



---

# CONCOURS SHOP AWARDS

---

2025

# NOTRE HISTOIRE

**Fondée il y a 36 ans par Raphaël COHEN, son dirigeant, RC Group a débuté en tant qu'agence de publicité avant de développer son activité dans la PLV sélective.**

**Depuis sa rencontre avec la Maison Guerlain en 2002, les collaborations se sont multipliées avec des marques prestigieuses de l'industrie du parfum et de la cosmétique telles que Yves Saint Laurent, Interparfums, Dior, Givenchy...**

**En 2005, la société reçoit le « Label Gazelle » du ministère des PME et du Commerce et démarre une nouvelle aventure.**

**Depuis plus de dix ans, notre société, devenue un groupe, a entrepris une diversification significative de ses activités dans le retail merchandising dans le domaine du luxe. Nous avons développé des compétences et des expertises de premier plan pour sublimer l'image des maisons de luxe dans les points de vente.**

**Grâce à ce développement pluridisciplinaire, la liste de ses clients s'est enrichie avec des collaborations comme LVMH, L'Oréal, Chanel, Hermès, Clarins, Kenzo, PUIG, et de nombreuses autres marques qui lui font confiance.**

**La force du groupe réside dans son approche transversale, qui permet de proposer une offre innovante et globale, depuis la création jusqu'à la production des supports de communication. /**

# OUR STORY

Founded 36 years ago by its director Raphaël COHEN, RC Group was initially created as a publicity agency, before developing its selective POS activity.

Since its first initiative with Maison Guerlain in 2002, partnerships with prestigious perfumery and cosmetic brands have increased considerably. Yves Saint Laurent, Interparfums Group, Dior, Givenchy, and many other brands put their trust in our company.

This adventure was further boosted when RC Group received the award 'Label Gazelle' from the Ministry for SMEs & Commerce in 2005.

Over the past ten years, our company, which has now become a group, has undertaken a significant diversification of its activities in the retail merchandising luxury sector. We have developed first-rate skills and expertise to enhance the image of luxury brands at the point of sale.

The company's activity has increased, and its client list has been enhanced thanks to collaborations with: LVMH, L'Oréal, Chanel, Hermès, Clarins, Kenzo, PUIG, Make Up Forever, and more.

The strength of the group lies in its interdisciplinary approach, which allows for an innovative and global reach, from the creation to the production of every one of the communication channels.

# STRATÉGIE

RC Group rassemble une vingtaine de sociétés au service de la communication des marques en point de vente réparties autour de 5 grands métiers :

PLV - TIRAGE - VITRINES - DIGITAL - ÉVÉNEMENTIEL

RC Group conçoit, fabrique et installe tous types de supports en carton et multimatériaux au point de vente dans les secteurs du luxe (parfums & cosmétiques, couture, horlogerie, joaillerie et spiritueux) et de la distribution spécialisée à grande et moyenne surface. Commande unique ou grande série, RC Group est capable de s'adapter rapidement pour répondre aux souhaits de ses clients. /

# STRATEGY

RC Group includes around twenty companies serving point of sale's brand communication that we can divide into 5 businesses :

POS - PRINT - WINDOWS - DIGITAL - EVENT

RC Group designs, manufactures and installs all types of cardboard and multimaterial supports at point of sale in the luxury goods sector (perfumes & cosmetics, couture, watchmaking, jewelry and spirits) and in specialized supermarket and hypermarket distribution. Single order or large series, RC Group is able to adapt quickly to fulfill the wishes of its customers.

**+120**  
**AWARDS**  
Récompenses



**+15%**  
**ANNUAL GROWTH**  
Croissance annuelle



**20**  
**SUBSIDIARIES**  
Filiales



**5**  
**LINES OF BUSINESS**  
Métiers



**+136<sup>M€</sup>**  
**TURNOVER**  
Chiffre d'affaires



**+100**  
**CLIENTS**  
Clients



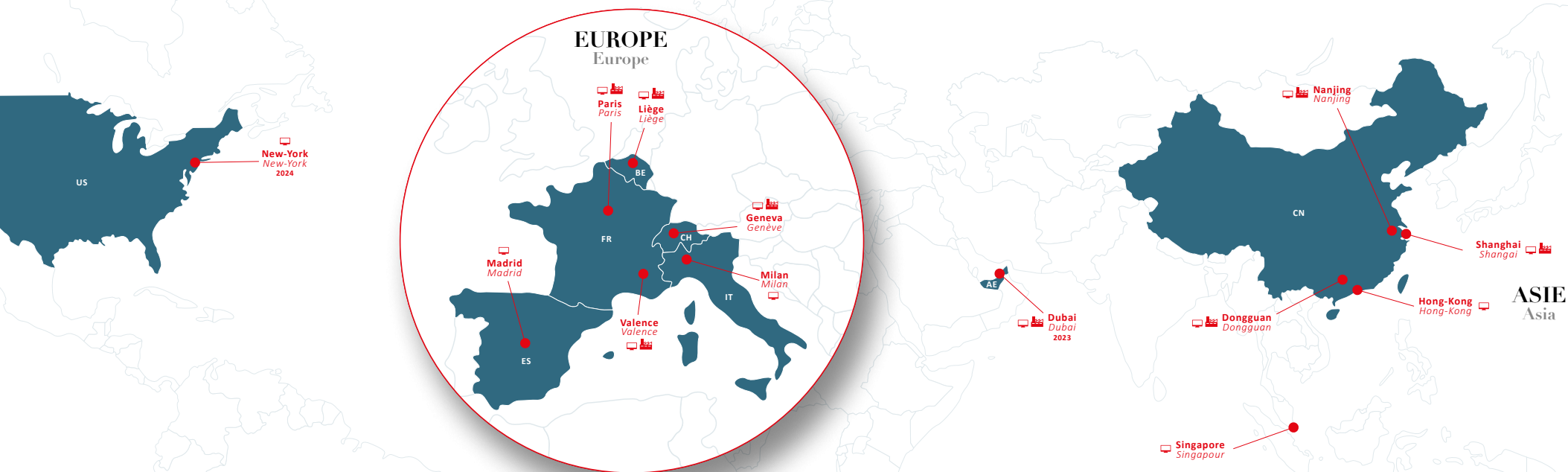
**PRESENCE IN**  
Présence dans **10** **COUNTRIES**  
Pays



**+550**  
**EMPLOYEES**  
Collaborateurs



# NOS IMPLANTATIONS / OUR LOCATIONS



 Bureaux / Offices

 Usines / Factories

# NOS LABELS & CERTIFICATIONS

## OUR LABELS & CERTIFICATIONS

### EUROPE / Europe



« Entreprise du Patrimoine Vivant » est un label officiel qui distingue des entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels jugés comme d'excellence. /

« Entreprise du Patrimoine Vivant » is an official label that distinguishes French companies with artisanal and industrial know-how judged to be of (heritage)excellence.

