



Alix PAOLI

contact@alixpaoli.com

06 24 36 22 37

www.alixpaoli.com

34 ans

Nantes

Français / Anglais

Permis B / Vélotaffeuse

Portfolio | Product Designer

Cela fait 10 ans que j'accompagne des jeunes entreprises dans le développement de leurs produits, notamment dans les domaines de l'outdoor, de la santé et des wearables. J'utilise le design thinking et m'appuie sur mes compétences de prototypage pour concevoir des produits ergonomiques.

Sur un plan plus personnel, je pratique la planche à voile, j'aime bivouaquer en pleine nature et je m'intéresse au théâtre d'improvisation et à la danse.

Compétences

Design industriel

Prototypage et Design thinking

Packaging

UX UI

Illustration / Graphisme

Domaine

Wearable

IOT

Outdoor

Medical device



Les Projets

p.3-13 **Along**, les sacs à dos modulaires
design industriel et entrepreneuriat

p.14-17 **Dreem**, le bandeau qui améliore le sommeil
design industriel, prototypage, objets connectés

p.18-23 **Compagnie La Libre**, danse et happening
webdesign

p.24-26 **Les Arts en Tous Sens, spectacles très jeune public**
webdesign

p.27 **Décathlon**, mise en place d'un process de réparation
Design de service

p.31 Autres **projets**



Focus sur Along :

Création d'une marque, développement d'un sac à dos modulaire innovant, et gestion d'une entreprise.

Along : L'idée

Along est une marque française dédiée au sac à dos modulaires : sport / boulot / week-end. J'ai eu l'idée en 2017 car je cherchais désespérément un sac sobre, pas trop masculin, fonctionnel, et que je puisse moduler selon mes activités professionnelles et sportives. A cette époque je ne trouvais pas ce que je désirais sur le marché... Cela m'a permis d'imaginer un user case.

User Case :

... Marie ne veut plus transporter 5 sacs différents durant sa semaine.



Sondage et Persona

Après avoir parlé de mon idée dans mon entourage, j'ai constaté que je n'étais pas la seule à trouver qu'il manquait une marque de sacs à dos féminins et fonctionnels.

Constat : Les citoyens actifs veulent pouvoir pratiquer plusieurs activités au cours d'une journée, transporter du matériel sportif et professionnel, tout en gardant une allure élégante et sobre.

Sondage et conclusion (via google form 300 réponses)

Le sondage en ligne m'a permis de comprendre que la cible n'était pas que féminine, en plus de cela, j'ai pu classer les fonctionnalités les plus demandées et définir des persona.

Persona :

- Le pro
- Le cycliste
- le sportif

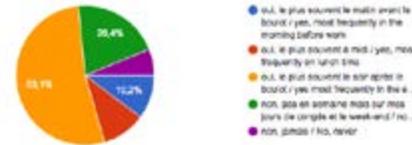


9h vélo 10h boulot 13h pause dej 18h30 sport 20h week-end



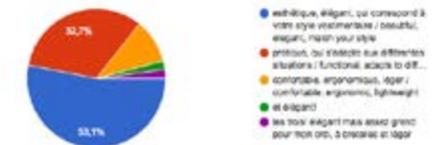
73 % practice sport during the week

Faites vous du sport durant votre semaine de travail? / Do you practice sport during the week?
49 réponses



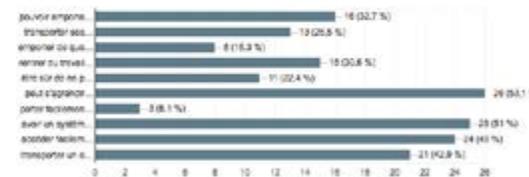
53 % privilege aesthetic

Quel est le critère prioritaire dans le choix de votre sac? / What is the main criteria when you choose a bag?
48 réponses



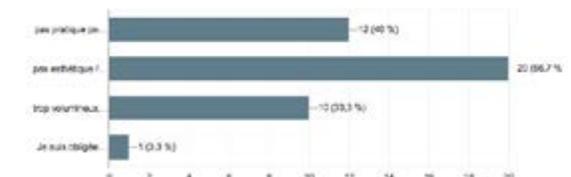
3 main features : getting bigger / smart storage / easy personal items access

Parmi les 10 fonctionnalités suivantes choisissez les 3 plus importantes à vos yeux / Among those 10 features choose the 3 most important ones
49 réponses



66 % avoid using backpack because of aesthetic

Si vous n'utilisez pas de sac à dos, quelles en sont les raisons? / If you do not use any backpack, what are the reasons?
30 réponses



La concurrence, notre unicité

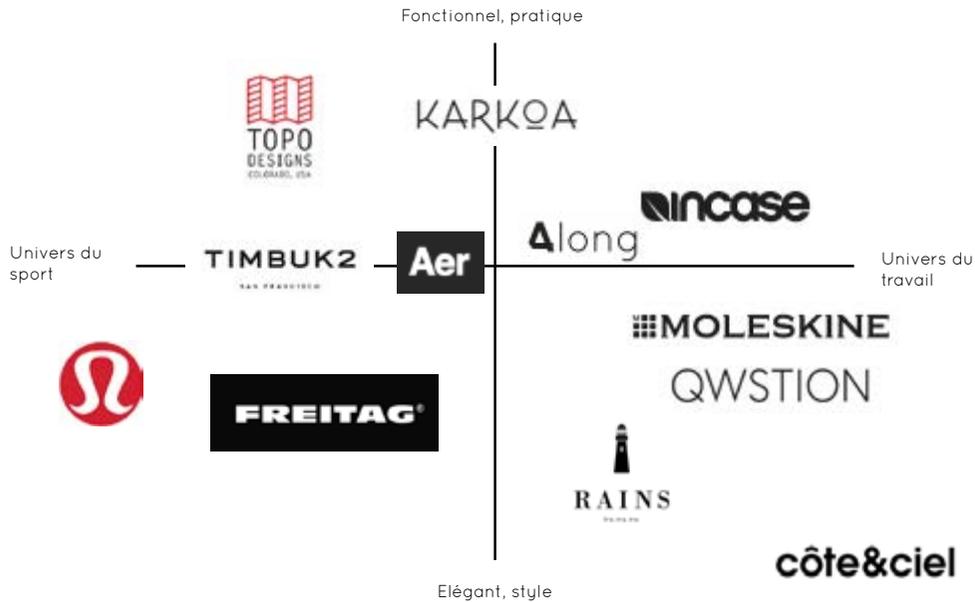
J'ai réalisé un benchmark de la concurrence afin de mieux comprendre comment nous positionner. Along était à la croisée des chemins entre esthétique et fonctionnalité.



Voyage inspirationnel 3 mois au Japon

En ce début de projet et de transition professionnelle (je venais de quitter mon ancien job) je décide de partir 3 mois au Japon avec un sac de 40 litres. Durant ce voyage inspirationnel je consoliderais ma vision d'une **ADN de marque minimaliste et innovante**.

Je visite des artisans et designers japonais pour nourrir ma réflexion. J'ai l'opportunité de travailler dans un Fab Lab en haut d'une tour à Tokyo, d'y coudre une de mes premières maquettes, mais aussi de rencontrer des fournisseurs de textile et des artisans d'art à travers le pays.



Prototypage et R&D

J'ai conçu et cousu plus de 17 maquettes et prototypes pour développer le sac à dos phare de ma marque. Cette première phase de maquettage inhouse permet de tester les fonctionnalités en attendant la phase de prototypage avec un industriel.



User test

J'ai créé un protocole de test, incluant : vidéos, questionnaire et interview live. J'ai testé mes 17 maquettes sur 20 utilisateurs pour affiner le cahier des charges de mon produit.

+ pochette à l'intérieur.

Maquette #7
Caractéristiques:

- compartment additionnel sur l'avant, peut se mettre à l'intérieur
remarques :
- ouverture de la poche principale sur le haut avec des aimants et sur les côtés avec des zippers.
remarques :
- système d'agrandissement de la poche principale avec zipper sur le côté
→ *poche pour tout ce qui est plat + grande structure*
attacher à ce que cela ne dérange pas la structure du sac.
- poche affaires personnelles sur le côté
remarques : *clés, pass navigo.*
- petit sac bandoulière qui se range dans le dos.
remarques : *important de tenir la forme vide +*
- poche pour les clés sur le côté
remarques : *attention au confort de dos. objet qui te sert dans le dos.*
- poche ordinateur et dossier accessible via le dos
remarques :

Rule Number One
Tests préparatoires / 14-18 Août 2017

si le sac étanche fait partie du sac même de charge.

si le sac étanche fait partie du sac même de charge.

important de tenir la forme vide +

attention au confort de dos. objet qui te sert dans le dos.

si le sac étanche fait partie du sac même de charge.

Diagramme fonctionnel

Lors de mes tests utilisateurs j'ai pu créer des diagramme fonctionnels et échelles de fonction. Cela m'a permis de mieux comprendre quels étaient les fonctions clefs.



Produit final et Propriété intellectuelle

Après avoir développé 17 maquettes j'ai finalisé un prototype industriel avec différents partenaires. Cela m'a permis de connaître les coûts de production, délais de fabrication, et minimum de quantité (MOQ).



En parallèle j'ai déposé à l'INPI :

- un dessin et modèles
- un brevet
- la marque



Along | La marque et l'intégration d'un réseau d'incubateurs

ADN & Marque

J'ai travaillé avec un questionnaire (outil développé par Shani Hermann) qui m'a aidé à définir mes valeurs de marque :
Adaptabilité | Découverte | Honnêteté

Histoire du Logo

L'identité d'Along est basée sur le désir d'imaginer une marque féminine et fonctionnelle qui, grâce à la personnalisation de certains éléments, permet de construire un sac à son image.

Le ruban de Kimono qui vient s'ajouter à la ceinture Obbi m'a beaucoup inspiré pour construire une identité autour de la ligne. La ligne représente le trajet, le voyage. On la retrouve avec la sangle à l'avant du sac. Le A de Along est un ruban plié. Along peut se lire along = durabilité.

Le choix du nom, Along (au long de...), s'explique simplement :
Votre sac vous accompagne au long de votre journée, vos week-end, votre vie...



Incubation & Recherche de financements

En revenant du Japon, je suis incubée au Schoolab pour 1 an, ce qui me permet d'affiner ma vision du projet et d'initier la réflexion autour de la création d'entreprise.

Durant cette période, je développe un business plan solide et trouve les partenaires industriels pour produire mon sac.

Mon projet a été soutenu financièrement par le réseau HDSI et Crédit Mutuel.



Along | La réalité : crowdfunding et coûts de production



Crowdfunding

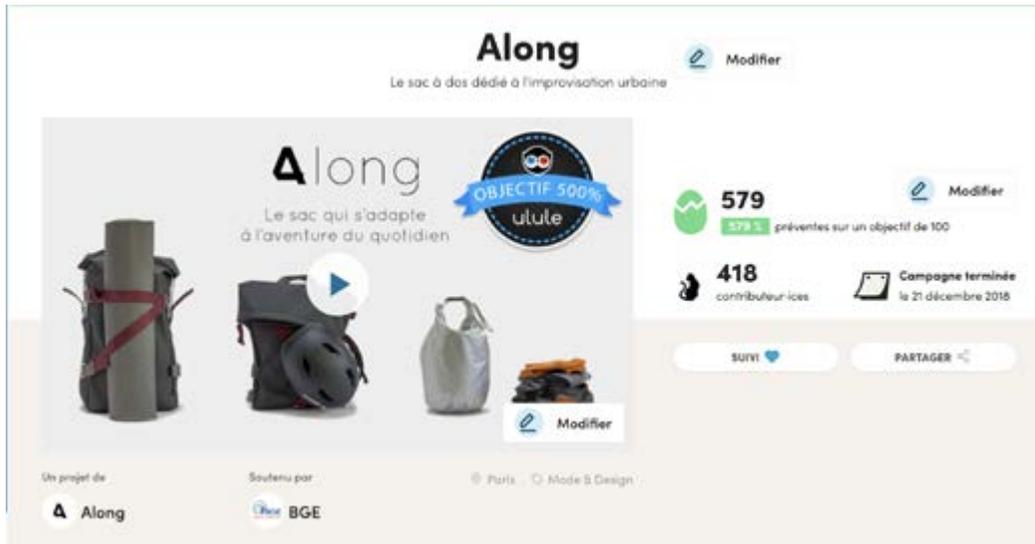
Proof of concept (validation par les clients)

Fin 2018, je lance une campagne de crowdfunding sur la plateforme de financement participatif Ulule. Je vend 579 sacs en 30 jours, ce qui me permet de lancer une première production en Chine, de me rendre sur place pour assurer moi-même le suivi de production et le contrôle qualité. Le projet a rencontré ses clients et l'entreprise prend vie.



