



REVUE DE PRESSE

ARTICLES DE NOVEMBRE 2018 À
AVRIL 2019

18/04/2019

Sommaire

INSTITUT FRANCAIS DU DESIGN	11
SOMMET DU DESIGN A PARIS : UNE EDITION ENRICHISSANTE Courrier du Meuble de l'Habitat - 05/04/2019	12
Tout est ephemere le design aussi.. les designs peut-etre pas! Intramuros - 01/04/2019	13
Sommet du design à Paris Le design, moteur du changement Intramuros - 01/04/2019	14
DESIGN Belle cuvée 2018 pour les janus Campagne Chic & Broc' - 01/04/2019	18
2016..... Verre-Menuiserie.com - 27/03/2019	19
ANNE-MARIE SARGUBL PRÉSIDENTE DE L'INSTITUT FRANCAIS DU DESIGN Ouïe Magazine - 01/03/2019	31
LA TERRE EST EN SURCHAUFFE - André Cayol occitanie-tribune.com - 02/02/2019	33
La Terre est en surchauffe Up-magazine.info - 27/01/2019	34
Quelle place pour le DESIGN dans le monde de demain ? Neo Domo - 01/01/2019	35
Commerce JANUS 2018 UN MILLÉSIME REMARQUABLE Signal'Etiqu - 01/01/2019	36
LA TERRE EST EN SURCHAUFFE Trafic-taxi mag - 01/01/2019	38
Rétro 2018 : Les JANUS misent sur le design relationnel intramuros.fr - 31/12/2018	39
La société Monnetau milieu des plus grands Le Journal de Saône et Loire - 24/12/2018	40
Retour sur le 65ème anniversaire du label Janus à l' Institut Français du Design qui distingue les meilleures réalisations en termes de design et d'innovation. C'est quoi le "beau" en 2018? https://t.co/uMOKldwsLF INfluencia - 20/12/2018	41
Les nouveaux Janus édition 2018 Up-magazine.info - 19/12/2018	42
Design : « Les millennials se moquent de la beauté classique » Influencia.net - 19/12/2018	44

Événement Identification Acuite.fr - 18/12/2018	45
Le Grand Prix Design Paris : le printemps de la création chinoise radiolcf.fr - 13/12/2018	46
Les labels Janus fetent leurs 65 ans Bricomag - 01/12/2018	47
De l'audace MEL - Métropole Européenne de Lille - 01/12/2018	49
EXPLORE	50
SACHEZ-LE Sud Ouest Libournais - Haute Gironde - Libournais - Haute Gironde - 20/04/2019	51
Les nouvelles générations veulent un autre rapport au travail Up-magazine.info - 17/04/2019	52
ÉCOLES Design Fax - 15/04/2019	54
JANUS 2017-2018	55
Mobilum, start-up souriante du mobilier en béton fibré. Fut'urbain 3/6 lemoniteur.fr - 29/04/2019	56
Plus vert et plus design, un nouveau carré Edouard-VII Le Parisien Paris - Paris - 26/04/2019	58
Paris : plus vert et plus design, un nouveau carré Edouard VII Yahoo ! (France) - 25/04/2019	59
Paris : plus vert et plus design, un nouveau carré Edouard VII LeParisien.fr - 25/04/2019	61
Ça boum pour les soeurs Boehm ! Design Fax - 15/04/2019	62
Hager mise sur le design avec sa nouvelle gamme gallery Batiweb.com - 12/04/2019	64
Soeurs jumelles, elles sont associées dans une start-up de design LesEchos.fr - 05/04/2019	65
Stellina, télescope connecté et hybride par Ova Design et Vaonis journal-du-design.fr - 02/04/2019	67
Le RX20 de Still, coup de foudre au quai d'Orsay ! Galvano Organo - 01/04/2019	68
Un 'frenchy' à l'international Espace Public & Paysage - 01/04/2019	69