DUPON . NISSE CARTONNAGE



Label dont la norme permet d'établir un cahier des charges environnemental pour les imprimeurs afin de limiter leur impact sur l'environnement. /

Label whose Standard makes it possible to establish environmental specifications for printers in order to limit their impact on the environment.

DUPON . NISSE CARTONNAGE . RC CONCEPT OPERATIONNEL



Label qui atteste qu'une entreprise a su évaluer, structurer et valoriser auprès de toutes ses parties prenantes ses actions et ses engagements en matière de RSE (basé sur la Norme ISO 26000). /

Label which certifies that a company has been able to assess, structure and promote its actions and commitments in terms of CSR (based on ISO 26000 Standard).

DIGITALI



Questionnaire permettant d'évaluer et de distinguer les entreprises qui ont une politique de développement durable aboutie (structurer et faire évoluer une démarche RSE). /

Questionnaire to assess and distinguish companies that have a successful sustainable development policy (structure and develop a CSR approach).

**GOLD** : LUXENSE . RC GROUP  
**SILVER** : CIOPLAY  
**BRONZE** : DIGITALI



ISO 14001 est la norme internationale qui spécifie les exigences pour un système de management environnemental (SME) efficace. Il fournit un cadre qu'une organisation peut suivre. /

ISO 14001 is the international standard that specifies requirements for an effective environmental management system (EMS). It provides a framework that an organization can follow.

CIOPLAY . CARO PLV . DUPON . EDEN . INLUCE . INSTORE FACTORY . LUXENSE . NISSE CARTONNAGE . RC CONCEPT OPERATIONNEL . RC GROUP . SBS PLV . SMARTECH



Certification propre aux PLVistes dont le Standard permet de certifier un cadre méthodologique et des outils adaptés au déploiement d'une démarche globale d'éco-conception. /

Certification specific to POS operators, including the Standard certifying a methodological framework and tools adapted to the deployment of a global eco-design approach.

CIO PLAY . DUPON . NISSE CARTONNAGE . RC CONCEPT OPERATIONNEL . RC GROUP



Le Forest Stewardship Council® est un label environnemental, dont le but est d'assurer que le bois et ses dérivés proviennent d'une forêt gérée de manière responsable. /

The Forest Stewardship Council® is an environmental label, which aims to ensure that wood and wood products come from responsibly managed forests.

CIOPLAY . CARO PLV . NISSE CARTONNAGE . RC CONCEPT OPERATIONNEL . RC GROUP . RC ITALIA . SBS PLV

### ASIE / Asia



La norme SMETA couvre 4 piliers: normes de travail, santé & sécurité, l'éthique professionnelle et l'environnement. /

The SMETA standard covers 4 pillars: labour standards, health & safety, professional ethics and the environment.

LRC CHINA : USINE DONGGUAN



La certification D&B témoigne de notre solvabilité et de notre fiabilité en tant que partenaire commercial. /

D&B certification is a testament to our creditworthiness and reliability as a business partner.

LRC CHINA : USINE DONGGUAN



Devenir un partenaire certifié EFI Worldwide offre une crédibilité renforcée et un accès exclusif à des ressources, notamment une assistance prioritaire. Cette certification reconnaît l'expertise et favorise la croissance des partenaires, les connectant à un réseau dynamique pour un développement commercial optimal. /

Becoming an EFI Worldwide partner certified amplifies credibility, unlocking exclusive resources, priority support. Recognition through EFI channels enhances visibility, fostering growth opportunities while tailoring benefits to certification levels and program participation for optimal industry advantage.

LRC CHINA : USINE PRINT SHANGHAI & DONGGUAN



ISO 45001 est la norme internationale pour les systèmes de gestion de la santé et de la sécurité. La certification ISO 45001 est un signe fort qu'une entreprise offre un environnement de travail sûr à son personnel. /

ISO 45001 is the international standard for health and safety management systems. ISO 45001 certification is a strong sign that a company provides a safe working environment for its staff.

ISO 9001 est définie comme la norme internationale qui spécifie les exigences d'un système de management de la qualité (SMQ). Les organisations utilisent la norme pour démontrer leur capacité à fournir de manière cohérente des produits et des services qui répondent aux exigences des clients et de la réglementation. /

ISO 9001 is defined as the international standard that specifies requirements for a quality management system (QMS). Organizations use the standard to demonstrate the ability to consistently provide products and services that meet customer and regulatory requirements.



La certification Epson offre un sceau d'assurance qualité, garantissant des normes d'impression de haut niveau pour les photographes et les prestataires de services. Avec son excellence reconnue, une production régulière et un accès au support technique, elle renforce la crédibilité, permettant aux professionnels de mettre en valeur leur expertise, d'attirer des clients et d'obtenir des résultats d'impression supérieurs sur divers appareils. /

Epson certification offers a seal of quality assurance, guaranteeing top-tier print standards for photographers and service providers. With recognized excellence, consistent output, and access to technical support, it elevates credibility, allowing professionals to showcase expertise, attract clients, and deliver superior print results across devices.