Production marge et coûts

Après avoir récolté l'argent nécessaire en pré-ventes, j'ai passé 10 jours en atelier de fabrication en Chine pour lancer la production. En parallèle j'avais pu valider les coûts de production et d'import pour m'assurer d'être rentable.



**62 000 €
recoltés**

**579 sacs
vendus**

**800 sacs
fabriqués**



Prix de vente public
du PACK : 159€ TTC

TVA	29 €
marge Along 55 %	97 €
commission	3,5 €
envoi client France	9€
packaging	1,5€
transport + douane	5€
fabrication	30 €

Along | Une gamme de produits

V1 | 2019

Le premier modèle de sac comprends les fonctions suivantes :

- Poche ordinateur 16 pouces
- Volume adaptable 30 litres
- Clip pectoral
- Matières imperméables
- Fermetures éclair étanches



- Passage en bandoulière
- Ouverture en grand
- Sangle amovible pour tapis de yoga ou objet encombrant (casque vélo, veste, colis, ...)
- Module Plouf étanche
- Module Miam isotherme

V2 | 2021

► **Les retours utilisateurs** ont permis d'ajouter un clip pectoral, changer la matière, modifier le système d'ouverture, proposer de nouvelles couleurs de sangle, renforcer les bretelles.



Made in France | 2021

En 2021, sur la demande des utilisateurs, je décide de lancer une gamme made in France.

- Le sac à dos | sacoche vélo : Carrie
 - Le sac à dos pour en enfant : Pitchoun en cuir de papier.
- J'ai réussi à faire fabriquer des prototypes, mais la campagne de crowdfunding n'a atteint que 80% de l'objectif. Preuve qu'entre le désir du client et la réalité du prix, il y a souvent un fossé.



Sacs à dos modulaires
fabriqués en France
à partir de bouteilles en plastique



Produits annexes



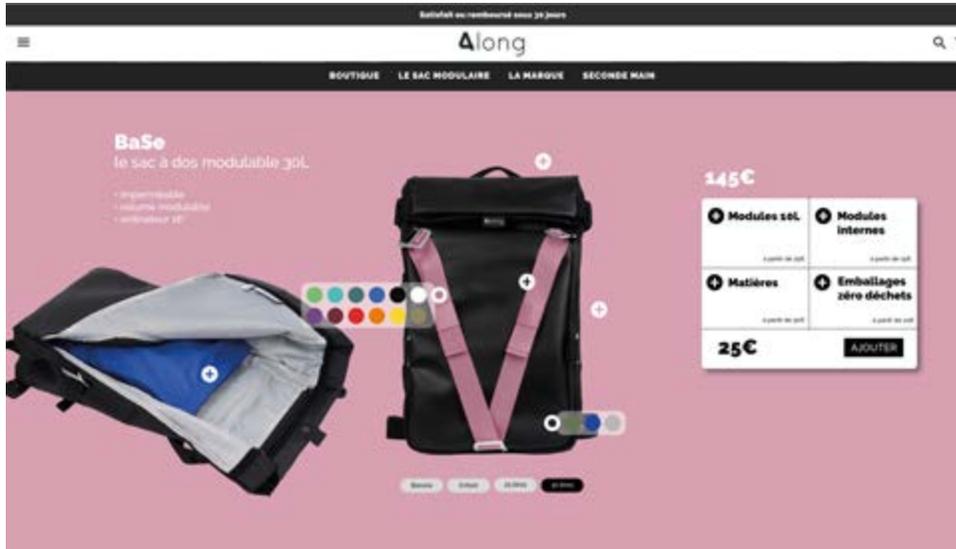
Vente B to B

J'ai réussi à faire référencer la marque dans les boutiques du Vieux Campeur en France, dans la chaîne de magasins Sac's Bar à Tokyo, sur le site internet de Nature et Découvertes.



Vente B to C online

Notre principal canal de vente était notre site vitrine que j'ai créé sous Shopify. J'ai en parallèle imaginé un site permettant une configuration du produit, mais le site n'a jamais pu être réalisé faute de moyens.



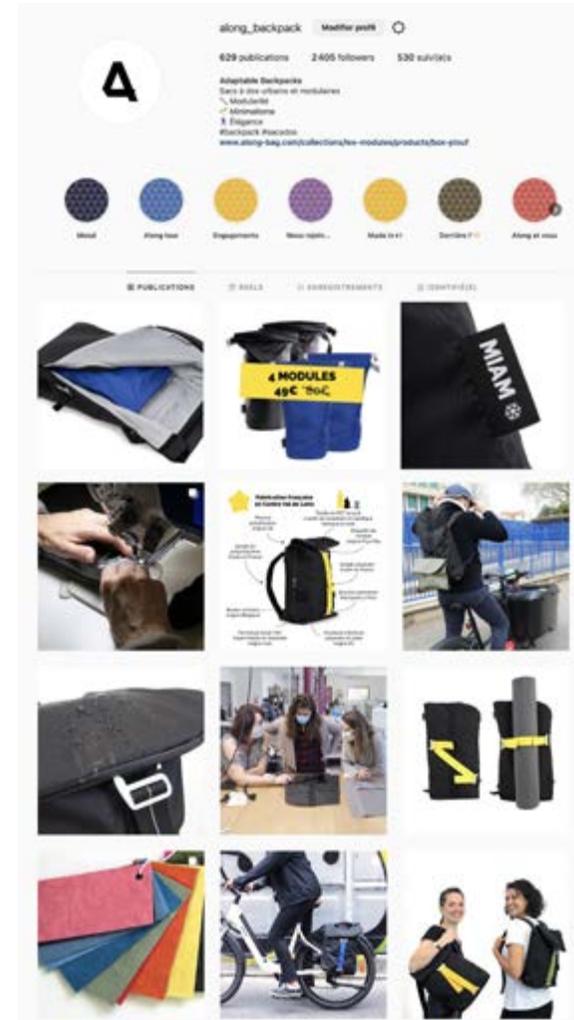
Salons

Along a participé à plusieurs salons comme Who's Next à Paris, L'expo du Vélo à Strasbourg, le Printemps des Docks à Lyon et Vélo en Grand en Île-de-France.

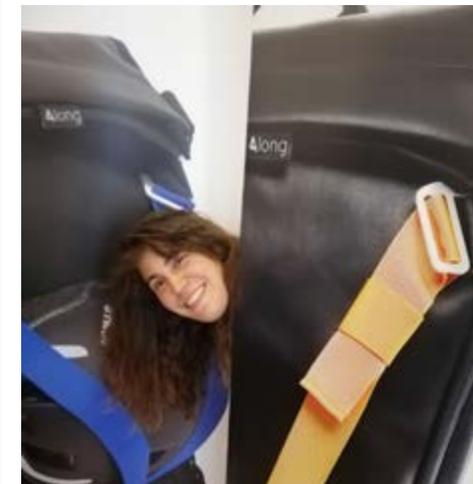
Communication

J'ai collaboré avec des photographes professionnels, mais j'ai aussi réalisé la plupart des photos qui nous permettaient de communiquer au quotidien, essentiellement sur Instagram et via notre Newsletter. J'ai appris à organiser des campagnes publicitaires sur Facebook, Instagram et Google Adds, avant de passer la main à une agence spécialisée.

Instagram



Salons

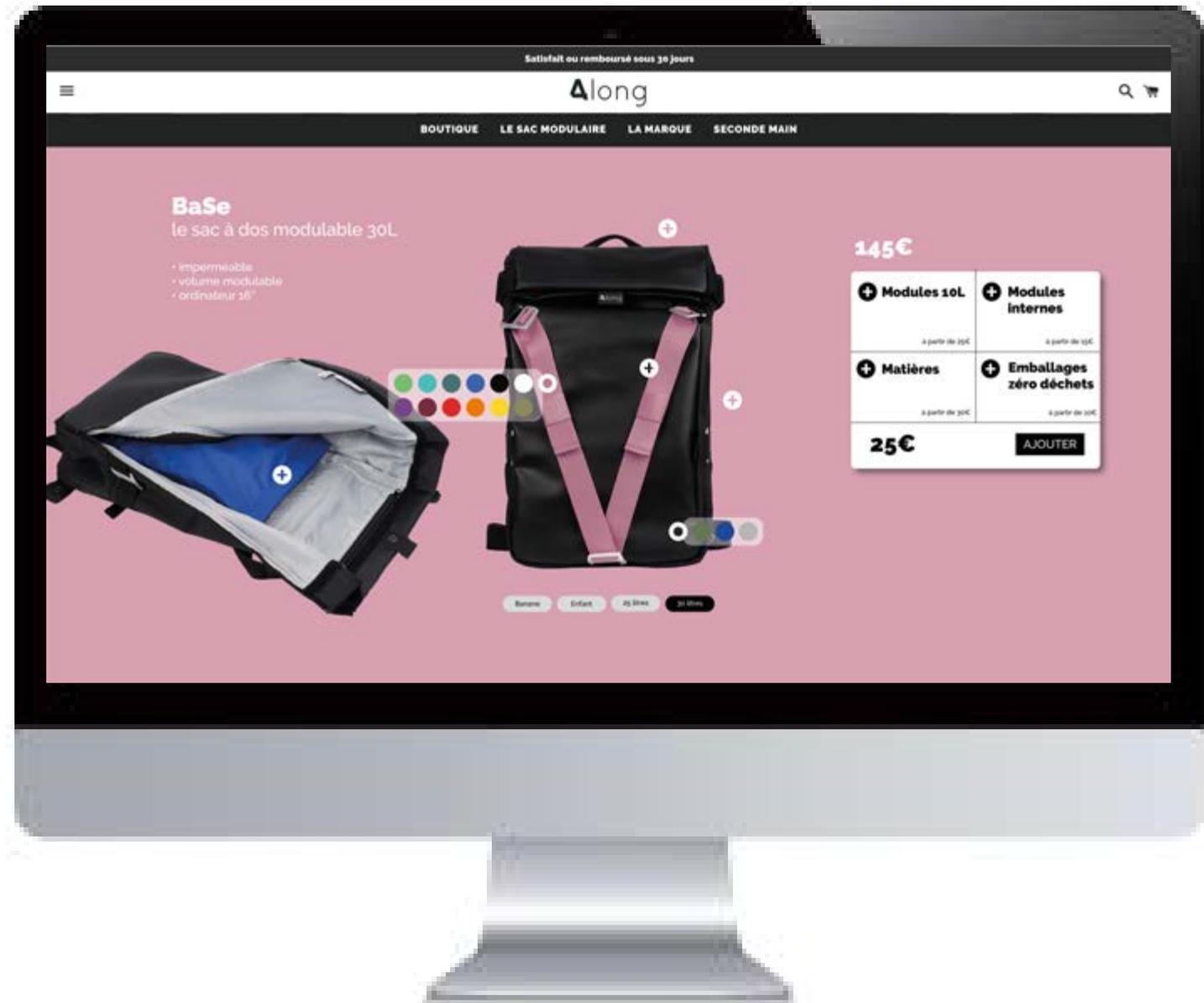


Along | E-shop

Produit personnalisable

Le concept des sacs Along reposant sur l'addition d'un certain nombre de modules fonctionnels, avoir une interface de personnalisation aurait permis d'augmenter les ventes et de clarifier le potentiel du produit auprès du consommateur.

