



Un travail entre pub, signalétique et décoration

Rencontre avec Dorian Cormier, responsable réalisation plurimédia à Migros Genève.



Le rôle de Dorian Cormier est d'enrichir l'expérience d'achat de la clientèle.

Dorian Cormier, en quoi consiste votre travail au quotidien?

Notre rôle est de prendre en compte les demandes et de conseiller nos magasins et les différents services pour tout ce qui concerne la signalétique, la décoration et la création visuelle. J'ai la chance de coordonner des services qui sont étroitement liés: la réalisation publicitaire, la publication assistée par ordinateur, l'imprimerie et la décoration.

Quel rôle jouent la technologie et la digitalisation dans votre profession?

Elles ont révolutionné le domaine du graphisme et de la décoration en offrant des outils de conception avancés, permettant une manipulation précise des images et des mises en page. Avec l'émergence de l'intelligence artificielle, que nous utilisons régulièrement pour trouver le mot juste d'une communication ou l'image parfaite, nous gagnons en réactivité.

Qu'est-ce qui attire principalement l'œil de la clientèle?

Une présentation visuelle attrayante des produits est primordiale. Nous enrichissons l'expérience d'achat en développant des concepts marketing, essentiels pour guider les clients, promouvoir les produits, renforcer la marque, créer une ambiance favorable et encourager la curiosité. Nous sommes les garants de la signalétique: de l'entrée du parking à la sortie des caisses, y compris ce qui n'attire pas l'œil, mais qui est nécessaire pour une expérience client réussie.

Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans votre métier?

J'ai quitté le commerce pour rejoindre le marketing. Dans mes précédentes expé-

«Nous sommes les garants de la signalétique: de l'entrée du parking à la sortie des caisses»

Dorian Cormier

riences professionnelles, j'ai collaboré avec des services de décoration pour des besoins opérationnels. Aujourd'hui, je suis sollicité pour des demandes qui me parlent. J'aime beaucoup m'appuyer sur les compétences de mes collaborateurs pour répondre à une problématique de terrain.

De quelle marge de manœuvre créative disposez-vous?

Je dois trouver un juste milieu entre la planification des opérations marketing, ce que souhaitent les dirigeants de l'entreprise et les besoins opérationnels. Nous relevons chaque jour le défi de trouver des solutions innovantes à des problèmes techniques, comme les supports d'affichage, la signalétique, la préparation d'un nouveau point de vente, les éléments inhérents à la sécurité ou la mise en beauté de notre offre.

Propos recueillis par Laurie Martin