LRC CHINA : USINE PRINT SHANGHAI & DONGGUAN

2025

# 3 AXES 3 AXES

La RSE est au centre de nos préoccupations depuis de nombreuses années, grâce à une démarche pragmatique à l'image du groupe. Afin d'accélérer nos engagements environnementaux et sociaux, nous avons identifié et priorisé les principales actions à mener au cœur de notre stratégie «Responsible for Change». Grâce à la force du collectif, nous avons structuré des objectifs et élaboré notre feuille de route RSE 2025 «Propulse» autour de 75 projets. /

Corporate Social Responsibility (CSR) has been at the center of our concerns for many years, thanks to a pragmatic approach in line with the group's values. In order to accelerate our environmental and social commitments, we have identified and prioritized key actions to be taken at the core of our «Responsible for Change» strategy. Through the strength of collective effort, we have structured goals and developed our 2025 CSR roadmap «Propel» around 75 projects. /



S'ENGAGER  
COMMIT

Pour rendre notre éco-système et notre groupe plus responsables. / To make our eco-system and our group more responsible.



DÉLIVRER  
DELIVER

Une offre d'excellence éco-socio-conçue. / An offer of excellence that is eco-friendly and socially responsible.



PRÉSERVER  
PRESERVE

Les performances, la sécurité et le bien-être de nos collaborateurs. / Performance, safety and well-being of our employees.

Le rapport RSE complet est disponible sur demande via notre site internet. /  
The full CSR report is available on request on our website.

# ENJEUX & OBJECTIFS

## ISSUES & MAIN TARGETS

1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

Ancrer notre démarche RSE au sein d'une culture de l'engagement responsable, 100% des collaborateurs ont suivi une formation RSE. /

Embedding our CSR approach within a culture of responsible commitment, 100% of our employees have been trained on CSR topics.

Faire évoluer nos métiers en partenariat avec nos fournisseurs, 100% de nos fournisseurs stratégiques évalués en RSE. /

Improving our value chain impact in partnership with our suppliers. A CSR assessment run on 100% of our strategic suppliers.

Viser l'exemplarité sur la réduction de notre impact environnemental, -30% d'émissions CO2 en 2025 et -50% en 2030. /

Striving for exemplarity in reducing our environmental impact, 30% less CO2 emissions in 2025 and 50% less in 2030.

Cultiver un niveau d'exigence élevé quant à la qualité et aux impacts sociaux et environnementaux, 100% de matières premières stratégiques recyclées, certifiées et labellisées. /

Nurture high standards of quality and social and environmental impacts, 100% of our strategic raw materials will be recycled, certified and labeled.

7 ..... 6 ..... 5

Co-construire un environnement de travail exigeant, au service de la performance et du bien-être de nos collaborateurs, augmenter de 10 points la satisfaction de nos salariés. /

Co-creating a demanding work environment, serving our employees' performance and well-being.

Garantir la sécurité de tous nos collaborateurs et partenaires de production, 0 accident du travail avec arrêt sur nos sites de production. /

Ensure the safety of all our employees and production partners.

Accompagner et conseiller nos clients en devenant des experts de solutions durables, 100% de nos supports sont accompagnés d'une information sur leur impact environnemental. /

Supporting and advising our customers by becoming experts in sustainable solutions.