Ce projet n'a pas pu être développé faute de budget.

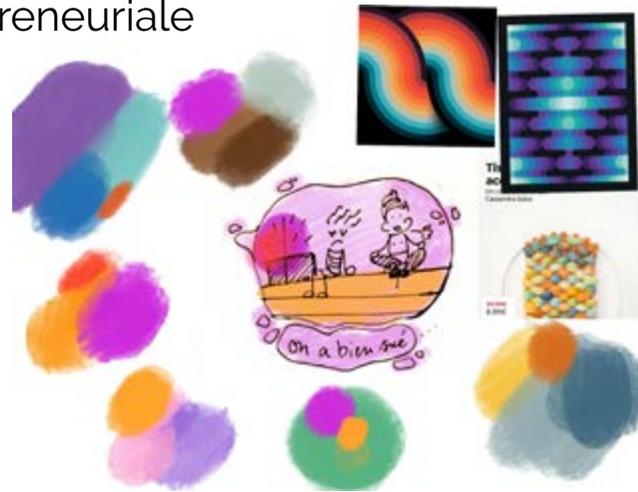


OABS PODCAST | Le REX d'une aventure entrepreneuriale 2023

En co-création avec Sabrina Michée, fondatrice de Ramen te Drêches, nous avons publié en 2023 le podcast On A Bien Sué, retraçant nos liquidations respectives.



Illustration pour Spotify



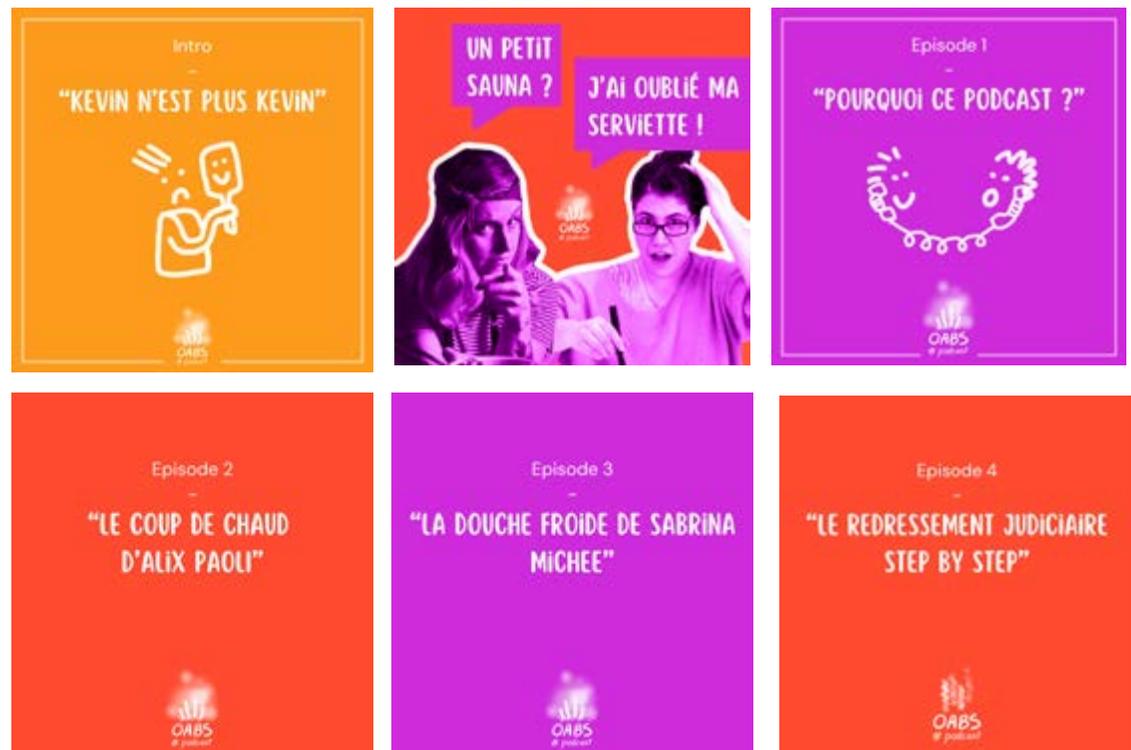
Moodboard / Recherches



Logo



Gamme de couleur



Posts instagram

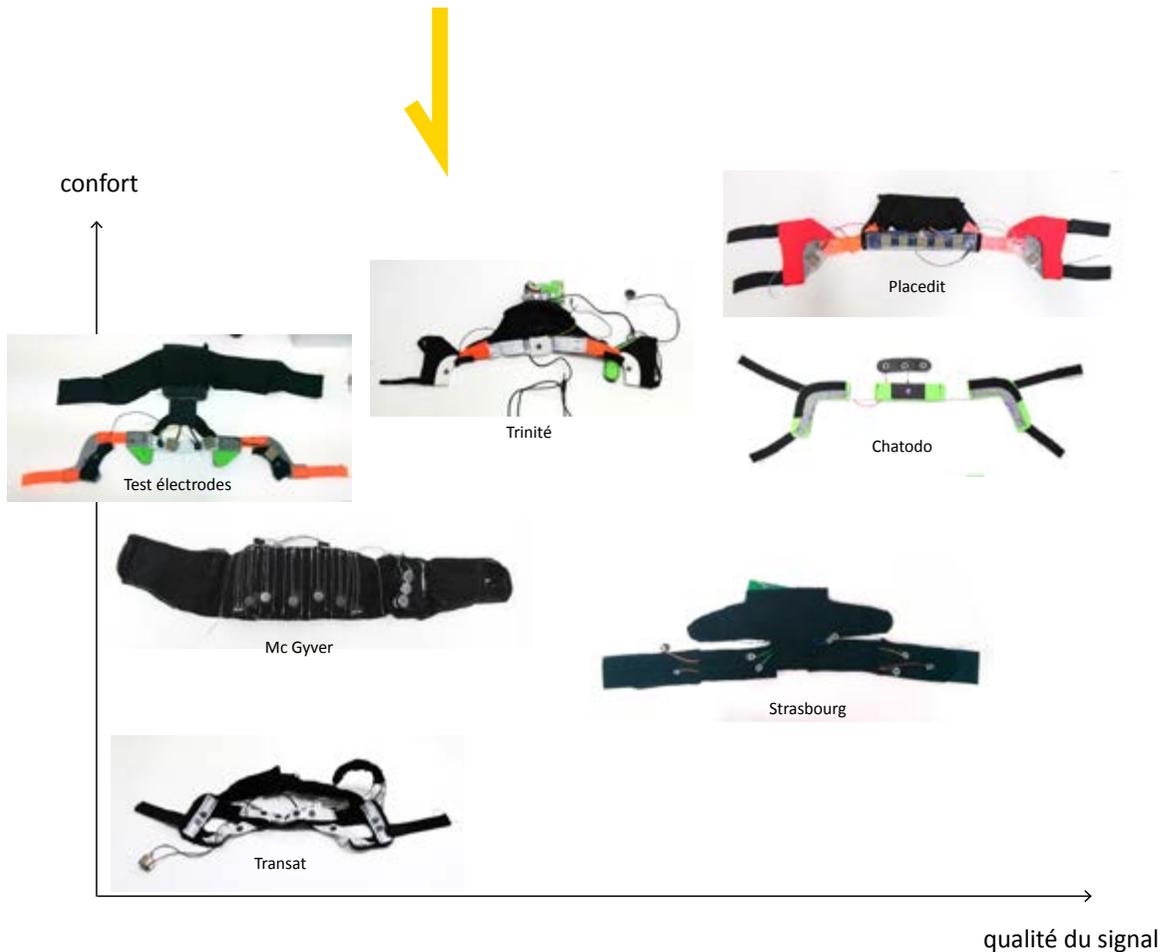


Focus sur Dreem :

Développement du bandeau connecté Dreem, qui mesure et améliore le sommeil profond. Création de toute la démarche prototypage, design et ergonomie interne à l'entreprise.

Création d'un processus de prototypage quotidien et itératif.

J'étais responsable de la cellule de **prototypage** et du design en interne. J'ai développé une **boucle itérative de fabrication et de test de prototypes** dans le but de récolter des données (EEG) pour les data scientists de mon équipe.



Étude ergonomique et cartographie crânienne.

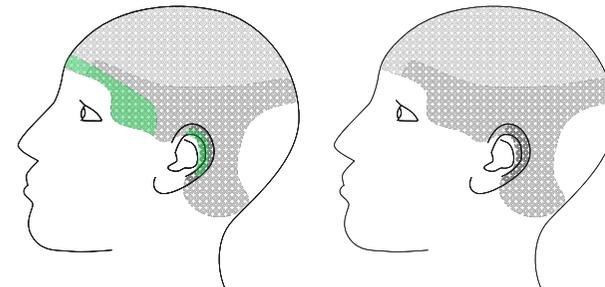
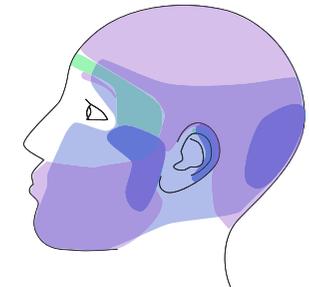
En parallèle j'ai réalisé une **étude ergonomique** approfondie dans le but de créer un bandeau qui corresponde à toutes les morphologies de têtes. Cela nous à aussi permis de déceler des points d'inconfort de manière à augmenter l'acceptation du bandeau par les clients (à porter durant toute la nuit).

Cartographie du crâne

1. Zones d'appuis
2. Zones implantation des cheveux et de la barbe
3. Zones de positionnement des électrodes

4. Conclusion sur les zones acceptables pour le bandeau

Cette zone exclut les zones d'appuis, inclut les zones optimales pour les électrodes, prends en compte les zones pileuses. Les partie rigides comme l'électronique se positionneront dans les zones sans appuis.



- Zone très acceptable pour le bandeau
- Zone moyennement acceptable pour le bandeau
- Zone difficilement acceptable mais nécessaires pour le bandeau

Dreem V1

J'ai collaboré avec l'agence de design Lunar à San Francisco pour créer le design du premier bandeau industrialisé Dreem.



Dreem V2

Après avoir récupéré les feedbacks des utilisateurs du premier bandeau, j'ai collaboré avec l'agence de design Fuse Project à San Francisco, pour développer un design plus léger, en partie en textile et moins invasif.

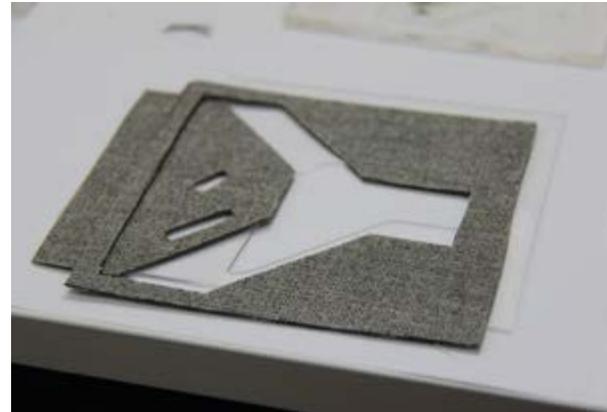
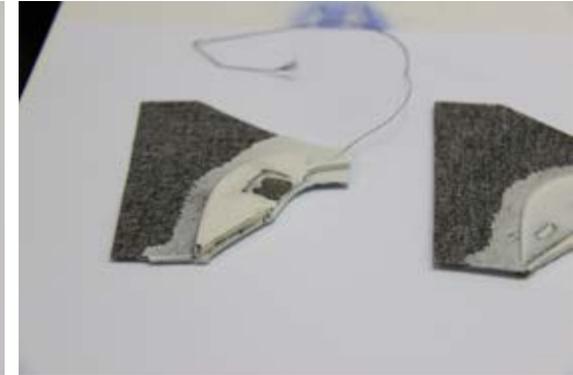
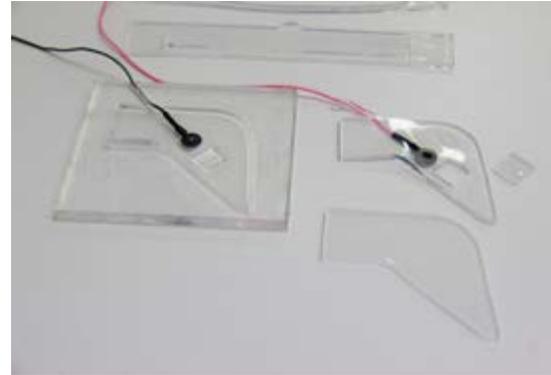
Entre temps notre équipe hardware avait réussi à diminuer la taille de l'électronique.



