

TÉMOIGNAGE A DEUX VOIX

- Parole de créatrice : Marie Molon-Philippon
- Les conseils des CCI : Sandrine Wehrli

Créer son entreprise, après une 1ère vie de salariée.

Comment franchir le pas ?
Ressentis et expériences,
Astuces et pièges à éviter
Conseils des CCI...

Marie Molon Philippon CEO et fondatrice de Design Culture

Après 25 ans d'expérience dans l'urbanisme commercial, j'ai décidé de réorienter ma carrière et de devenir **Développeur de Projets Culturels pour les Lieux de Vie** : Centres Commerciaux, Collectivités Territoriales et Entreprises. Pour ce faire, j'ai complété mon Doctorat en Histoire de l'Art avec un Master d' « ingénierie culturelle » qui m'a permis de professionnaliser mes connaissances et d'être opérationnelle dans ce secteur.

Création de Design Culture en mai 2014 : Forte du constat de la mutation en cours dans le domaine du Commerce et consciente du potentiel économique que véhicule la culture, j'ai créé une structure associant expertise transversale et souplesse pour des prescriptions spécifiques.

Pourquoi Les Lieux de vie ?

Ce terme circule dans le langage de l'urbanisme commercial depuis 20 ans et reste à réaliser. L'époque fastueuse de la grande distribution et de la forte consommation permettait de différer. L'arrivée d'internet et la montée de l'e commerce contraint désormais les foncières à réagir et à penser le centre commercial différemment.

Les lieux de vie sont également l'espace public et les lieux d'expositions des villes qui attendent des propositions nouvelles d'événements avec un mariage obligé avec le secteur privé, pourvoyeur de financements et de réseaux de communication.

Les entreprises, hôtels, gares, aéroports, enfin , lieux de travail pour les premiers, de passage ou d'attente pour les seconds, ils accueillent des publics nombreux et variés qui regardent la présence artistique comme un lien social bénéfique.



Marie Molon Philippon avec Véronique Saubot, Présidente de Force Femmes et Imad BENMOUSSA, Président, Coca-Cola France.

Force Femmes, association reconnue d'intérêt général accompagnant les femmes de plus de 45 ans vers la création d'entreprise, a récompensé le 12 décembre 2016 au Théâtre des Variétés à Paris les 3 lauréates du **Prix de la Créatrice 2016**.

Marie Molon Philippon a été récompensée du **Prix de la Créatrice 2016** attribué par l'association **Force Femmes** et **Coca Cola France**. Cette distinction vise à encourager les femmes entrepreneurs de +45 ans ayant réussi à transformer un projet entrepreneurial en une société qui fonctionne. Marie Molon Philippon s'est vue attribuer le Prix Coup de Cœur du jury qui a validé son principe de la présence de l'humain dans notre univers commercial et économique.

Design Culture prospecte les Collectivités territoriales pour monter des projets d'exposition ; comme « **Flora Flora** » à l'été 2018 dans la ville de Bonifacio, troisième opus du travail **Le Végétal Sublimé** de l'artiste Nicolas Roux Dit Buisson.

DÉVELOPPEUR DE PROJETS CULTURELS POUR LES LIEUX DE VIE

Design Culture implante des programmes culturels clé en main personnalisés

DESIGN CULTURE conçoit et met en oeuvre des animations artistiques et ludiques dans les lieux de vie que sont les **CENTRES COMMERCIAUX**, les **COLLECTIVITÉS TERRITORIALES** et les **ENTREPRISES**.

Notre démarche vise à répondre au constat suivant: Acteurs économiques privés et publics doivent intégrer de nouvelles offres pour accompagner la révolution technologique et les changements de comportements qui frappent nos sociétés. Ainsi, les centres commerciaux doivent faire front à une désaffection des clients, les Collectivités Territoriales doivent compenser la baisse des subventions publiques et les Entreprises doivent développer du lien social dans leur murs.

Notre expertise et notre savoir faire nous permettent de créer des offres artistiques singulières et ciblées pour chaque typologie de Lieux de Vie. Notre réponse marketing consiste à injecter de l'HUMAIN pour humaniser la vague technologique qui envahit l'ensemble du process.



CENTRES COMMERCIAUX

Le modèle économique des centres commerciaux évolue pour répondre à la mutation technologique en cours tant du point de vue de sa destination, que de sa conception, sa fonctionnalité, ses offres. La fonction



COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Les Collectivités Territoriales se doivent, dans le cadre de la politique du Développement et de l'Aménagement du Territoire, d'intégrer des animations culturelles et ludiques qui dynamisent leur territoire. Les



COMMUNES

Design Culture répond aux prérequis de la Politique de la Ville qui privilégie des événements enracinés dans leur territoire. Elle accompagne les Services culturels des communes dans le montage d'actions artistiques.



ENTREPRISES

Design Culture intervient enfin dans les sièges de sociétés et les hôtels, lieux de passage et de flux. Une exposition temporaire crée un LIEN SOCIAL avec les salariés et avec les clients de l'Entreprise lors du vernissage. L'installation d'une ou plusieurs

DESIGN CULTURE

La culture comme vecteur de croissance

La Culture comme facteur de croissance



Un changement d'ère

Le développement exponentiel et très rapide de nouvelles habitudes de consommation et la généralisation du commerce en ligne a pour conséquence une baisse sensible de la fréquentation des points de vente, notamment des centres commerciaux. Les foncières cherchent à répondre à cette tendance par l'introduction d'un ensemble de techniques marketing visant à conjuguer le digital et le commerce traditionnel (click and mortar). Bien que ces pratiques rationalisent et facilitent le métier, elles n'éradiquent pas totalement la désaffection des équipements commerciaux : le centre commercial a perdu de son attractivité parce que l'acte d'achat lui-même a perdu une part de sa magie (le client connaît mieux l'offre et le produit que le vendeur) voire de son goût. Le client privilégie son plaisir qui réside dans l'émotion, la découverte et l'échange.