# Podium Million Gold - Rabanne

Podium Million Gold - Rabanne

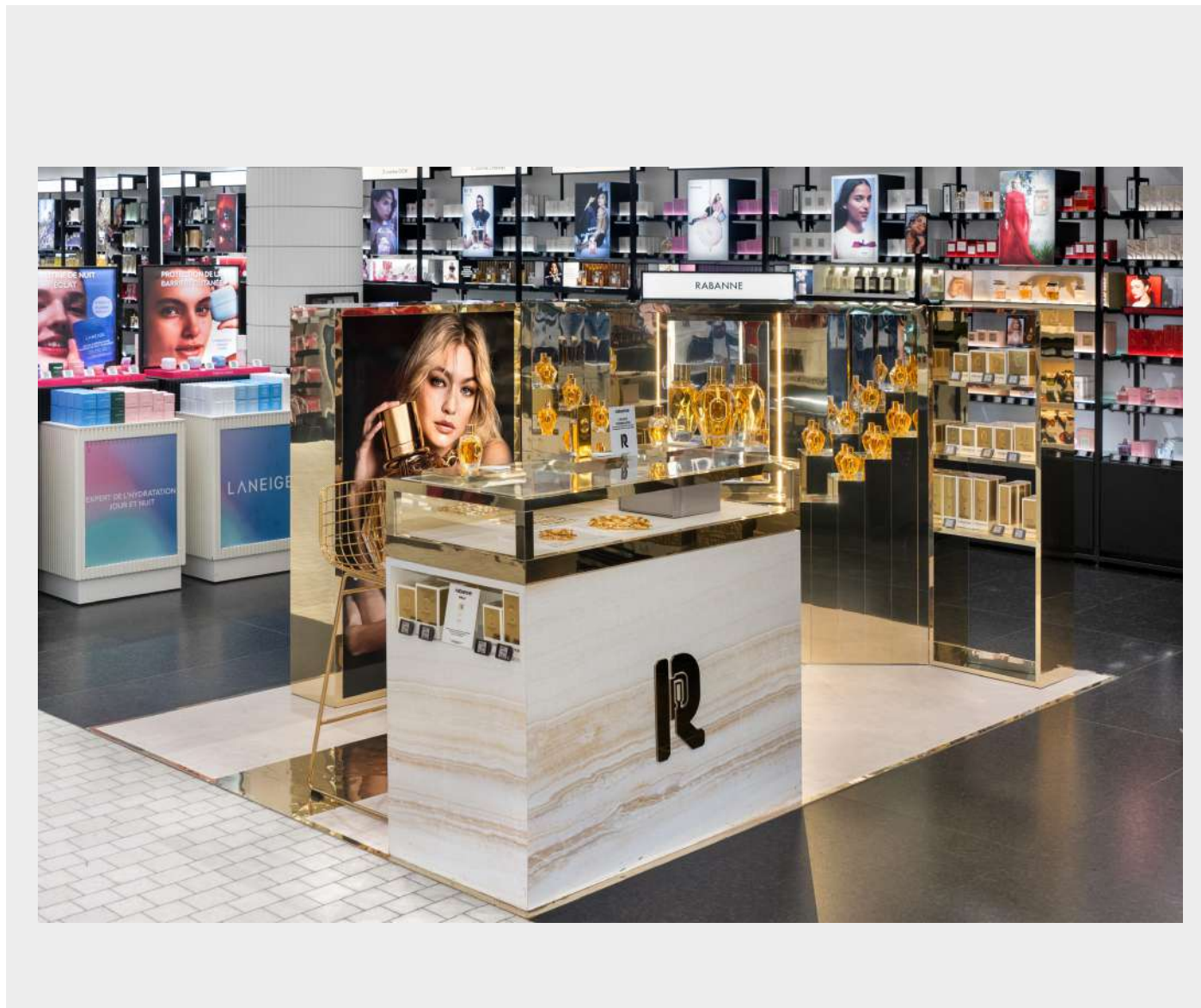


Imaginé aux couleurs du parfum «Million Gold for her», ce podium unique allie élégance et impact visuel pour une expérience client immersive. Son design, sublimé par des finitions dorées et un effet marbreraffiné, reflète l'univers prestigieux de Paco Rabanne. Une animation interactive invite les clients à personnaliser des bracelets et porte clés, soigneusement présentés sur une console élégante avec un plateau en verre.

L'agencement soigné des produits, associé à une cascade de flacons et un contour lumineux en led, attire immédiatement le regard et met en valeur la fragrance. Afin de répondre aux besoins des réseaux de parfumerie Nocibé et Marionnaud, ce podium a également été décliné en une version 100% carton, garantissant un déploiement efficace tout en conservant un fort impact visuel. /

Designed in the colors of the "Million Gold for her" fragrance, this unique podium combines elegance and visual impact for an immersive customer experience. Its design, sublimated by gold finishes and a marble-refined effect, reflects the prestigious world of Paco Rabanne. An interactive animation invites customers to personalize bracelets and key rings, carefully presented on an elegant console with a glass top.

The neat arrangement of products, combined with a cascade of bottles and a luminous led contour, immediately catches the eye and highlights the fragrance. To meet the needs of the Nocibé and Marionnaud perfumery networks, this podium has also been declined in a 100% cardboard version, guaranteeing efficient deployment while retaining a strong visual impact.



# Podium Elixir La Vie Est Belle - Lancôme

Podium Elixir La Vie Est Belle - Rabanne



**Création d'un podium élégant et sophistiqué offrant un espace dédié pour le lancement du nouveau parfum «Elixir La Vie Est Belle» chez Marionnaud. Pensé comme un véritable écrin, l'espace repose sur une base aux finitions métalliques cuivrées et est sublimé par un tapis rouge profond, évoquant le luxe et le raffinement.**

**Au coeur du dispositif, une console aux formes arrondies met en valeur les flacons avec une mise en scène harmonieuse et un jeu de niveaux subtil, dynamisant la présentation. Un mur lumineux et de délicates fleurs en papiers, inspirées des notes olfactives du parfum, assurent une visibilité optimale et invitent les visiteurs dans l'univers enchanteur de Lancôme. /**

Creation of an elegant, sophisticated podium offering a dedicated space for the launch of the new fragrance "Elixir La Vie Est Belle" at Marionnaud. Conceived as a veritable showcase, the space rests on a copper-finish metal base and is enhanced by a deep red carpet, evoking luxury and refinement.

At the heart of the display, a rounded console highlights the bottles with a harmonious staging and a subtle play of levels, energizing the presentation. A luminous wall and delicate paper flowers, inspired by the fragrance's olfactory notes, ensure optimum visibility and invite visitors into the enchanting world of Lancôme.





# Podium Million Gold - Rabanne

Podium Million Gold - Rabanne



Conçu entièrement en carton, ce podium a été réalisé pour accompagner le lancement du nouveau parfum «Million Gold for her» dans les parfumeries Nocibé et Marionnaud. Son design aux nuances dorées incarne l'univers prestigieux de Paco Rabanne tout en intégrant une démarche écoresponsable.

L'espace est structuré autour d'une cascade de flacons, apportant du relief et sublimant la fragrance. A l'avant, une console élégante à l'effet marbre renforce l'identité de la marque. Pensé pour allier impact visuel fort et légèreté, cet ensemble écoresponsable se décline également dans une version exclusive, conçu en exemplaire unique pour un flagship. /

Designed entirely in cardboard, this podium was created to accompany the launch of the new fragrance "Million Gold for her" in Nocibé and Marionnaud perfumeries. Its gold-tinged design embodies the prestigious world of Paco Rabanne, while integrating an eco-responsible approach.

The space is structured around a cascade of bottles, adding relief and sublimating the fragrance. At the front, an elegant marble-effect console reinforces the brand's identity. Designed to combine strong visual impact with lightness, this eco-responsible ensemble is also available in an exclusive version, designed as a one-off for a flagship store.



# Podium Fête Des Mères - Dior

Podium Mother's Day - Dior



Réalisation d'un podium mettant en lumière les iconiques féminins de la maison Dior afin de célébrer la fête des mères. Pensé pour sublimer l'univers raffiné de la marque, cet espace alliant élégance et délicatesse a été déployé dans différentes enseignes.

Fabriqué à 99,2% en carton, il reprend fidèlement les codes esthétiques de Dior tout en garantissant robustesse et légèreté. Son design modulable offre diverses possibilités d'agencement pour la console, assurant une mise en place impactante. /

To celebrate Mother's Day, we created a podium highlighting Dior's feminine icons. Designed to sublimate the brand's refined universe, this elegant and delicate space was deployed in various stores.

Made from 99.2% cardboard, it faithfully reflects Dior's aesthetic codes while guaranteeing sturdiness and lightness. Its modular design offers a variety of layout possibilities for the console, ensuring an impactful installation.



# Vitrine Isla de Oro - Trudon

Window Display - Trudon



Création d'une déclinaison de 2 vitrines à l'occasion du premier double lancement de la collection estivale de Trudon. Un duo composé d'un parfum pour le corps «Isla» et d'une bougie parfumée «De Oro», présentés avec raffinement sur des colonnes blanches antique en bois medium.