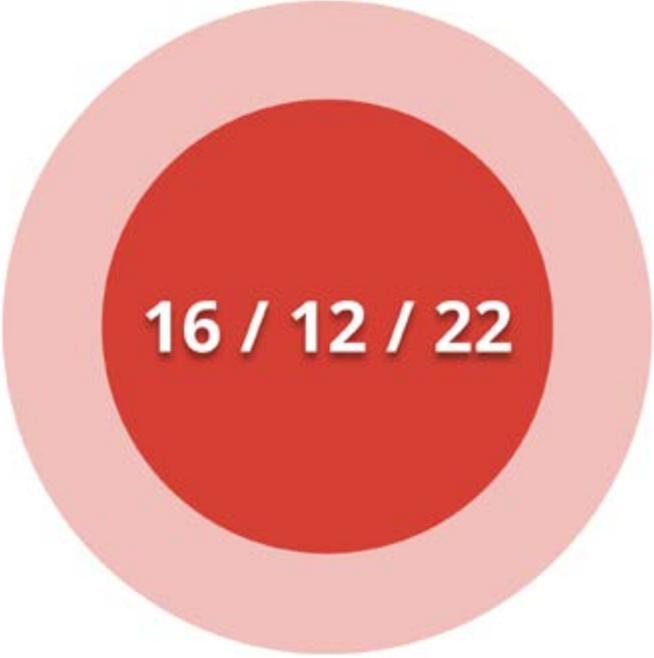
Fablab interne

Un des défis majeur chez Dreem, était de produire de manière quotidienne des prototypes pouvant récolter des données. Quand je suis arrivée ma mission consistait à coudre des bandeaux textiles et d'y intégrer l'électronique, les câbles, batterie et électrodes nécessaires à récolter des données la nuit même. Chaque matin je devais améliorer et réparer les bandeaux de manière à continuer à permettre aux scientifiques de récolter des données.

Au fur et à mesure j'ai monté en collaboration avec l'ingénieur mécanique et la Fab Manager que j'ai recruté, un mini Fab Lab en interne.



Moulage silicone et intégration de différents types d'électrodes



16 / 12 / 22

Focus sur **Compagnie La Libre :**
Web design et identité
graphique pour la compagnie de
danse Compagnie La Libre.

Etape 1 : comprendre l'ADN d'une jeune compagnie en formation

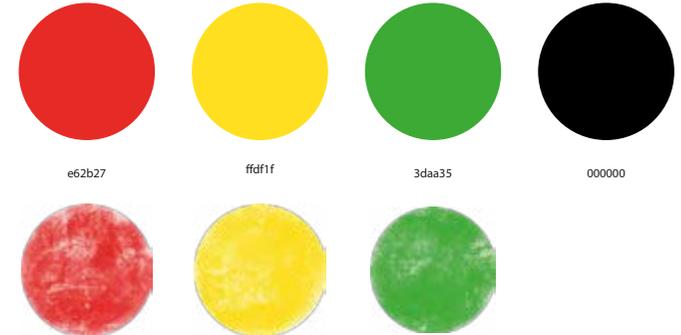
J'ai travaillé en discussion avec mes clients sur la compréhension de leur ADN et leur identité.

Dans un premier temps je leur ai proposé des moodboards pour qu'il m'aiguillent vers l'univers qui leur correspondait le plus.

Puis J'ai décidé une gamme de couleur conjugué d'une typographie et d'un style de dessin. En l'occurrence la création de leur compagnie raisonnait avec des dessins au pochoir comme des revendications taguées sur les murs.



Mini Charte graphique



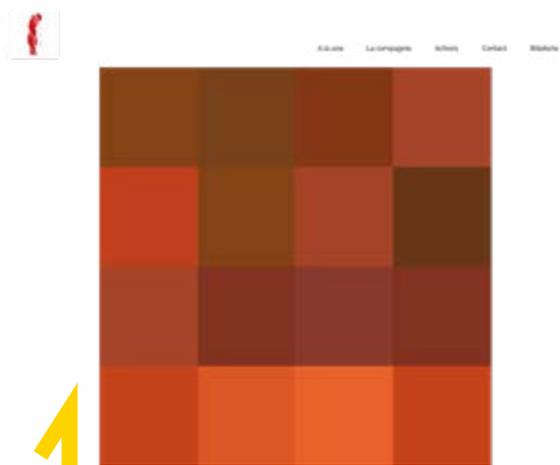
Illustrations pour le site web / page équipe

Etape 2 : inventer un système graphique et ergonomique qui correspondent à l'idée du happening (répétition et variations)

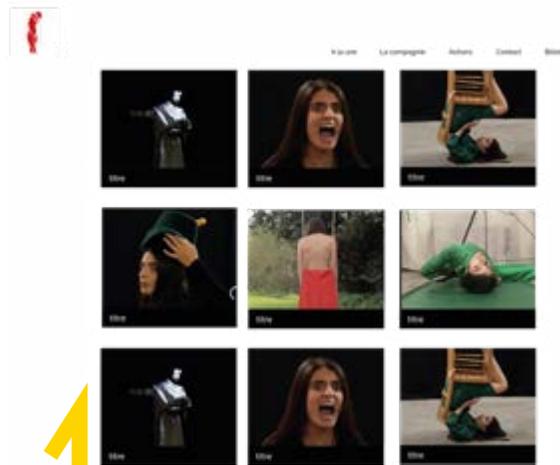
La compagnie La Libre intervient de manière assez spontanée en happening ou actions souvent similaires mais tout le temps différentes. Je voulais que l'accès à leurs actions se fasse par le biais d'un système graphique qui induit la répétition ET la variation.

En plus de cela nous avons eu l'idée de proposer un système de teasing qui ne ferait apparaître que la date de l'événement, de manière à rendre le tout mystérieux.

J'ai proposé plusieurs manières de voir la répétition (icônes variants légèrement, nuances de couleurs...)



Système nuances de couleur. Chaque pixel correspond à une action.



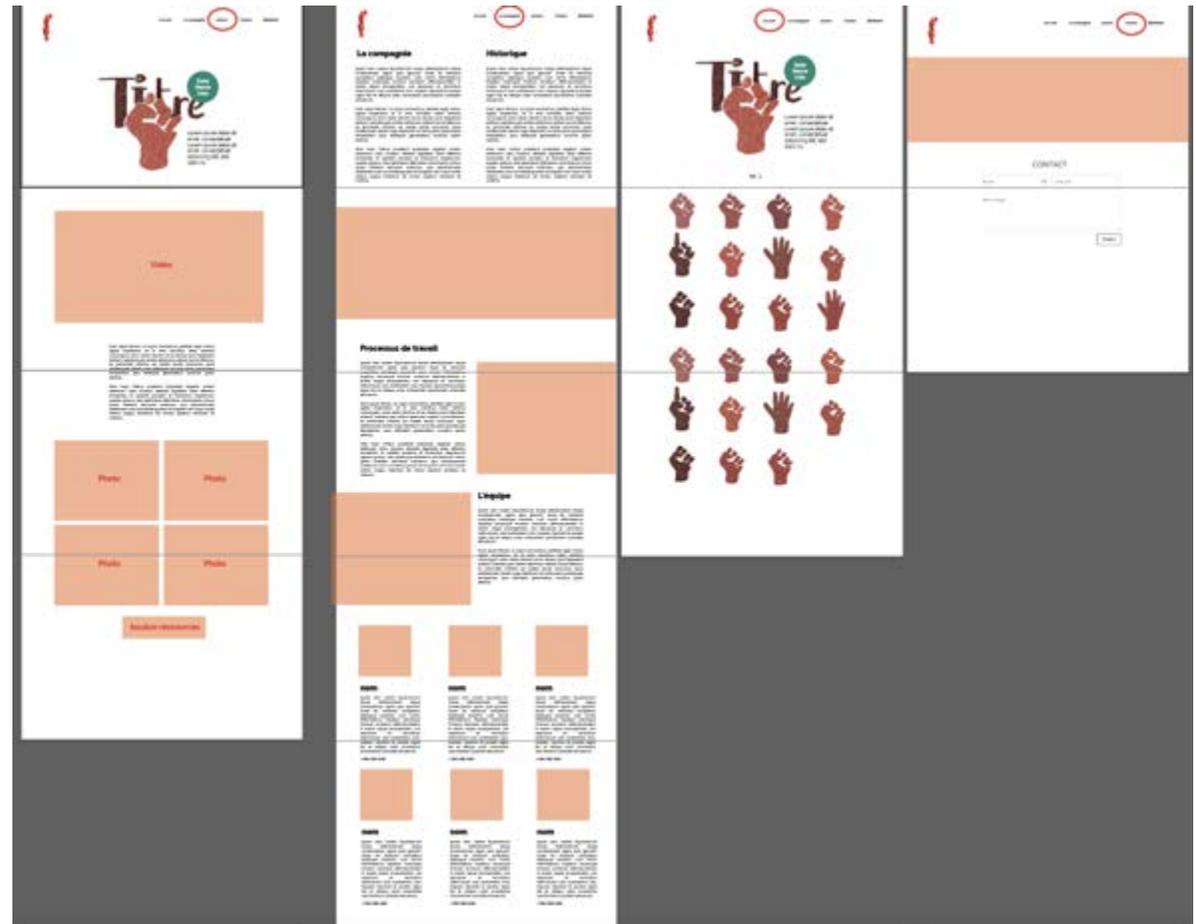
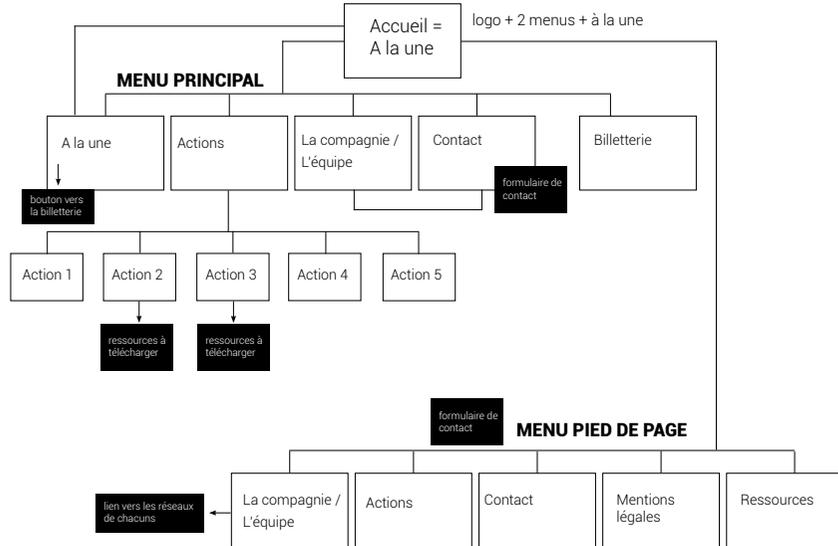
Système classique d'aperçu d'image.

Ici, l'idée est d'utiliser un icône comme un poing brandi (revendicateur comme la compagnie). Cet icône varie légèrement selon les actions de la compagnie (nuances de couleur, position des doigts...)



Etape 3 : Architecture du site

Après avoir validé l'architecture du site avec mes clients, j'ai créé mes templates sur Illustrator de manière à prévisualiser les différents pages du site.