Optique E.Leclerc gagne en visibilité Pharmacien Manager - 01/04/2019	70
Safran : Les innovations Safran s'exposent sur Aircraft Interiors Expo à Hambourg Zonebourse.com - 01/04/2019	72
Le smart télescope Stellina collectionne les awards stuffmagazine.fr - 30/03/2019	74
Eklo Hotels ouvre une adresse à Bordeaux InfoTravel.fr - 25/03/2019	75
Saint-Etienne, terre de design pour les entreprises. Les Echos - 21/03/2019	77
Communiqué : Eklo Hotels : Le groupe prévoit une quarantaine d'hôtels d'ici 10 ans tendancehotellerie.fr - 15/03/2019	81
Le groupe Eklo Hotels prévoit une quarantaine d'hôtels d'ici 10 ans Businessimmo.com - 14/03/2019	83
Le marché de la cuisine équipée dispose d'un fort potentiel en France. ac-franchise.com - 07/03/2019	84
DISTINCTION STILL RX20 COUP DE FOUDRE AU QUAI D'ORSAY ! Froidnews - 01/03/2019	86
Groupe Arc L'innovation encore et toujours Mag'In France - 01/03/2019	87
PEUGEOT Sport & Style - L'Equipe - 01/03/2019	95
Récompense Le Journal du Palais - 25/02/2019	96
L'appareillage, déco, mais surtout techno Le Moniteur des artisans - 08/02/2019	97
D'inspiration africaine, la marque de baskets de ces Azuréens séduit la planète mode Nicematin.com - 04/02/2019	98
15 idées pour aménager l'espace sous l'escalier Maisonapart.com - 04/02/2019	100
DELISSEA infosvin.free.fr - 04/02/2019	103
Logistique LE RX20 DE STILL REÇOIT UN JANUS DE L'INDUSTRIE La Papeterie - 01/02/2019	104
Design. Quand Michel Buffet réinventait l'expérience du voyage La Vie du rail Magazine - 01/02/2019	105
La planche de bord du futur Neptune Yachting Moteur - 01/02/2019	107

LE SEA DRIVE CONCEPT RÉCOMPENSÉ Moteur Boat Magazine - 01/02/2019	108
LES JANUS 2018 Courir et Eram parmi les lauréats L'Essentiel de la chaussure - 01/02/2019	109
Epta France innove dans le meuble réfrigéré Presselib.com - 31/01/2019	110
Une histoire de bambou et de reconversion : la story de Déambulons borntobewild.io - 31/01/2019	111
Les échos de l'économie choletaise Le Courrier de l'Ouest Cholet - Cholet - 30/01/2019	113
Un Janus du design pour le chariot RX 20 de Still StrategiesLogistique.com - 28/01/2019	115
Sur SL : Un Janus du design pour le chariot RX 20 de Still https://t.co/p7miQP4gGS https://t.co/L0UCyPYAU7 stratlog - 28/01/2019	116
Un duo de tasses Lungo de Delissea pour la Saint-Valentin vinsetgastronomie.com - 23/01/2019	117
STILL décroche le prix du Janus de l'industrie transportissimo.com - 23/01/2019	120
Still récompensé pour son chariot RX20 Voxlog.fr - 21/01/2019	121
Sa tasse révolutionnaire sublime le café Lejournaldici.com - 20/01/2019	122
HOP! et l'agence Brandimage récompensées par le JANUS de la Marque MarketingNews.fr - 15/01/2019	123
5 objets pensés pour améliorer la maison Maisonapart.com - 14/01/2019	124
SWINCAR TUTOIE L'EXCELLENCE L'Echo Drome-Ardèche - 12/01/2019	125
68 / EQUIPEMENT/HABITAT : Barrisol innove dans la climatisation Flash Infos Economie Grand Est Bourgogne Franche-Comté - Grand Est Bourgogne Franche-Comté - 11/01/2019	126
Peugeot et Beneteau se retrouvent autour d'un concept La Concorde - 11/01/2019	127
Lunetterie. L'entreprise Vuillet-Véga de Morez primée pour une charnière de monture incassable actu.fr - 11/01/2019	128
L'entreprise Vuillet-Véga primée pour une charnière de monture incassable La Voix du Jura - 10/01/2019	130
92 / HIGH-TECH : myBrain Technologies distingué Flash Infos Economie Paris Ile-de-France Centre Val-deLoire - Paris Ile-de-France Centre Val-deLoire - 10/01/2019	131