La vitrine est habillé d'un décor graphique aux motifs de bergamote, fil conducteur de la collection, et enveloppée dans une palette solaire de jaunes et blancs. Des fruits et papiers imprimés suspendus ajoutent du mouvement et de la légèreté, recréant la magie d'un été méditerranéen. /

Creation of a range of 2 window displays to mark the first double launch of Trudon's summer collection. A duo composed of an "Isla" body perfume and a "De Oro" scented candle, elegantly presented on antique white columns in medium wood.

The showcase is decorated with a graphic motif of bergamot, the collection's main theme, and wrapped in a sunny palette of yellows and whites. Hanging fruit and printed paper add movement and lightness, recreating the magic of a Mediterranean summer.



# Niches - Clarins

Niche - Clarins



Réalisation d'une niche pour le lancement du nouveau produit «Double serum» de Clarins. Déclinée en quatre modèles, elle s'adapte aux spécificités de chaque point de vente, garantissant une intégration harmonieuse et une visibilité optimale du produit.

Les teintes dorées et cuivrées, en parfaite harmonie avec l'identité visuelle du produit, renforcent le caractère premium de ce soin emblématique. Au cœur de la niche, le Double serum est sublimé sur un plot testeur en PMMA recyclé, favorisant une interaction directe avec le produit. En arrière plan, un fronton galbé apporte du relief et de l'élégance à l'ensemble. /

Creation of a niche for the launch of Clarins' new "Double Serum" product. Available in four models, it adapts to the specific features of each point of sale, guaranteeing harmonious integration and optimal product visibility.

Gold and copper hues, in perfect harmony with the product's visual identity, reinforce the premium character of this emblematic skincare product. In the center, the Double Serum is sublimated on a recycled PMMA tester pad, encouraging direct interaction with the product. In the background, a curved pediment lends relief and elegance to the whole.



# Niche - Lancaster

Niche - Lancaster



Développée pour les marchés allemand et grec, cette niche a été réalisée afin de sublimer la ligne princière de Lancaster. L'harmonie entre le doré éclatant et le bleu profond reflète les codes couleurs emblématiques de la gamme, conférant à l'ensemble un design sophistiqué et raffiné.

Les anneaux dorés en relief viennent renforcer l'identité royale de la marque. Chaque produit bénéficie d'un emplacement dédié, accompagné d'une plaque informative valorisant les bienfaits de la ligne. Un design pensé pour offrir une mise en scène élégante, à la hauteur de cette ligne d'exception. /

Developed for the German and Greek markets, this niche was created to sublimate Lancaster's princely line. The harmony between dazzling gold and deep blue reflects the range's emblematic color codes, giving the ensemble a sophisticated, refined design.

Embossed gold rings reinforce the brand's regal identity. Each product has its own dedicated space, accompanied by an informative plaque highlighting the benefits of the line. A design conceived to offer an elegant setting, worthy of this exceptional line.



# HOL Masterpiece L Fountain Tree 2m - Dior

HOL Masterpiece L Fountain Tree 2m - Dior



Pour les fêtes de fin d'année, Dior Parfums dévoile un thème majestueux, inspiré par le Château de Versailles. Le sapin est réalisé en métal avec une finition dorée, capturant l'éclat du luxe à la française. Des LED intégrées dans chaque tige du soleil ainsi que des guirlandes scintillantes au pied de l'arbre diffusent une lumière douce et féérique évoquant les fontaines de Versailles illuminées. /

For the holiday season, Dior Parfums unveils a majestic theme, inspired by the Château de Versailles. The tree is made of metal with a gold finish, capturing the brilliance of French luxury. LEDs integrated into each stem of the sun as well as sparkling garlands at the foot of the tree diffuse a soft and magical light evoking the illuminated fountains of Versailles.



# HOL Masterpiece SUN 80cm - Dior

HOL Masterpiece SUN 80cm - Dior



**Pour les fêtes de fin d'année, Dior Parfums dévoile un thème majestueux, inspiré par le Château de Versailles. Le soleil, réalisé en résine et orné d'une métallisation dorée et de paillettes d'or, symbolise l'histoire royale tout en incarnant l'élégance intemporelle de la maison Dior qui réussit à capturer l'essence de Noël au travers de ces éléments alliant challenge technique et innovation. /**

For the holiday season, Dior Parfums unveils a majestic theme, inspired by the Château de Versailles. The sun, made of resin and decorated with gold metallization and glitter, symbolizes royal history while embodying the timeless elegance of the maison Dior, which succeeds in capturing the essence of Christmas through these elements combining technical challenge and innovation.



# Institutionnel - Liu Jo

Institutionnal - Liu Jo



Le projet a été initié par Marchon Eyewear dans le but de rafraîchir l'offre institutionnelle Pop de Liu Jo afin de l'aligner avec les nouveaux codes de la marque.

Il comprend une logoplaque, des présentoirs 1&3 pièces et un miroir. Les présentoirs sont conçus avec une approche durable, allant des matériaux utilisés à la structure et à l'emballage.

Tous les éléments sont 100% fabriqués en acrylique recyclable : les crowners et la base sont en PMMA (polyméthacrylate de méthyle) dorés, tandis que le logo est blanc et en relief.

Le miroir porte le logo Liu Jo en argenture. Les structures sont modulables et sont conçues pour être facilement assemblées et démontées en magasin.

Les instructions d'assemblage sont partagées via un code QR appliqué sous l'élément et sur l'emballage.

En étant expédié à plat, les dimensions de l'emballage sont réduites de 70%, ce qui impacte significativement les coûts d'expédition et les émissions de carbone.

L'emballage est également durable : le packaging extérieur en carton est certifié FSC et fermé avec du ruban adhésif en papier.

The project was commissioned by Marchon Eyewear with the goal of refreshing the Liu Jo institutional Pop offer to align it with new brand codes.

It includes a logoplaque, 1&3 pc displays and a mirror. The displays are designed with sustainable approach, starting from the materials used to the structure and packaging.