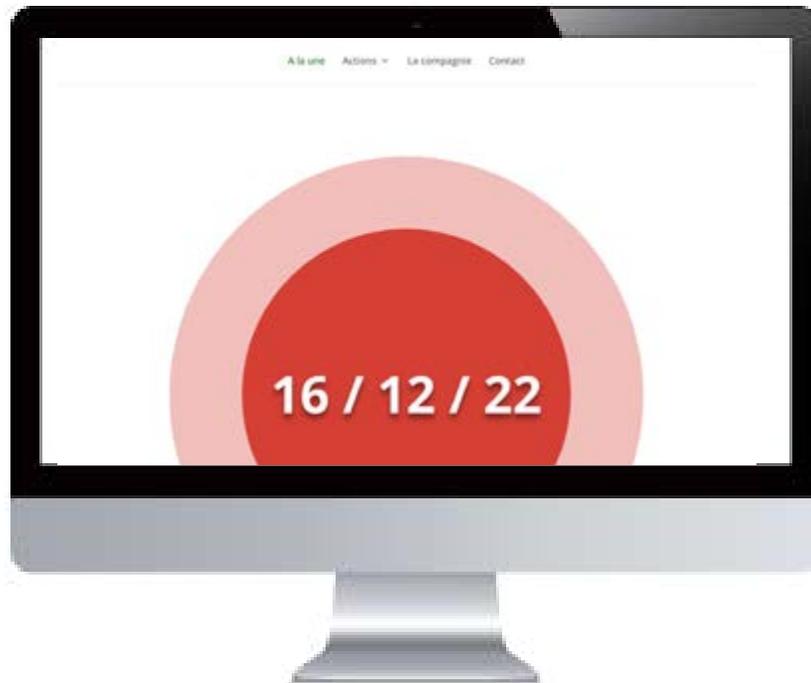
Résultat final | Page d'accueil

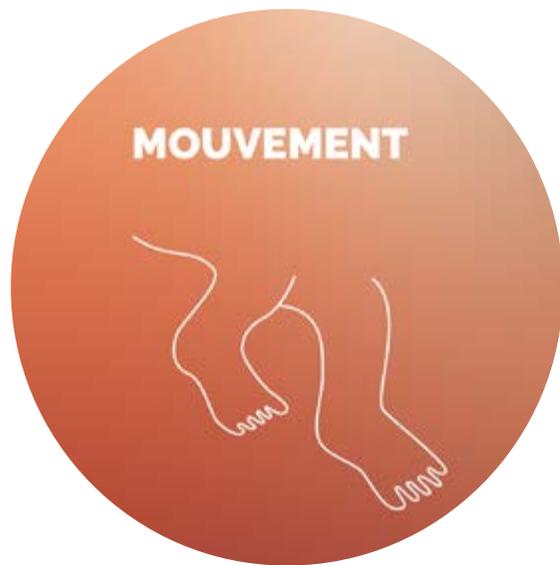
Une gommette animée (Lottie Files) accompagnée du son d'un battement de cœur apparaît en page d'accueil. Seule la date laisse penser qu'un événement va se passer. Une fois que le visiteur clique sur la gommette, il accède à une fenêtre pop-up qui donne plus de détail.

L'expérience du visiteur est énigmatique, comme les actions de la compagnie.

Résultat final | Page actions

Sur la page action, on accède aux archives des actions de la compagnie. Elles sont toutes représentées par des gommettes avec des dates, au survol on actionne un aperçu image de la performance avec le titre et le lieu. Quand on clique, on accède à une page dédiée à l'action.

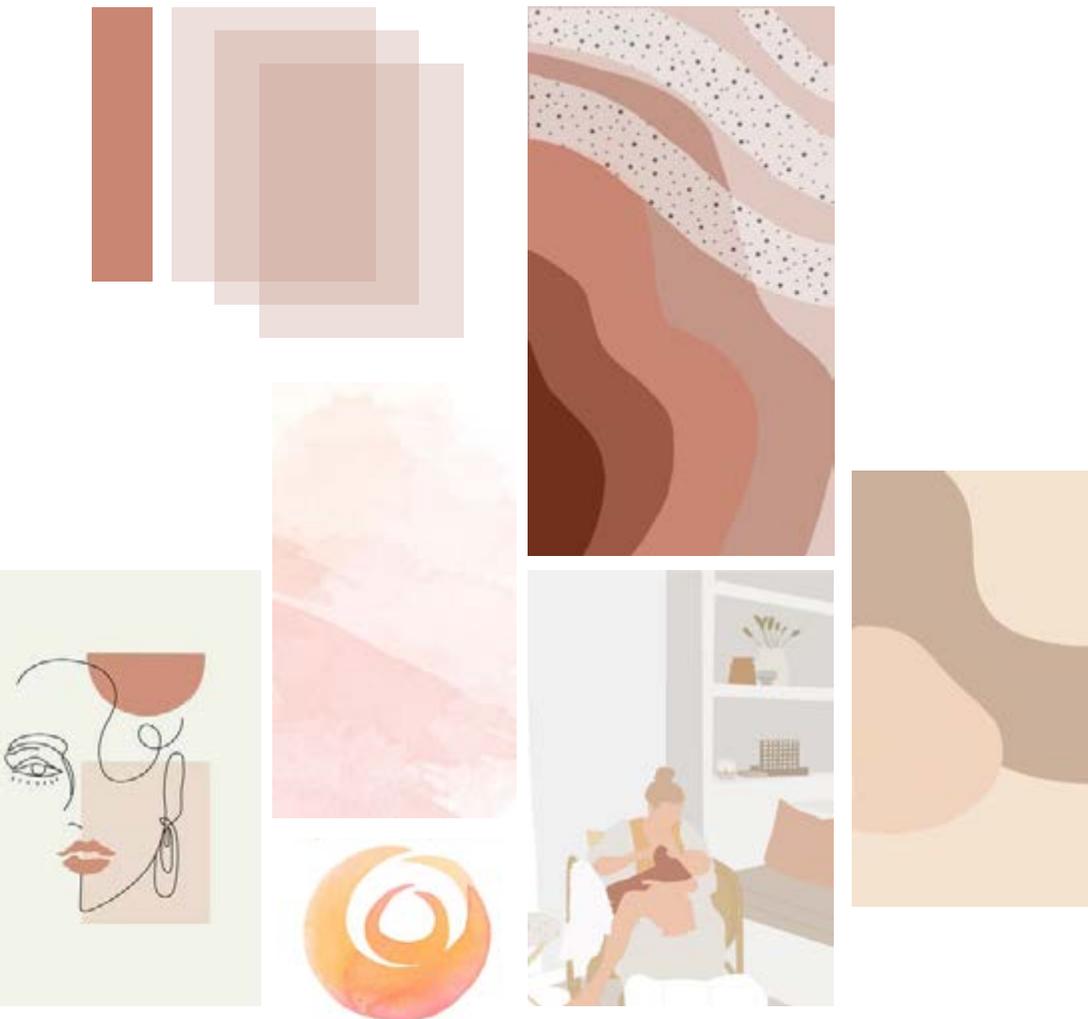




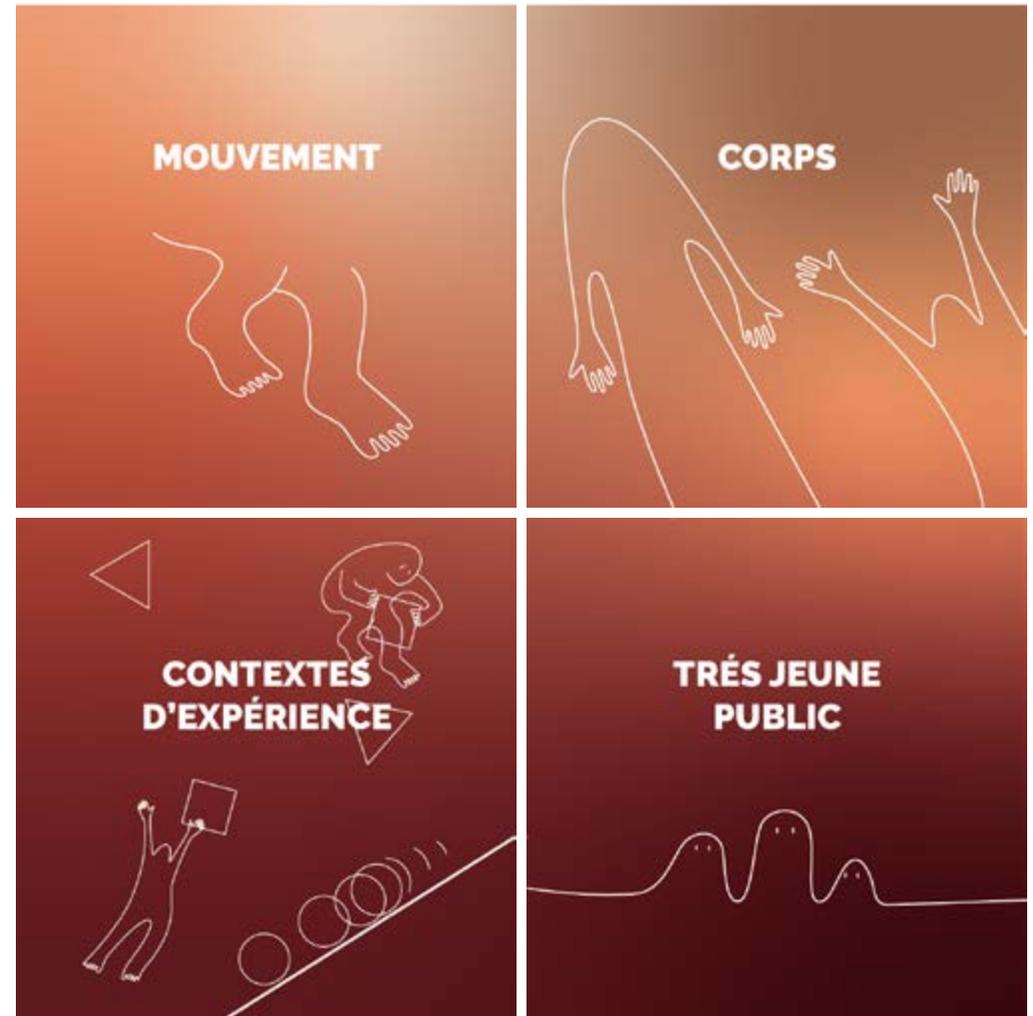
Focus sur Les Arts en tous sens
Web design et identité
graphique pour la compagnie de
danse Les Arts En Tous Sens

LA COMPAGNIE LES ARTS EN TOUS SENS | Création d'identité de marque 2022

Avec la compagnie de danse *Les arts en tous sens*, nous avons développé une identité visuelle autour de la peau et des effets de lumières. J'ai aussi pris soin de leur dossier de présentation de spectacles et de la mise en place du site internet avec wordpress + divi.



Mood-board



Illustrations pour le site web

LA COMPAGNIE LES ARTS EN TOUS SENS | Dossiers de promotion

2022

J'ai décliné la charte graphique en dossiers de présentation des futurs spectacles. Ces dossiers ont permis de faire la promotion de la compagnie auprès des programmateurs.

Hallux & Poplité

Création 2021
Tout public, à partir de 3 mois

Durée : 35 minutes
Lieux : intérieur
Âge : tout public, à partir de 3 mois



Compagnie : Cie Les arts en tous sens
Production : ARTENSEL 41
Directrice artistique : Éléonore Bourrel
06 84 09 60 47
eleonore.bourrel@lesartstoutousens.fr

Le souffle la voix le chant

Le travail porte ici sur la vibration, un mouvement infime, comme un prétexte de mouvement, que l'on peut ressentir à l'intérieur de son corps, traversé par une émotion.

Dans Hallux et Poplité, les sources sonores sont des émissions vocales à capella, soulignées par des percussions douces bariolées et carillon Koto qui résonnent longtemps dans l'air. Dans une bulle sonore apaisante, des prénoms prononcés, ceux des spectateurs, et d'autres, évocateurs, cherchent à faire vibrer chaque personne présente et inclinent au voyage par l'imagination. Les artistes jouent avec la musicalité des noms de parties du corps, pour le plaisir de leur phonétique et leur évocation poétique. Ces noms qui nous font voyager du végétal au corps (bis), de l'anatomie aux héros mythologiques (Achille, Atlas).