Ces produits ont reçu le label Janus, référence du design Linternaute.com - 09/01/2019	132
Le Petit Casino remporte le label Janus du Commerce 2018 faresavoirfaire.com - 07/01/2019	133
Schmidt décroche le label d'excellence Janus de l'Industrie pour son concept d'aménagement Latitude toute-la-franchise.com - 06/01/2019	135
Design Quand Michel Buffet réinventait l'expérience du voyage La Vie du Rail - 04/01/2019	136
COUPS DE COEUR 2018 La Tribune Bulletin de la Cote d'azur - 04/01/2019	140
Schmidt reçoit le Janus de l'Industrie Franchise-Habitat.fr - 04/01/2019	141
3 informations startup à retenir ce 2 janvier 2019 Maddyness.com - 02/01/2019	142
Janus du service et du commerce pour Tarkett L'Agenceur Magazine - 01/01/2019	143
Janus 2018 : les revêtements à l'honneur Sols Murs Plafonds - 01/01/2019	144
Le nouveau kiosque de presse de Paris est primé Pap Argus - 01/01/2019	146
Magnisense décroche le label Janus de la Santé 201 8 Pharmaceutiques - 01/01/2019	147
• MOBOTIX Lauréat des Janus 2018 Smart Intégrations Mag - 01/01/2019	148
Un rebond sur des tendances porteuses RIA - 01/01/2019	149
Le Trophée Janus du design Outdoor Experts Hors Série - Hors Série - 01/01/2019	151
LA MONTURE SIGN 450 RÉCOMPENSÉE L'OL - 01/01/2019	152
Un produit innovant au défi de l'insuffisance cardiaque DeviceMed France - 01/01/2019	153
Schmidt : réception du Janus de l'industrie masterfranchise.fr - 29/12/2018	154
Janus du Commerce : Casino récompensé fidhebdo.fr - 25/12/2018	155
Schmidt reçoit le Janus de l'industrie pour son concept d'aménagement Latitude L'Officiel des cuisinistes - 24/12/2018	156

L'enseigne Schmidt reçoit une nouvelle distinction pour un concept d'aménagement innovant Observatoiredefracnise.fr - 21/12/2018	157
PRENEZ DE LA HAUTEUR AVEC Treppenmeister ! Maison & Tendances - 21/12/2018	158
En route vers le record du siècle, le mandat de la semaine, solidarité en cette fin d'année cfnewsimmo.net - 21/12/2018	159
Trois entreprises des Pays de la Loire primées aux Janus La Lettre API Numérique - 20/12/2018	162
Janus La Lettre Api - 20/12/2018	163
MyBrain Technologies doublement récompensé pour Melomind Industrie-mag.com - 19/12/2018	164
51 / BOULANGERIE INDUSTRIELLE/URBANISME COMMERCIAL : Délifrance et Frey distingués Flash Infos Economie Grand Est Bourgogne Franche-Comté - Grand Est Bourgogne Franche-Comté - 19/12/2018	165
Deux emballages/conditionnements récompensés à la 65 ^e édition des Janus emballagedigest.fr - 19/12/2018	166
Frey et Délifrance labellisés Janus L'Union Chalons en Champagne - Chalons en Champagne - 18/12/2018	167
Le vélo pliant néo-rétro de Peugeot récompensé Monsieurvintage.com - 18/12/2018	168
Mes belles startups, reines de Noël mondedesgrandesecoles.fr - 18/12/2018	169
Mobotix lauréat des Janus 2018 Habitat-technologies.com - 18/12/2018	172
Les Janus récompensent Courir, les Galeries Lafayette ou encore Eram fr.fashionnetwork.com - 18/12/2018	173
L'agriculture en bref L'Est Eclair - 18/12/2018	177
Prix Janus : découvrez les magasins les plus design de 2018 e-marketing.fr - 18/12/2018	178
Prix Janus : découvrez les magasins les plus design de 2018 ecommercemag.fr - 18/12/2018	179
Prix Janus : découvrez les magasins les plus design de 2018 decision-achats.fr - 18/12/2018	180
Frey et Délifrance labellisés Janus L'Ardennais - 18/12/2018	181
5 acteurs de la filière optique récompensés aux Janus 2018 Acuite.fr - 18/12/2018	182