All the items are 100% made of recyclable acrylic: crowners and base are made of gold PMMA (polymethyl methacrylate), while logo is white and in relief.

The mirror has the Liu Jo logo in silvering. The structures are modular and are designed to be easily assembled and disassembled in-store.

Assembly instructions are shared through a QR code applied below the item and on the packaging.

By shipping flat, packaging dimensions are reduced by 70%, significantly impacting shipping costs and carbon emissions.

The packaging is also sustainable: the outer carton box is made of FSC paper and closed with paper adhesive tape.





# The Drop Louis XIII

The Drop Louis XIII

InLuce

**Développement technique & production du display pour le lancement de The DROP.**

**Avec le lancement de ce nouveau contenant de un centilitre, l'objectif de Louis XIII est de devenir l'icône d'une nouvelle génération toujours en mouvement, spontanée et enjouée, qui aime s'approprier les choses.**

**Les nouveaux connaisseurs, les natifs du numérique, les pionniers, ceux qui remplissent leur vie. Les multitâches et les multipartageurs. Ils font l'éloge de leurs tribus, s'approprient le monde et saisissent l'instant présent ensemble.**

**En tant que groupe, ils réinventent constamment les codes du luxe, grâce à la spontanéité et à l'appropriation, créant ainsi leur propre « art de vivre ». Dans l'instant. /**

Technical development & production of the display for the launch of The DROP.

With the launch of this new one-centilitre container, the vision of Louis XIII is to become an icon for a new generation always on the move, spontaneous and playful, who enjoy making things their own.

The new connoisseurs, digital natives, pioneers, life-fulfillers. Multi-taskers and multi-sharers. They praise their tribes, claim the world for themselves, and seize the moment together.

As a group, they constantly reinvent luxury codes, through spontaneity and ownership, creating their own distinct 'art-de-vivre'. In the moment.



# Meuble Effaclar - La Roche Posay

Effaclar furniture - La Roche Posay



Cette PLV, conçue pour L'Oréal, se distingue par son design innovant et ses matériaux soigneusement sélectionnés. Réalisée principalement en carton, elle intègre également du PMMA miroir, un élément qui ajoute une touche d'élégance et crée un effet de réflexion captivant pour attirer l'attention des clients.

Le choix des matériaux reflète une volonté d'allier praticité et esthétique. Le design est pensé pour maximiser l'impact visuel. Arborant une couleur turquoise vibrante, en accord avec le produit phare Effaclar A.Z. Gel-Crème, cette PLV capte instantanément le regard. Sa structure élancée et verticale permet de gagner en visibilité tout en optimisant l'espace dans les pharmacies, où elle est destinée à être exposée.

Au centre, un grand cercle sert de point focal, encadré par un message promotionnel clair et accrocheur. Cette PLV répond ainsi parfaitement à la demande du client : un meuble accrocheur, aux couleurs dynamiques et modernes, conçu pour se démarquer dans un environnement très concurrentiel. /

This POS, designed for L'Oréal, stands out for its innovative design and carefully selected materials. Made mainly from cardboard, it also incorporates mirror PMMA, an element that adds a touch of elegance and creates a captivating reflection effect to attract the attention of customers.

The choice of materials reflects a desire to combine practicality and aesthetics. The project is designed to maximize visual impact. Sporting a vibrant turquoise color, in keeping with the flagship product Effaclar A.Z. Gel-Cream, this POS instantly catches the eye. Its slender and vertical structure allows for greater visibility while optimizing space in pharmacies, where it is intended to be displayed.

In the center, a large circle serves as a focal point, framed by a clear and eye-catching promotional message. This POS perfectly meets the customer's request: an eye-catching piece of furniture, in dynamic and modern colors, designed to stand out in a very competitive environment.



# Paravent Panorama - L'Oréal

Panorama Paravent - L'Oréal



Cette PLV de L'Oréal Paris est conçue pour promouvoir le mascara Panorama, avec la promesse d'un regard jusqu'à 1,4 fois plus grand.

Elle se distingue par son design premium et luxueux, alliant une structure noire élégante à des éléments dorés brillants. En haut, le logo L'Oréal Paris renforce l'identité de marque, suivi d'une affiche centrale mettant en scène un modèle maquillé et des visuels avant/après illustrant l'efficacité du produit.

Les étagères dorées incurvées, situées dans la partie inférieure, servent de présentoir pour les produits, organisées de manière esthétique et accessible. L'utilisation de matériaux aux reflets métallisés et la disposition verticale attirent immédiatement l'attention, tout en valorisant l'aspect haut de gamme du produit.

Cette PLV, autoportante et compacte, s'intègre parfaitement dans un point de vente, en maximisant la visibilité tout en restant fonctionnelle. Elle cible une clientèle recherchant performance et élégance, en transmettant un message clair et impactant sur les bénéfices du mascara.

Avec son esthétique soignée et sa communication efficace, cette PLV incarne l'identité luxueuse et innovante de L'Oréal Paris. /

This L'Oréal Paris POS display promotes the «Panorama» mascara, promising a 1,4x bigger look.

The sleek black design, accented with gold details, exudes luxury. The top features the L'Oréal logo and a central image showcasing the product's effects, with before-and-after visuals for added impact.

Curved gold shelves below display the products neatly, combining elegance with functionality. Compact and eye-catching, this freestanding display maximizes visibility and highlights the mascara's premium appeal.

Perfect for high-end retail spaces, it effectively conveys L'Oréal's message of performance and sophistication.



# Display Panorama - L'Oréal

Panorama Display - L'Oréal



Cette PLV L'Oréal Paris met en avant le mascara Panorama avec la promesse d'un regard jusqu'à 1,4 fois plus grand.

Son design audacieux et luxueux est dominé par un pilier central doré gravé du mot Panorama, entouré d'étagères noires élégantes pour présenter les produits. En haut, le logo L'Oréal et des visuels promotionnels illustrent les bénéfices du mascara, incluant un avant/après percutant.