Les besoins de différentes cultures sont harmonisés, chantés, scandés, comme des canoës qui apaisent et qui hument.

Aussi, il n'y pas de musicalité sans silence. Ces instants laissent la place à l'écoute par tous les organes des sens (la peau, les yeux, le nez...) et à l'expression du babou des enfants. Nous avons fait le choix de ne pas avoir de bande son enregistrée pour être très libres, avec les réactions spontanées des enfants, être au contact de notre public, pouvoir les approcher pour les rassurer, ou au contraire s'éloigner pour leur laisser une place.

« Une onde sonore se déplace, le son est un mouvement. »

Plumes & Pizzicati

Création 2021
Tout public, à partir de 2 ans

Durée : 35 minutes
Lieux : Intérieur ou extérieur
Âge : tout public, à partir de 2 ans
une forme légèrement adoucie est accessible dès 5 mois, pour les crèches et jardins structurel d'accueil Petite Enfance



Directrice artistique : Éléonore Bourrel
06 84 09 60 47
eleonore.bourrel@lesartstoutousens.fr



« Forte de toutes mes expériences, je perçois une richesse infinie et une beauté indiscutable émanant de quelque chose de tellement simple, commun à tous, à savoir : notre corps et sa capacité à se mouvoir. Et cela ouvre une réflexion possible sur la notion de cycle, de la création à la mort, comme un rythme, une respiration, comme toutes les naissances que nous pouvons traverser au cours d'une vie. »

Éléonore Bourrel

Biographies de l'équipe artistique de Plumes & Pizzicati



Éléonore Bourrel est danseuse et acrobate

Elle s'est formée aux écoles nationales des Arts du Cirque de Châteaufort et de Bouxy-sous-bois. Elle se spécialise en équilibriste, contorsion et acrobatie, trois années et route finale toujours en danseur. Elle est également certifiée Educateur au Développement Moteur du Nouvelain en Body-Mind Centering®.

Elle crée les champs d'expressions chorégraphiques, circassiens, aériens, cabarets et performances en milieu urbain (compagnie Sphérocube, La Trappe à Récourt, Acrobates, Gongu Barberie, Constat, l'Épave K, Extr...) Depuis 1999 elle intervient aussi auprès du public venant dans le cadre d'ateliers d'initiation et de perfectionnement aux arts du cirque et à la danse, et de création de spectacles.

En 2009, elle crée la compagnie Les Arts en Tous Sens. En 2021, naît le spectacle Hallux & Poplité et les petites formes Plumes & Pizzicati et Petit 1. D'autres projets sont en cours de réalisation.



Delphine Mesch est musicienne et comédienne.

Elle a étudié au Conservatoire à Rayonnement Régional de Strasbourg dans les classes de Ana Rivera-Hass et de Claude Duvernoy, avant de poursuivre son Master à la Hochschule für Musik der Stadt Basel dans la classe d'Iris de Genevieve Simonet.

Elle joue régulièrement au sein de l'Orchestre Philharmonique de Strasbourg, de l'Orchestre Symphonique de Mulhouse et du City Light Orchestra de Lucerne.

Passionnée par la pédagogie, elle aménage le violon, l'alto et le violoncelle dans diverses structures éducatives, et développe des ateliers tant le développement sensoriel-moteur et la musique chez les tout petits.

Avec Éléonore Bourrel et la Cie Les arts en tous sens, elle crée « Plumes & Pizzicati ».

Fredrick Dupuyser est comédien, musicien et metteur en scène.

Il a collaboré avec la Cie de la Grande Cudrès, le Théâtre du Soleil d'Alain Moreau, la Cie des 4 Vents, IARF de Lyon, les cieles MacLure, le Théâtre du Marché aux Grains, Carl Sternheim et le T37 Strasbourg, André Pomard et le Théâtre de l'Unité, les Rigolouches, la Cie Motus Modules et la Cie Les folles de deux mains.

En 2010, il crée la compagnie électorale PROTECTOR. Spectacles de rue et d'orientations sont les deux facettes d'un travail ancré sur le son, le jeu didactique, la musique et l'image. La compagnie cultive la pluridisciplinarité : suivre les projets, elle s'associe avec des plasticiens, des danseurs, des musiciens etc. et a travaillé dans différents pays d'Europe ainsi qu'en Norvège, Corée, Japon, Brésil, Australie.

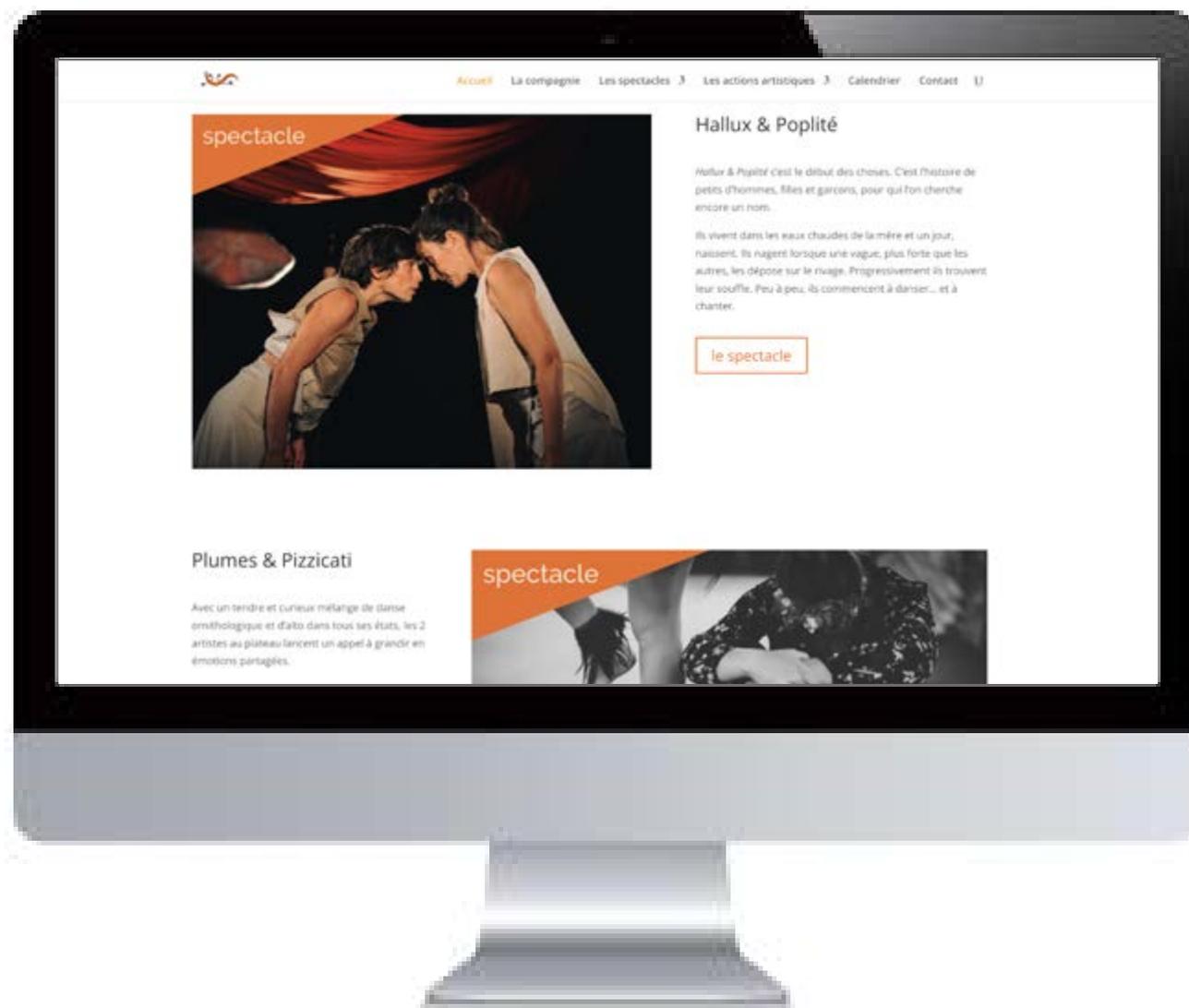
Avec la Cie Les arts en tous sens, il a écrit son regard extérieur et éternel pour l'écriture de « Plumes & Pizzicati ».

LA COMPAGNIE LES ARTS EN TOUS SENS | Web design

2022

Création du site web vitrine

<https://lesartsentoussens.fr/>



Focus sur Décathlon

Atelier Régional Sainte-Luce

Mise en place du process de réparation des tentes client.

Projet en cours...



CONTEXTE : Mise en place du process réparation des tentes clients et tentes seconde vie magasin.

MISSION : Technicienne spécialisée seconde vie - SAV

ÉQUIPE : 4 personnes

DURÉE : 2 mois - 2023

CHALLENGES : Co-construire le process de prise en charge, de réparation et de recyclage des tentes abîmées provenant des clients et magasins Décathlon.

Ce que j'ai aimé : La découverte de la chaîne des corps de métier impliqués derrière une réparation.

SAV

Réparation

Process

Logistique

Service Blueprint

Outdoor

Contexte

J'ai travaillé 2 mois au sein de l'équipe de techniciens de l'Atelier Régional Décathlon de Sainte-Luce. Durant cette expérience nous avons mis en place le process de prise en charge et réparation des tentes au sein du pôle randonnée.

Qu'est-ce qu'est l'Atelier Régional ?

Dans chaque région de France il y a un atelier spécialisé et souvent adossé à l'entrepôt logistique. Cette atelier a pour mission de réaliser les réparations et la personnalisation des produits décathlon qui ne peuvent pas être pris en charge en magasin (Randonnée / Sport d'eau / Cycle et trottinettes / Objets connectés / Personnalisation).

Mission de l'Atelier :

- Réparation des produits clients sous ou hors garantie.
- Réparation des produits magasins (démonstration, défaut de fabrication...) pour le rayon seconde vie.
- Recyclage des produits non réparables
- Personnalisation

Clients :

- Magasins rayon seconde vie
- Clients Décathlon
- Service de location Décathlon

Hypothèse

L'Atelier Régional semble rencontrer deux problématiques :

Recrutement

Une des problématiques concerne le recrutement, la formation, la rétention de techniciens mais aussi la création de process et savoirs-faire solides dans le temps. En effet des process existent mais ne sont pas forcément créés par les acteurs du terrain, et ne sont pas toujours connus, adaptés et communiqués. Et les connaissances sont transmises lors journées de formation assez rarement (1 fois par an).

Satisfaction client

Directement en lien avec le fluidité des échanges entre les différents acteurs internes à Décathlon (vendeurs, techniciens, logisticiens, décisionnaires...), la satisfaction client peut être impactée par un manque de cohérence/structuration interne. Exemple : des discours non unifiés devant un client, entre magasin et atelier... manque de clarté sur qui contacter...

Positionnement

Le pense que le levier le plus intéressant sur lequel agir est le l'amélioration des process de recrutement et onboarding, qui va de pair avec la structuration des process.

Dans ces pages projet je vais expliquer comment nous avons pu analyser et améliorer nos process interne chez Décathlon.



Je dois recruter une équipe solide et faire varier les effectifs durant les périodes de rush comme en été. Aujourd'hui j'ai 500 tentes à faire réparer et mes clients s'impatientent.

Buts

- Faire que mes clients soient satisfaits (prix, qualité et délais)
- Maintenir un stock de tentes en réparation bas
- Faire grandir son équipe

Difficultés

- Recrutement
- Formation des équipes et passage du savoir
- Satisfaction client sur les délais
- Sélection des talents
- Développer la polyvalence des compétences

Jean
Manager à l'atelier régional

Bio
Jean est manager chez Décathlon depuis sept ans. Il aime travailler à l'atelier après plusieurs années de parcours et des projets presque similaires.

