

Janus

Année
2025

Session du
21 mars

Réalisation
Gamme Ultra Light

Entreprise
Thuasne

Design
Marie Gérard, design intégré

Labellisation
Janus de la Santé

Compte-rendu du jury

sous la présidence de
Sylvain Grandpierre
et la vice-présidence de
Béatrice Mange

Gamme Ultra Light



Fiche-description

Quoi ?

Une ligne courte d'orthèses, vendue en libre service (gamme Selfcare) qui soulage les inconforts de l'arthrose ou des déformations osseuses : genou / hallux valgus / pouce.

Pourquoi ?

Proposer une gamme d'orthèses légères de qualité positionnée dans les linéaires de la pharmacie : approche directe auprès des patients-clients, sans nécessité de prescription. Première gamme d'orthèses spécialement dédiées au « Selfcare » quand auparavant la marque proposait une adaptation de la gamme « Healthcare ». Diversification hors des habitudes de vente de Thuasne.

Comment ?

Présenter une identité de gamme éloquente, simple et accessible, renforcée par la notoriété médicale de la marque. Construction d'un « design language » fort et définition de nouveaux codes identitaires de la marque, permettant une meilleure adaptation et adoption par le patient. Réemploi et amélioration des technologies de l'entreprise sur les différents types de tissage, introduction du bleu et utilisation de matériaux légers.

Bénéfice ?

Conquérir de nouveaux marchés internationaux en vente directe. Accroître la notoriété et la reconnaissance de Thuasne. Apporter une solution efficace et technique au patient dont la pathologie est légère ou débutante.



Critères design 5E

Les principaux critères d'attribution sont au nombre de cinq et communs à tous les univers du Janus. Ils portent tant sur le processus d'élaboration du produit ou du service que sur le résultat. Plus de soixante-dix ans après avoir été définie par Jacques Viénot, cette conviction rebaptisée Design5E, dicte encore la sélection du Jury.

Économie

La pertinence de l'innovation est renforcée par :

- Un avantage concurrentiel pour conquérir de nouveaux marchés grâce à la vente en libre-service et sans prescription
- Développement via un fournisseur maîtrisant les techniques de tressage médical (coupé cousu, tricotage rectiligne ou circulaire)

Le jury salue le travail du « design language » permettant de se différencier de manière prometteuse sur le marché des orthèses. La gamme « Ultra Light » est une réponse à un besoin réel des patients, soutenue par la forte notoriété de marque.

Ergonomie

- Approche holistique de conception basée sur l'innovation technique, les tests, la lutte contre la douleur stigmatisante
- Recherche en amont accompagnée de tests qualitatifs pour un usage réfléchi et ciblé
- Simplicité d'usage et gain de temps en réponse à la phrase expressive de la designer Marie Gérard : « En face de nous, il y a la douleur ! » : attention particulière portée à l'enfilage et à la facilité de mise en place des orthèses
- Ergonomie cognitive renforcée par « le geste design » : circulaire ou rectiligne, simple et sobre

Esthétique

La gamme Ultra Light dégage une force expressive générale : le graphisme et les couleurs renforcent la fonction et soutiennent l'identité de la marque. La qualité perçue est renforcée par l'étude sur la couleur : afin de rationaliser et d'apporter une homogénéité visuelle moderne sur tous les modèles, le noir est progressivement remplacé par le bleu marine, accompagné d'un bleu lumineux, type bleu « Klein ». Le travail sur l'étirement et la verticalité de la maille lors du placement sur le membre à soulager dévoile un jeu chromatique entre bleu marine et bleu Klein. Process technique amenant à une nouvelle esthétique comme le lycra coupé à cru.