Compacte et autoportante, cette structure allie esthétique et fonctionnalité, maximisant la visibilité tout en renforçant l'image haut de gamme du produit. Idéale pour attirer l'attention dans les points de vente. /

This L'Oréal Paris display showcases the Panorama mascara, emphasizing its promise of a 1,4x bigger look.

The design is bold and luxurious, featuring a golden central pillar engraved with Panorama, surrounded by sleek black shelving for product placement. At the top, the L'Oréal logo and promotional visuals highlight the product's benefits, including a striking before-and-after image.

The compact, freestanding structure balances elegance and practicality, maximizing visibility and reinforcing the mascara's premium image. This display is ideal for enhancing brand presence in retail spaces.



# Display éco-conçu - Calmann Levy

Eco-designed display - Calmann Levy



Cette PLV en bois, conçue pour Calmann Levy, est un meuble permanent spécialement pensé pour la présentation de livres en librairie. Fabriquée en bois, elle offre une robustesse et une durabilité idéales pour un usage prolongé dans des espaces de vente.

Sa structure stable et ses finitions soignées en font un support fonctionnel et esthétique. Le meuble se compose de plusieurs étagères inclinées, parfaitement adaptées à l'exposition des livres, permettant une visibilité optimale des couvertures. La partie supérieure, ainsi que les côtés, sont équipés de zones recouvertes de cartes imprimées interchangeables.

Cela permet aux libraires de mettre à jour facilement le visuel du meuble pour s'adapter aux différentes campagnes ou collections de l'éditeur, tout en conservant la base en bois intacte.

Imaginée pour durer, cette PLV éco-conçue en bois allie robustesse et modularité : sa structure pérenne reste en place, tandis que son habillage interchangeable s'adapte à chaque opération. Une approche durable qui réduit l'empreinte carbone en évitant la fabrication complète d'une nouvelle PLV à chaque campagne. /

This wooden display, designed for Calmann Levy, is a permanent fixture specifically created for showcasing books in bookstores. Made of wood, it provides the ideal sturdiness and durability for prolonged use in retail spaces.

Its stable structure and refined finishes make it both a functional and aesthetic support. The display consists of several inclined shelves, perfectly suited for presenting books while ensuring optimal visibility of their covers. The top section, as well as the sides, are equipped with areas covered by interchangeable printed cards.

This allows booksellers to easily update the visuals of the display to match the publisher's various campaigns or collections, all while keeping the wooden base intact.

Designed to last, this eco-designed wooden display combines robustness and modularity : its durable structure remains in place, while its interchangeable covering adapts to each project. A sustainable approach that reduces the carbon footprint by avoiding the complete production of a new display for each campaign.



# Love Shine Roadshow - Yves Saint Laurent

Love Shine Roadshow -  
Yves Saint Laurent



**Nous avons imaginé, produit et conçu les opérations YSL à Paris, Lille, Nice, Lyon et Nîmes. Une activation sur plus de 4 mois avec un camion totalement personnalisé à l'effigie de la marque pour une immersion totale dans l'univers d'Yves Saint Laurent et son lancement Loveshine pour ses rouges à lèvres.**

**Un espace de 110m2 rempli d'expériences uniques pour un Road Show d'exception afin de faire vivre un moment inoubliable à ses clients, aux influenceurs venus pour l'occasion et au public qui découvre l'espace. /**

We imagined, designed and produced the YSL operations in Paris, Lille, Nice, Lyon and Nîmes. An activation lasting over 4 months, with a fully customized truck bearing the brand's effigy for total immersion in the world of Yves Saint Laurent and its Loveshine lipstick launch.

A 110m2 space filled with unique experiences for an exceptional Road Show to give customers an unforgettable experience.



# New Look - Dior Singapour

New Look - Dior Singapour

**DIGITALLI**  
SPREADING BRAND IDENTITY

**Le nouveau magasin Parfums Christian Dior à Singapour incarne l'élégance et l'innovation en intégrant des technologies de pointe.**

**Chaque détail a été pensé pour offrir une expérience immersive, avec des écrans haute définition, un mur LED avec un pitch très fin et un ticker tape dynamique.**

**Ces éléments combinent esthétique et performance pour sublimer l'univers de la marque tout en répondant aux exigences du luxe moderne.**

**Ce projet illustre l'engagement de Dior à proposer des expériences uniques, où la technologie se met au service du raffinement et de l'émotion, créant ainsi un espace à la hauteur des attentes de sa clientèle exigeante. /**

The new Parfums Christian Dior store in Singapore embodies elegance and innovation by integrating cutting-edge technologies.

Every detail has been carefully designed to provide an immersive experience, featuring high-definition screens, a spectacular LED wall, and a dynamic ticker tape display.

These elements combine aesthetics and performance to enhance the brand's universe while meeting the demands of modern luxury.

This project reflects Dior's commitment to offering unique experiences, where technology serves refinement and emotion, creating a space that meets the high expectations of its discerning clientele.



# Galleries Lafayette - Lancôme

Galleries Lafayette - Lancôme

**DIGITALLI**  
SPREADING BRAND IDENTITY

Réalisation d'un podium d'un mois aux Galeries Lafayette Haussmann mettant en avant 11 parfums de la Maison Lancôme, inspirés du Domaine de la Rose. L'installation comprend deux murs LED flexibles en pitch 1.9, de dimensions 1 600 x 1 800 mm, offrant une sonorisation d'ambiance immersive dans l'espace.

Un orgue à parfums accompagne cette mise en scène, avec deux fois 11 fragrances, équipées de capteurs de présence. Lorsqu'un parfum est soulevé, une vidéo promotionnelle se déclenche sur deux écrans de 10" situés aux extrémités de l'orgue, créant une expérience interactive et engageante pour les visiteurs. /

Podium installation for one month at Galeries Lafayette Haussmann, showcasing 11 fragrances from Maison Lancôme, inspired by the Domaine de la Rose. The setup features two flexible LED walls with a 1.9 pitch, measuring 1,600 x 1,800 mm, providing an immersive ambient sound experience within the space.

Complementing the installation is a fragrance organ displaying two sets of 11 fragrances, each equipped with presence sensors. When a fragrance is lifted, a promotional video is triggered on two 10" screens positioned at the ends of the organ, creating an interactive and engaging experience for visitors.