Compétences et accès au numérique

- iPhone
- Tablet
- Macbook
- Réparation

Appt'Genie 25/Homme | **Lieu de vie: Sainte-Léon**
Métier: Manager Décathlon | **Statut: CDD/Intérimaire**



"Quand j'ai visité l'atelier Décathlon lors des portes ouvertes, j'ai tout de suite eu que je voulais travailler ici."

Buts

- Trouver un emploi long terme
- Travailler de ses mains dans un domaine qui lui plaît
- Travailler dans un environnement joyeux
- S'adapter aux outils numériques

Difficultés

- Ne sait pas se servir des outils numériques SAV et Logistique.
- N'est pas habituée au contact clientèle par téléphone
- Difficulté d'intégration dans une équipe beaucoup plus jeune avec une autre culture

Josseline
Technicienne Senior en interim

Bio
Josseline a travaillé 35 ans en tant que professeur, menuisier, médecin... Elle est douée de ses mains, a toujours travaillé dans un milieu manuel et ne craint pas de relever les challenges et la travail.

Après un parcours professionnel pas toujours facile, elle travaille actuellement en interim à l'atelier régional de Décathlon. Elle veut intégrer l'entreprise à long terme.

Compétences et accès au numérique

- iPhone
- Tablet
- Macbook
- Réparation

Appt'Genie 50/Femme | **Lieu de vie: Nantes**
Métier: Technicienne senior | **Statut: Sans de famille, célibataire**



"Après 2 ans en labo pharmaceutique et une année dans l'enseignement, je cherche un métier qui fasse sens pour moi."

Buts

- Avoir un poste CDI stable
- Trouver une voie qui lui corresponde

Difficultés

- Trouver un emploi qui fasse sens

Léa
Technicienne en formation

Bio
Léa à 26 ans, diplômée en chimie. Après quelques années en laboratoire pharmaceutique puis dans l'enseignement en tant que contractuelle, elle veut trouver un métier qui fasse sens et tente sa chance en contact client pour tester de nouveaux domaines d'activité.

Compétences et accès au numérique

- iPhone
- Tablet
- Macbook
- Réparation

Appt'Genie 28/Femme | **Lieu de vie: Sainte-Léon**
Métier: En reconversion CDI | **Statut: CDD/Intérimaire**



"J'ai trouvé ma tente en camping l'été dernier et au lieu d'en racheter une je voudrais la faire réparer rapidement et à moindre frais."

Buts

- Avoir une tente réparée et robuste pour ses prochaines vacances
- ne pas déboursier plus de 25% du prix de la tente
- participer à un monde plus écologique, en préférant une réparation à un achat.

Difficultés

- accéder à une réparation gratuite ou bon marché
- comprendre le devis des réparateurs
- savoir ou en fait sa réparation
- récupérer sa tente avant son départ en vacances

Pierre
Client Décathlon

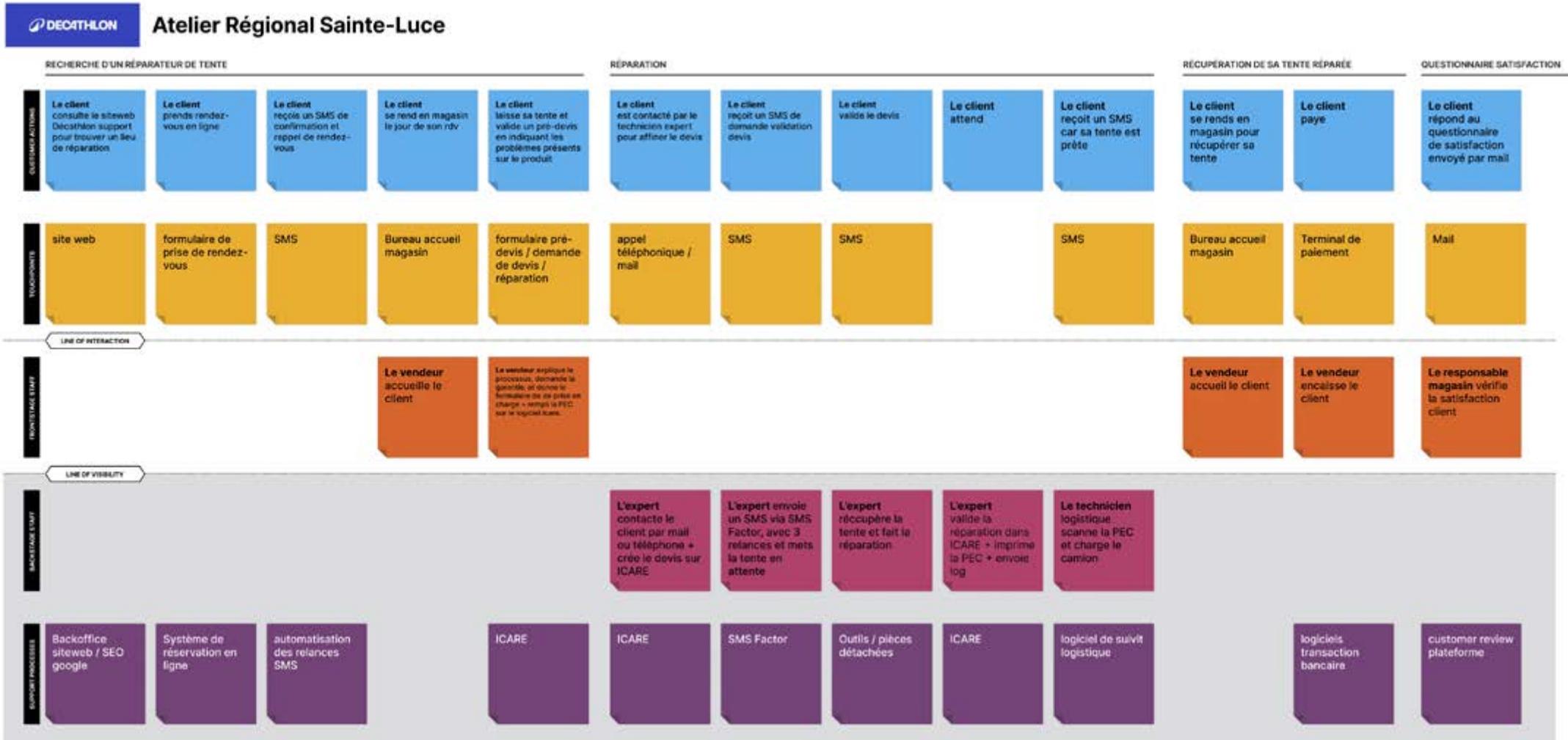
Bio
Pierre, 35 ans, est marié avec deux enfants. Il possède un poste d'ingénieur IT senior et aime passer ses vacances en bord de mer en camping avec sa petite famille.

Il n'est pas très bricoleur mais connaît de l'impacte environnemental de sa consommation et veut privilégier au maximum la seconde vie et la réparation des objets qu'il utilise.

Compétences et accès au numérique

- iPhone
- Tablet
- Macbook
- Réparation

Appt'Genie 35/Homme | **Lieu de vie: Angers**
Métier: Ingénieur IT | **Statut: Plein de enfants**



Les autres projets



Along | **Sacs à dos modulaires**
Outdoor
2017-2023

J'ai créé Along en 2017. Chez Along nous croyons en **la modularité comme vecteur de consommation raisonnée**. Nos sacs en remplacent 3 : le sac de sport, le sac de boulot et le sac de week-end, grâce à un système d'agrandissement et de modules internes étudié.

Missions :

- Benchmark et étude de marché
- Design thinking
- Design de produit, prototypage, passage à l'industrialisation
- Communication
- Vente en ligne et web design
- Vente B to B (Vieux Campeur et Nature & Découvertes)
- Création de la marque
- Business plan
- Recherche de financements
- Recrutement (1 salariée + des partenaires externes)
- Rédaction de brevet



Along | **Sacs à dos modulaires**
Outdoor / Made In France
2021

En 2021, après avoir fait produire mon premier modèle de sac en Chine, je décide de proposer une gamme made in France avec un sac à dos | sacoche vélo de 20 litres et un sac enfant en cuir de papier. Malheureusement le crowdfunding qui devait financer le projet n'a fait que 80 % de l'objectif.

Missions :

- Sourcing Europe
- Conception française



Along | **Packaging**
Outdoor
2017-2023

Dans le cadre de la vente de mes sacs et accessoires Along, j'ai du réfléchir à des packagings efficaces simples et le moins impactant possible pour l'environnement.

Missions :

- Graphisme
- Réflexion sur l'éco-conception



La compagnie La Libre | **Web design**
UX / UI
2022

<https://compagnielalibre.com/>

Avec la compagnie de danse *La Libre*, nous avons travaillé sur un concept de gommettes animées pour représenter leur actions artistiques (actions surprises, happening, improvisation...). J'ai mis en place leur site internet avec wordpress + divi.

Missions :

- ADN + identité graphique
- Développement no code (wordpress + Divi)



Jacob Delafon | **Identité de marque**
Univers de la salle de bain
2022

Jacob Delafon est le leader français de conception et fabrication de sanitaires (baignoire, wc, vasque, bac de douche) depuis 1989. La marque incarne à la fois l'élégance et l'audace à la française.

J'ai développé pour eux, des systèmes d'identité de marque à apposer sur leur gamme de lunettes de toilettes.

Missions :

- Moodboard
- Développement de plusieurs systèmes identitaires pour les abattants et lunettes de toilettes.
- Rendus 3D pour présenter aux équipes marketing



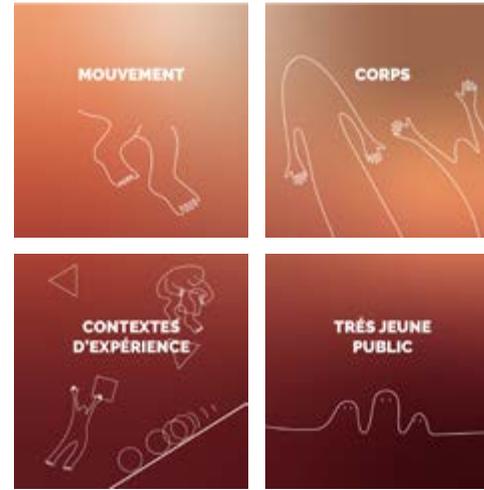
L'Eclap | **Jeu de société**
Graphisme
2022

Impliquée dans l'économie sociale et solidaire, L'Éclap éditions souhaite apporter ses idées et sa créativité au service de projets qui ont du sens ayant un impact positif sur notre société. Dans ce sens, l'Éclap accompagne les associations et les formateurs pour créer avec eux leurs propres jeux/outils ludiques de sensibilisation.

En collaboration avec Axelle Gay, la fondatrice de l'Éclap j'ai aidé au déploiement graphique du jeu *Espions à la commission*, qui explique aux adolescents le système parlementaire européen.

Missions :

- Proposition d'univers graphique
- Création graphique des cartes du jeu

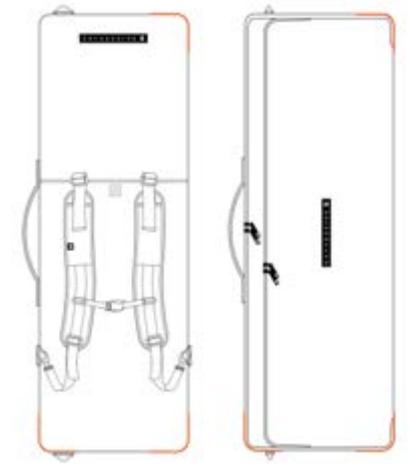


Cie Les arts en tous sens | **Web design**
UX / UI
2021

<https://lesartsentoussens.fr/>
Avec la compagnie de danse *Les arts en tous sens*, nous avons développé une identité visuelle autour de la peau et des effets de lumières. J'ai aussi pris soin de leur dossier de présentation de spectacles et de la mise en place du site internet avec wordpress + divi.

