, passionné par ces domaines. Diplômé en marketing/communication. Expérience en agence de design ou annonceur, ou si l'expérience n'est pas encore là, un talent, une envie, un sens de l'écoute, de l'initiative et un potentiel qui laisse présager le meilleur. Il/Elle prendra en charge de manière autonome le suivi de ses projets packaging/design volume dans sa globalité en collaboration avec la direction de l'agence et les équipes créatives. Il/Elle aime le travail d'équipe, a la capacité à s'associer et à partager la démarche créative de l'agence et sait défendre ses convictions auprès de ses clients. Il/Elle garantira une bonne relation client, une réflexion stratégique et la gestion rentable des projets et véhiculera une image positive de l'agence en adéquation avec l'univers du luxe. Vous intégrerez une agence à taille humaine dont l'expertise est reconnue et le développement, dynamique. Ce poste est à pourvoir en CDI dans la perspective d'un parcours évolutif.

- Pour l'agence FERIA Design un Responsable de fabrication packaging (H/F), en charge de l'exécution et du suivi des fichiers. Il/elle connaît l'univers du packaging alimentaire, mass market, grande distribution. Autonome, organisé(e), avec de grandes qualités d'écoute, analyse, réflexion et synthèse, il/elle a une connaissance parfaite de toutes les étapes qui jalonnent la création d'un packaging. Compétences professionnelles : 5 à 8 ans d'expérience dans le secteur du pack, connaissance parfaite de la chaîne graphique, large connaissance des techniques d'impression avec une qualité d'arbitrage technique et process. Le cœur de mission consistera à être le responsable et garant du service exécution fabrication, prendre en charge et gérer le planning de ce service, assurer le bon fonctionnement de la phase exécution en lien et en collaboration avec la direction de création et la direction de l'agence, manager les ressources humaines nécessaires à ce service. Poste à pourvoir en CDI dans la perspective d'un parcours évolutif, au sein d'une structure à taille humaine.

Envoyez CV, lettre de motivation et book à [contact@reservoircreatif.com](mailto:contact@reservoircreatif.com) ●