Safran : Seats reçoit le label Janus de l'Institut Français du Design pour son siège de classe affaires le Skylounge Core. Zonebourse.com - 17/12/2018	184
Frey : distingué pour un centre commercial à Amiens Zonebourse.com - 17/12/2018	185
Après le trophée CNCC Worldreginfo.com - 17/12/2018	186
FREY : Distingué pour un centre commercial à Amiens Tradingsat.com - 17/12/2018	187
L'INSTITUT FRANCAIS DU DESIGN / JANUS 2018 DU SERVICE Source-A-ID.com - 17/12/2018	188
Mobilité : le vélo Peugeot eF01 lauréat du Janus de l'industrie Msn (France) - 17/12/2018	189
Délifrance (groupe Vivescia) et Frey remportent des Janus du commerce lunion.fr - 17/12/2018	190
Frey: distingué pour un centre commercial à Amiens Latribune.fr - 17/12/2018	191
Délifrance (groupe Vivescia) et Frey remportent des Janus du commerce lardennais.fr - 17/12/2018	192
Frey: distingué pour un centre commercial à Amiens Fortuneo.fr - 17/12/2018	193
Janus du commerce : frey primée pour son shopping promenade d'amiens EduBourse.com - 17/12/2018	194
Frey: distingué pour un centre commercial à Amiens Cerclefinance.com - 17/12/2018	195
Frey : distingué pour un centre commercial à Amiens Boursorama.com - 17/12/2018	196
Mobilité, Mobilité : le vélo Peugeot eF01 lauréat du Janus de l'industrie Autonews.fr - 17/12/2018	197
Frey : Distingué pour un centre commercial à Amiens alerteinvestissement.fr - 17/12/2018	198
Frey : Distingué pour un centre commercial à Amiens Abcbourse.com - 17/12/2018	199
RT @EssilorFrance: L'Institut Français du Design @IFDFRANCE nous a officiellement décerné un JANUS de la #santé pour Eye Protect System, l'innovation matériau qui filtre sélectivement la #lumièrebleue ! Pour en savoir plus : https://t.co/qbMXO2fTEO OL_Magazine - 17/12/2018	200
RT @DucheminRapha: Luminarc récompensée par le Prix Janus, c'est l'une des marques phares de @Arc_intl l'entreprise qui va bien merci dans La France qui bouge sur #Europe1	201

Europe 1 - 17/12/2018	
Luminarc récompensée par le Prix Janus, c'est l'une des marques phares de @Arc_intl l'entreprise qui va bien merci dans La France qui bouge sur #Europe1 Raphaëlle Duchemin - 17/12/2018	202
Grand Frais met le marché au goût du jour Challenges - 13/12/2018	203
Un produit innovant au défi de l'insuffisance cardiaque devicemed.fr - 11/12/2018	205
NON COTE Biotech Finances - 10/12/2018	207
75 / MEDTECH : Magnisense décroche un Janus Flash Infos Economie Paris Ile-de-France Centre Val-deLoire - Paris Ile-de-France Centre Val-deLoire - 07/12/2018	208
Michel Buffet, designer "artytique" Le Figaro - 07/12/2018	209
Sa tasse révolutionnaire sublime le café Le Journal d'Ici - 06/12/2018	215
Alexandre Bergodaa quitte le Congo pour implanter son magasin SoCoo'c à la Seyne-sur-Mer Observatoiredefracnchise.fr - 05/12/2018	216
15H Biotech express mardi : Anagenesis Biotechnologies, Magnisense, Carmat, Domain Therapeutics, iDD biotech eei-biotechfinances.com - 04/12/2018	217
Magnisense, lauréat du Label «Janus de la Santé» 2018 pour son dispositif MiAG® EduBourse.com - 04/12/2018	219
Magnisense, lauréat du Label « Janus de la Santé » 2018 pour son dispositif MiAG® dhmagazine.fr - 04/12/2018	221
Schmidt reçoit le Janus de l'Industrie Market Journal Edition jaune - Edition jaune - 01/12/2018	224
RENOUVELER L'EXPÉRIENCE EN MAGASIN L'Essentiel de l'Optique - 01/12/2018	225
Magnisense lève 5 M€ pour accélérer le développement commercial de ses tests de diagnostic d'urgence Spectra Biologie - 01/11/2018	227
JANUS 2019	228
6° Designers, Glotin La Lettre API Numérique - 30/04/2019	229
PIXMINDS décrypte les annonces et les dernières tendances du Salon VivaTech mtom-mag.com - 26/04/2019	230

Océwood remporte le Prix Janus 2019 archicree.com - 25/04/2019	231
Le BibRond d'Élhée : le biberon tout rond ! parents.fr - 22/04/2019	232
Océwood remporte le prix Janus pour ses produits écoresponsables Batiweb.com - 15/04/2019	233
Le Janus du Design récompense Le Pavé Parisien acpresse.fr - 12/04/2019	234
PIXMINDS Eco Savoie Mont-Blanc - 12/04/2019	235
Océwood, d'Océplast, remporte le prix Janus 2019 des Composants & Matériaux verreetprotections.com - 11/04/2019	236
Withings et Zoov primés par l'institut Français du design ITRgames.com - 21/03/2019	238
Zoov, un vélo électrique partagé malin diisign.com - 19/03/2019	239
Le produit Les Echos - 15/03/2019	240
Le service de vélos électriques partagés Zoov récompensé par l'Institut Français du Design https://t.co/zTPdG2U87U Olivier_Kauf - 14/03/2019	241
Le service de vélos électriques partagés Zoov récompensé par l'Institut Français du Design perelafouine.com - 14/03/2019	242



| INSTITUT FRANCAIS DU DESIGN



ÉVÉNEMENT

SOMMET DU DESIGN À PARIS : UNE ÉDITION ENRICHISSANTE

On nous annonçait « *trois jours pour changer le monde* » avec plus de 200 présentations de plus de 25 pays... En février, dans les espaces de la Défense, le Sommet du Design à Paris a tenu sa promesse, avec des échanges de grande qualité et le partage d'expériences pilotes sur la place du design dans les enjeux sociétaux et environnementaux actuels.