Missions :

- ADN + identité graphique
- Développement no code (wordpress + Divi)



Expressive E | **Housse de clavier**
Musique | IOT
2020

La mission d'Expressive E est d'améliorer la façon dont les musiciens interagissent avec les sons en créant une expérience de création musicale beaucoup plus intuitive et puissante. Je les ai aidés à développer une housse de transport pour leur clavier Osmose.

Missions :

- Cahier des charges industriel
- Mise en plan de la housse



Dreem | **Bandeau d'amélioration du sommeil V1**

Medical Device / IOT

2015-2017

Dreem est la Start-up française spécialisée dans le sommeil, qui a inventé le premier bandeau qui mesure et améliore le sommeil profond. J'étais leur designer en interne pendant 2 ans et demi, j'ai mis en place la cellule de prototypage / test utilisateur, et ai co-designé les deux versions du bandeau.

Missions :

- Prototypage rapide
- Test utilisateurs
- Étude ergonomique
- Design industriel



Dreem | **Bandeau d'amélioration du sommeil V2**

Medical Device / IOT

2015-2017

Après avoir sorti son premier modèle de bandeau, Dreem améliore le confort et la qualité de son système d'EEG.

Missions :

- Prototypage rapide
- Test utilisateurs
- Étude ergonomique
- Design industriel
- Packaging



Podometric | **Semelles impression 3D**

Wearable

2016

Podométric développe des semelles orthopédiques faites sur mesure en impression 3D.

Missions :

- Graphisme du dessus de la semelle
- Idéation sur l'assemblage des différentes parties de la semelle



Feet Me | **Semelles connectées**

Medical Device / IOT

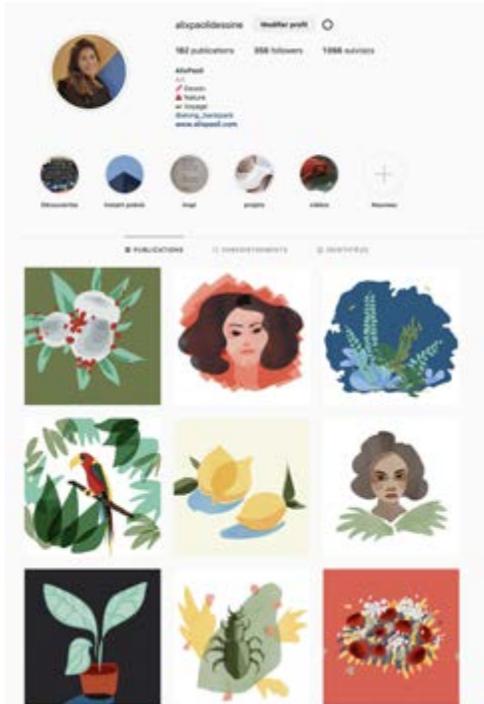
2014

Feet Me développe des semelles à capteurs de pression, à destination des diabétiques. Ces semelles préviennent des potentiels ulcères au pieds.

J'ai accompagné Feet Me dans le développement de toute leur identité graphique, de leur produit et packaging.

Missions :

- Prototypage
- Modélisation produit rendu 3D
- Graphisme et identité de marque
- Packaging



alixpaolidessine sur Instagram | **Dessin**
Illustration

Depuis 2017

J'aime dessiner de manière libre et je partage mon travail sur [Instagram](https://www.instagram.com/alixpaolidessine).



Phonotonic | **Musique connectée**
Musique | IOT
2014

Phonotonic développe un instrument de musique connecté qui permet de générer une suite de sons selon les mouvements réalisés avec la balle. Cet instrument est utilisé par les danseurs, ou musiciens lors de performances.

Missions :

- Design et modélisation 3D
- Prototypage et impression 3D
- Discussion le partenaire industriel
- Graphisme et identité de marque
- Packaging



Humanitarian Design Bureau | **Design pour les ONGs**
Design Humanitaire
2013

Humanitarian Design Bureau, c'est la première agence de design parisienne dédiée à l'accompagnement des ONGs dans leur développement produit. Antoine Choumoff la fonde en 2012, et je le rejoins fin 2013 pour l'organisation d'une exposition présentant ses différentes collaborations (avec Nutriset par exemple).

Missions :

- Organisation de l'exposition
- Scénographie et graphisme

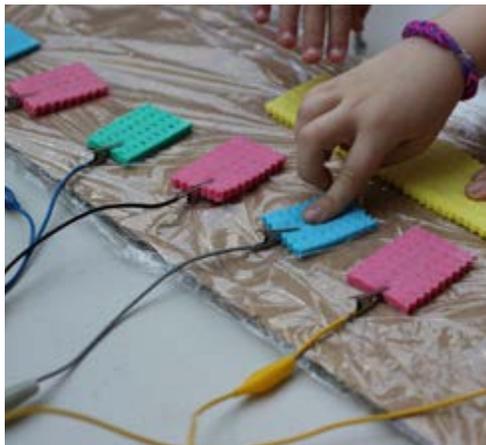


Pixel Bracelet | **Gamme de bijoux modulaires**
Craft
2013

En 2013, je commercialise via des ventes éphémères la gamme de bijoux aimantés et modulaires que j'avais développé durant mes études.

Missions :

- Design
- Fabrication
- Vente B to C



Maker Faire Paris | **Ateliers Makey Makey**
Workshop

2014

J'ai animé avec le Carrefour Numérique2 (le Fab Lab de la Cité des Sciences à Paris), un atelier Makey Makey avec les enfants lors de la Maker Faire qui se déroulait au 104 en 2014.



ISEE Business school | **Bootcamp**
Workshop

2014

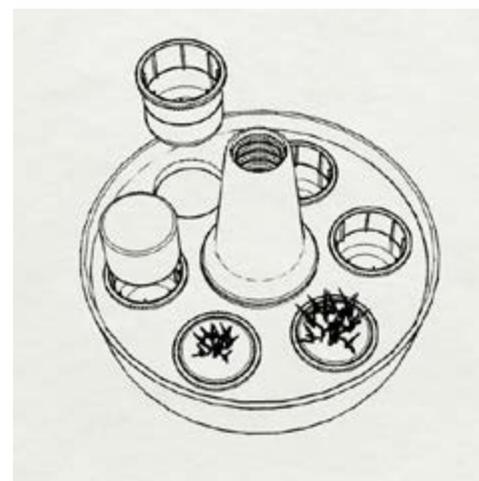
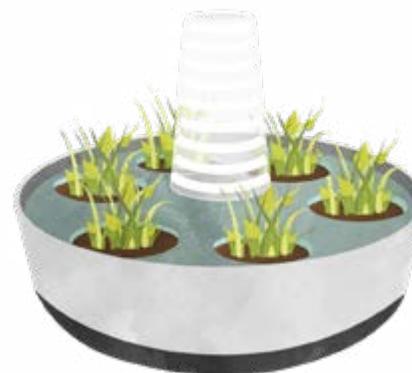
EM Lyon | **Ateliers Design Thinking**
Workshop

2020

J'ai animé des workshops et cours de design thinking avec les écoles de management ISEE à Paris et EM Lyon.

Missions :

- Création des ateliers
- Enseignement



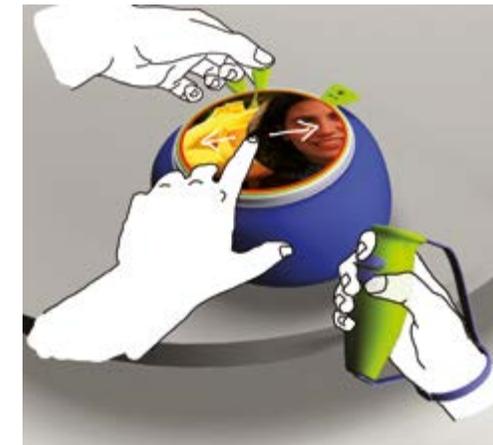
Projet en groupe | **Bac de culture d'aromates**

Prospective et agriculture urbaine
2013

Dans le cadre d'un appel à projet, j'ai développé, en co-création avec Axelle Gay et Baudoin Lindas, toute la phase d'idéation autour d'un bac de culture de plantes aromatiques à usage domestique.

Missions :

- Idéation
- Moodboard



Projet perso | **Outils de communication pour les seniors**

Prospective et Medical Device
2013

J'ai imaginé un système connecté et ergonomique pour faciliter la communication des seniors avec leur famille.



Diplôme | **Culture de champignons**
Prospective et agriculture urbaine
 2013

J'ai travaillé sur la culture de champignons (Pleurotes) en contexte d'urgence alimentaire. Cette tente peut être fabriquée en open-source à partir de bâches up-cyclées et de petit matériel.

J'ai aussi développé une «jardinière» de champignons, à usage domestique, et fonctionnant avec le marc de café.



Projet perso | **Veste porte bébé**
Outdoor
 2010

J'ai imaginé et prototypé une veste modulaire porte bébé pour mon projet de licence.



Projet perso | **Sac de sherpa**
Outdoor
 2010

J'ai imaginé et prototypé un sac à dos de sherpa, qui permet de transporter divers objets encombrants.



Projet perso | **Bijoux contemporain**
Craft
 2009

Pendant mes études j'ai travaillé autour de l'univers du bijou, cherchant des systèmes de recyclage, de modularité et de confort.

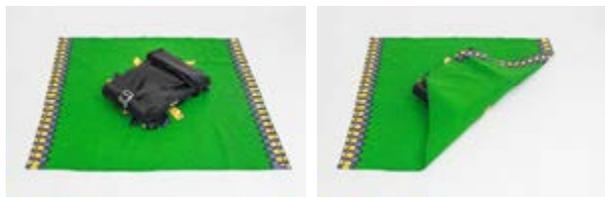
Ma petite expérience en Eco-conception

Along | Furoshiki, emballages réutilisables

Chez Along nous fabriquons dans nos ateliers parisiens des Furoshiki pour emballer vos cadeaux.



Les Furoshiki
= papier cadeau réutilisable
fabriqués en France



Along | Mon expérience du made in France

J'ai pu comprendre les enjeux économiques du sourcing local (échelle européenne) en créant une gamme de sacs made in France, qui n'a pu voir le jour manque de financement et faute d'avoir rencontré sa cible.



Along | Up-cycling

J'ai profité d'un défaut sur mes pochettes étanches argentées pour récupérer le textile et fabriquer des bananes qui ont eu beaucoup de succès.



Along | Juste ce qu'il faut

1 seul emballage a été utilisé du début à la fin du voyage de nos sacs à dos de l'usine à chez vous : **ce sachet plastique.**

Pourquoi un emballage plastique ?

Il est pour nous le moyen le plus efficace de garder intact votre sac à dos depuis sa sortie d'usine jusqu'à son arrivée chez vous. Certes, il n'est pas très joli mais il remplit sa mission : protéger à 100% votre achat.

Nous nous assurons que ce plastique soit le seul emballage utilisé du début à la fin.



Le style Mac Gyver | SE DÉMERDER

- Exemple de gestion de crise
- Engagement associatif

Along | Exemple de gestion de crise : la tâche.

Lors de ma première production, j'ai du faire face à un problème de qualité présent sur tous les sacs (X800), une tâche était apparue durant le transport à cause du frottement d'une pièce sur le textile. Ce problème à été l'occasion de penser une solution à valeur ajoutée : coller un patch de numéro de série sur la tâche.



Avant



Après

Les Glénans | 2018 - 2023

Depuis 2018, je fais partie de l'association des Glénans, avec laquelle je pratique la planche à voile, le catamaran et le dériveur. Je m'occupe en contrepartie des repas pour 120 personnes, dans un contexte insulaire. Cela signifie, pas d'eau courante, pas de raccordement à l'électricité, mais des panneaux solaires, pas d'évacuation sanitaire. Nos approvisionnements alimentaires dépendent des bateaux affrétés à faire les liaisons de ravitaillement, ce qui demande une grande flexibilité et organisation.

Cette expérience apprend à faire **beaucoup avec peu et en équipe !**

C'est moi !



 **Merci !**

Je suis disponible pour que nous échangions
au téléphone : 06 24 36 22 37
par mail : contact@alixpaoli.com