Un savoir-faire

La démarche de Design Culture vise à fidéliser le client et à ré-enchanter les lieux de vie que prétendent être les centres commerciaux. Notre méthode s'appuie sur une approche sensible du « parcours client » et une analyse profonde de la zone de chalandise. Design Culture investit ces lieux avec des actions taillées sur mesure – majoritairement avec des acteurs locaux – afin de générer un trafic nouveau basé sur la culture et le plaisir plutôt que sur la consommation : Aller au centre commercial pour y voir une exposition, participer à une animation ou suivre un spectacle vivant. Design Culture aide le bailleur à gérer le « mix émotionnel » de son équipement commercial et à tisser un réseau relationnel avec son territoire.



Direction artistique

Design Culture accompagne les artistes dans leurs projets

Design Culture, acteur du monde de l'art

Design Culture assure la Direction artistique sous la forme des rôles de commissaire d'exposition et d'agent d'artiste.

Dans le cadre du montage de projet artistique pour les Centres commerciaux, les Collectivités Territoriales ou les Entreprises, Design Culture remplit la mission de Commissaire d'exposition en accompagnant les artistes dans la conception, l'organisation et la réalisation de l'exposition. Design Culture maîtrise un répertoire vaste et varié d'artistes afin de proposer une action artistique adaptée au lieu et à son usage. Un produit « clef en mains » est vendu à l'organisateur.

Agent d'artiste

Design Culture assure également la fonction d'Agent d'artistes pour un petit nombre de plasticiens et photographes. Elle se concentre sur des artistes émergents professionnalisés mais en recherche de reconnaissance et de notoriété. L'expertise de Design Culture lui permet de suivre et d'aider à orienter la carrière de chacun en fonction de sa spécificité et de ses objectifs. Elle établit une passerelle entre le monde de la création et les acteurs économiques à la recherche d'engagement et de valorisation.

PREAMBULE

Le seul endroit où le succès vient avant le travail,
c'est dans le dictionnaire !

Vidal SASSOON - Entrepreneur capillaire



Conseil n° 1 : Soyez clair sur vos motivations



N'y allez pas si :

- o Vous n'êtes pas convaincu à 300%,
- o Vous n'avez pas confiance en vous,
- o Vous voulez devenir riche rapidement,
- o Vous voulez travailler moins,
- o Vous en avez marre d'avoir un boss.

Conseil de la CCI :

- o Le mot-clé: VOUS (votre personnalité, votre détermination, votre envie)
- o Testez-vous avant d'entreprendre : des autodiagnostic en ligne sur cci.fr

Conseil n° 2 : Tout objectif flou se traduit immanquablement par une connerie précise (Anonyme)



Affûter au maximum son projet
avant de se lancer :

- o Profiter du système
- o Faire un Business-plan
- o Se frotter à la réalité de son futur métier
- o Prévoir son financement aujourd'hui... et demain
- o Ne pas s'oublier en route
- o Sécuriser son territoire
- o Voir loin

Conseil de la CCI :

- o Vérifier que le produit répond à un besoin ou résoud un problème
- o Etudier le futur marché (tendances du secteur, comportements d'achat, autres acteurs,...)
- o Passer de l'idée au business-plan (méthode Business-model Canvas)

Conseil n° 3 :
Une fausse note jouée avec timidité est
une fausse note, une fausse note jouée
avec conviction est une interprétation (Claude
Luter)

Se lancer dès qu'on est sûr
de
son idée

- o Se lancer, même si tout n'est pas 100% au point,
- o Savoir rester naïf,
- o Faire des erreurs ...et s'en servir,
- o Ne pas penser que ça va aller vite,
- o Ne pas penser que ça va payer vite



Conseil n° 4 :
Même si votre bureau est au pied de votre lit...
pensez comme une grande boîte !



C'est bien connu,
on ne prête qu'aux riches !

- o Bien choisir son statut,
- o Savoir s'entourer,
- o Soigner l'image de son entreprise,
- o Etre rassurant

Conseil de la CCI :

- o Posez des cloisons (vie privée/vie pro)
- o Pensez collectif, collaboratif

Conseil n° 5 : Ne restez pas seule !

Indépendant, oui. Isolé, non !

- o Se faire accompagner, mentorer, tutorer...
- o Penser couveuses, pépinières incubateur ou portage salarial,
- o Co-worker,
- o Réseauter plutôt 2 fois qu'une,
- o Partager son expérience,
- o Oser, oser...

Conseil de la CCI :

- o Ayez le réflexe de l'accompagnement
- o Une offre sur-mesure des CCI : en ligne ou en ateliers, formations, conseils,

« Seul on va plus vite,
ensemble on va plus loin »



Conseil n° 6 : Allez vous faire voir !



Votre meilleure vitrine,
c'est vous!

- o Ne jamais perdre une occasion de parler de son idée
- o Etre visible sur les réseaux sociaux,
- o Bâtir une vraie stratégie Relations Presse,
- o Participer à des concours de créateurs d'entreprise

Le mot de la fin...

« J'ai 2 baromètres :
Le Pifomètre & le Trouillomètre »

Alain MERIEUX, fondateur de BioMérieux,
donne les clés de la success story de sa famille.

MERCI

Votre CCI vous accompagne :

<http://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/creation>

<http://www.cci.fr/web/creation-reprise-cession-d-entreprise>

Marie Molon-Philippon – DESIGN CULTURE –
contact@designculture.fr