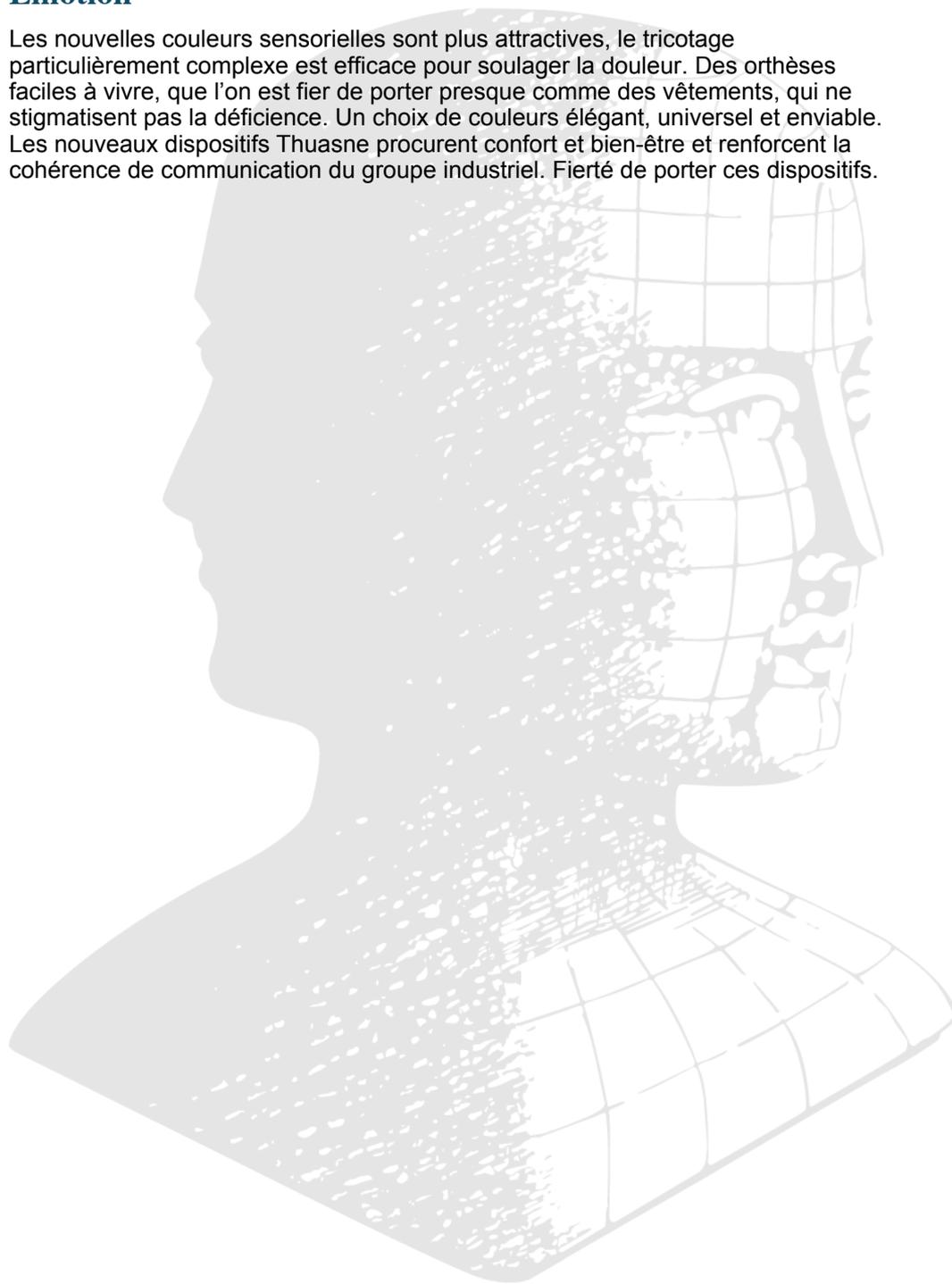
Éthique

Soulager des affections courantes, épidémiologie en croissance : l'arthropathie chronique dégénérative et la déformation osseuse. Un packaging informatif, coloré et élégant adressé directement au patient. En revanche, le recyclage, encore timide, demande une recherche plus approfondie de la R&D pour proposer un chemin plus vertueux vers l'économie circulaire.



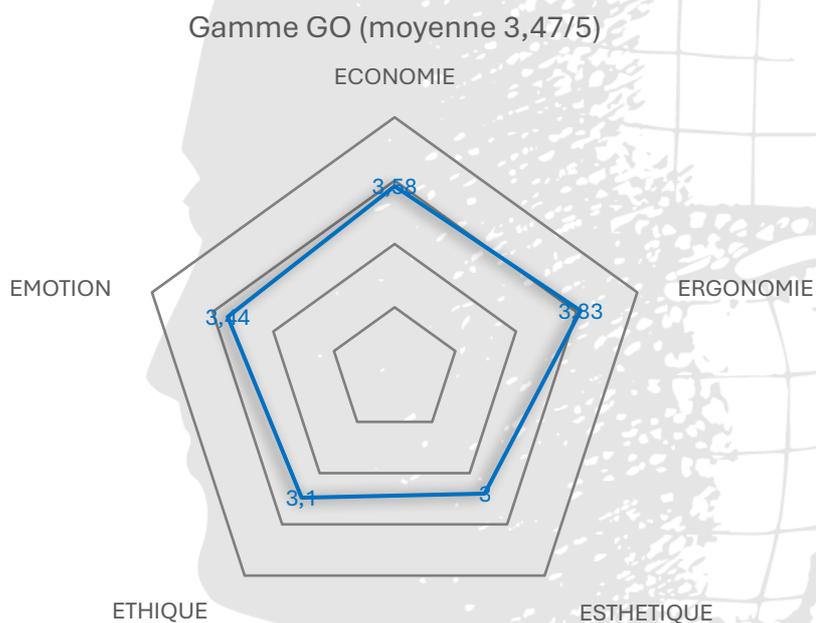
Émotion

Les nouvelles couleurs sensorielles sont plus attractives, le tricotage particulièrement complexe est efficace pour soulager la douleur. Des orthèses faciles à vivre, que l'on est fier de porter presque comme des vêtements, qui ne stigmatisent pas la déficience. Un choix de couleurs élégant, universel et enviable. Les nouveaux dispositifs Thuasne procurent confort et bien-être et renforcent la cohérence de communication du groupe industriel. Fierté de porter ces dispositifs.



Évaluation

Mapping 5E



Appréciations générales

La démarche innovante, le développement Marketing et la revisite de toute la gamme de produits orthopédiques témoigne de la volonté de l'entreprise de se placer comme l'acteur majeur dans son secteur, dont la qualité et l'engagement environnemental sont une préoccupation première de la marque.

Le jury a particulièrement apprécié la présentation détaillée de Marie Gérard, en charge de la présentation de la démarche, seule designer du groupe, faisant preuve d'engagement en interne et d'attention aux usages des patients.



Résultat

Délibération

Après délibération du jury,

- > **le label Janus de la Santé est décerné**
avec une note moyenne obtenue de 3,47/5 avec 10 votes favorables
et 3 abstentions.

Validation



Président du Jury de Janus
Sylvain Grandpierre



Vice-présidente du Jury des Janus
Béatrice Mange



Présidente de l'Institut Français du Design
Anne-Marie Sargueil

Remerciements

Nous remercions Marie Gérard pour sa participation et sa présentation.