# Jaeger LeCoultre - Dubaï

Jaeger LeCoultre - Dubaï



**Nous avons réalisé le nouveau magasin Jaeger-LeCoultre à Dubaï, conçu autour de six espaces distincts mettant en valeur les créations et les différents produits de la marque. Certains de ces espaces sont équipés d'écrans tactiles interactifs, permettant aux clients de naviguer sur le site web de Jaeger-LeCoultre afin de personnaliser leur montre, tandis que d'autres offrent une immersion dans l'univers de la Maison et ses collections emblématiques.**

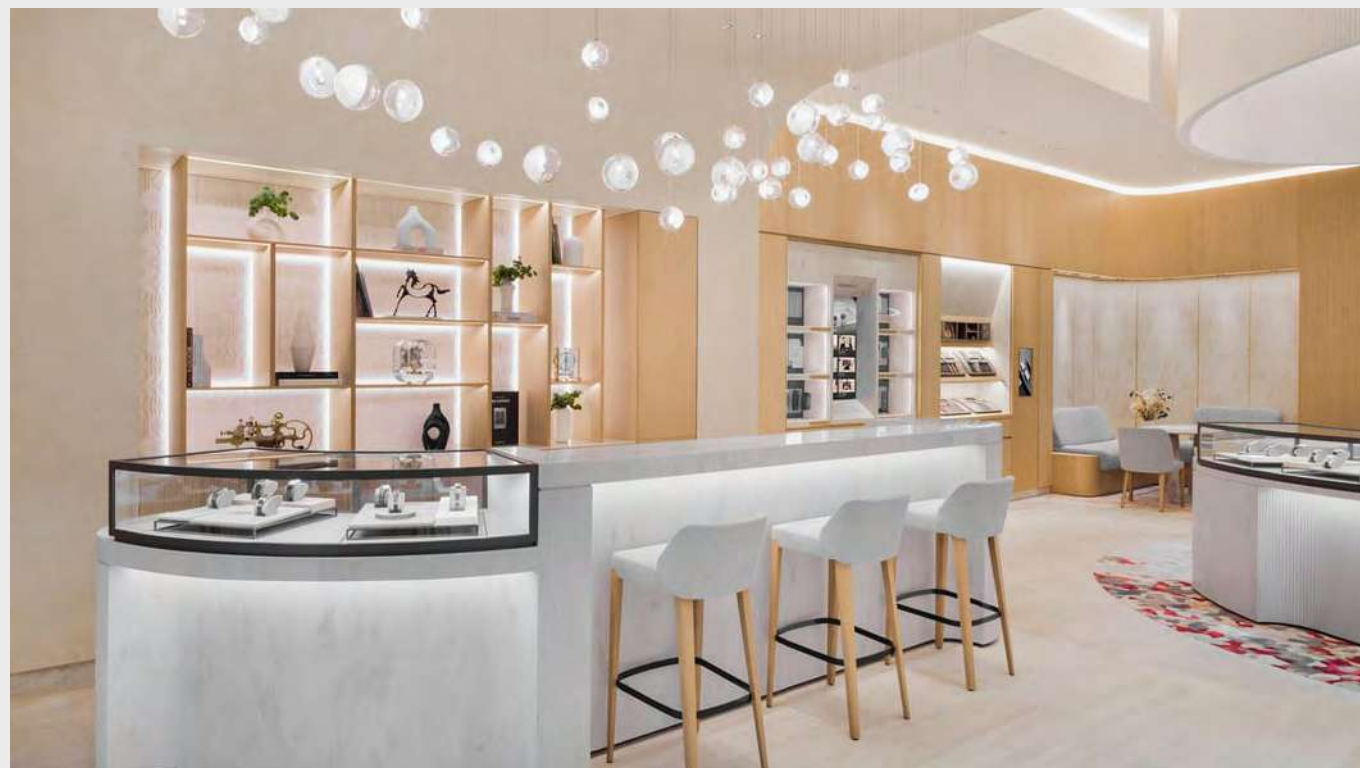
**Un espace VIP exclusif a également été aménagé au sein du magasin. Entièrement domotisé, cet espace peut être transformé en salle de projection en un seul geste grâce à une tablette dédiée. L'ensemble des solutions logicielles et matérielles, ainsi que la domotisation, ont été spécialement développés pour offrir une expérience sur mesure et unique.**

**De plus, cet espace VIP a été conçu pour être modulable. Une porte coulissante permet de le diviser en deux zones distinctes, chacune bénéficiant de son propre système de gestion domotique, rendant ainsi possible la projection de deux contenus différents pour répondre aux attentes de plusieurs clients simultanément. /**

We have completed the new Jaeger-LeCoultre boutique in Dubai, designed around six distinct spaces that showcase the brand's creations and various products. Some of these spaces are equipped with interactive touch screens, allowing customers to browse the Jaeger-LeCoultre website to personalize their watches, while others offer an immersive experience into the world of the Maison and its iconic collections.

An exclusive VIP area has also been created within the boutique. Fully automated, this space can be transformed into a projection room with a single touch using a dedicated tablet. All software and hardware solutions, as well as the automation system, have been specially developed to provide a tailor-made and unique experience.

Additionally, the VIP space has been designed to be modular. A sliding door allows it to be divided into two separate areas, each with its own automation system, enabling the projection of different content to meet the expectations of multiple clients simultaneously.



# MERCI ! THANK YOU !

## CONTACTS :

Raphaël **COHEN** – Président Fondateur – RC Group  
raphael@rc-group.fr  
+33 6 09 76 04 51

David **CHANTEPIE** – Directeur Général – RC Group  
dchantepie@rc-group.fr  
+33 6 62 83 09 94

Patricia **BONNISSENT** – Directrice Executive Developpement – RC Concept  
patricia@rc-concept.fr  
+33 6 62 56 28 70

37 rue Marcel Dassault, 92100 BOULOGNE  
<https://www.rc-group.fr>

JOIN US !  
SCAN OR CLICK



LinkedIn



Instagram