Et justement, sur ce point, soulignons qu'en pré-ouverture du Sommet, un atelier au VIA - encadré par le FCBA - détaillait les démarches en cours en France pour encadrer – pour le moment sur un principe volontariste – les entreprises à analyser leur cycle de production et à en informer le consommateur. Dans un second temps, les participants questionnaient en petits groupes le thème du « Mobilier durable, entre rationalité et émotion » sur le procédé du mapping d'idées. L'éco-organisme à but non lucratif Valdelia présentait, sur son stand, du mobilier fait avec des matières secondaires, réalisées dans un principe d'économie circulaire. Son président, **Arnaud Humbert-Droz**, expliquait : « *Nous sommes des agitateurs d'écosystème. Depuis plus de dix ans, nous travaillons sur la mise en place de cette seconde vie des produits. Notre métier est de faire en sorte que l'on entre dans cette économie circulaire. Il est important que les designers s'impliquent, il faut qu'ils soient au centre de cette économie.* »

Réflexions autour du métier de designer

Un autre volet de ce Sommet 2019 a consisté à mener des réflexions sur le métier et, plus largement, le rôle du designer, tout en gardant en fil conducteur les enjeux environnementaux...

« *La façon dont on parle du design aujourd'hui n'est pas la même qu'il y a dix ans et ne sera pas la même dans dix ans* », a rappelé **Alain Dufour**, directeur de l'événement. Et les formations en sont le reflet : le réseau international Cumulus – qui rassemble de nombreuses écoles de design – a signé les accords de Kyoto dès les années 1990. Dès lors, comment entrer dans le mouvement ? Comment utiliser les méthodes de design pour une démarche durable ? La Sustainable Design School a été cofondée il y a cinq ans à Nice par **Maurille Larivière**, qui la dirige toujours : « *Nous sommes davantage une école d'innovation qui utilise le design qu'une école de design. Dans le recrutement, on diversifie les cultures, les parcours, pour élargir les compétences et enrichir les méthodes créatives.* »

Le concept attire plus de quarante entreprises – et parmi elles de gros groupes – aujourd'hui partenaires pour des stages, des projets, voire des embauches. Elles sont aux aguets d'un nouveau positionnement, conscientes de ce que la démarche actuelle du design peut impliquer en matière

d'engagement, donc d'image. « *Notre enjeu, c'est de convaincre que le design n'est pas une étape d'un projet, mais doit être partout. La finalité est davantage l'usage que l'objet. Cela donne une autre résonance*, exprimait **Cécile Poujade**, directrice chargée du retail et de l'international chez Saguez & Partners. *Le design, c'est le fond et la forme. Il ne faut pas perdre de vue que la force du designer est sa créativité dans un monde d'uniformisation.* »

Tout en gardant, donc, en fil conducteur ces enjeux environnementaux, les conférences se rejoignaient sur le fait que le design a fortement évolué. Aujourd'hui, on travaille en mode collaboratif ; dans les projets, le marketing est embarqué comme l'utilisateur. Comme le disait **Clément Bataille** : « *Nous travaillons en "intelligence collective". Du design de produit, on est au design d'entreprise, on designe des business models, on travaille la transformation.* »

Dans le dernier atelier, **Anne-Marie Sargueil**, directrice de l'Institut Français du Design, résumait : « *Le design est dans la preuve : il tient les promesses de l'usage. La force des designers est de transposer des idées en éléments concrets. Il faut prendre l'environnement au sens large : leur rôle n'est pas de sauver la planète mais de répondre à des enjeux de société. En ce sens, le métier de designer sera un métier d'accompagnement du changement.* »



Dans les sélectionnés du FD100, Erwan et Ronan Bouroullec, « Nuage promenade », 2017 États-Unis. © Ronan et Erwan Bouroullec

Le vivant est un processus constant de destruction/reconstruction. L'individuel est voué à disparaître, mais le mouvement perdurera dans sa prolifération plus ou moins anarchique, plus ou moins imprévisible. La période de disruption que nous vivons en est une belle illustration. Il serait donc illusoire de vouloir définir ou cerner le design, alors qu'il est en pleine explosion créative. La force des designs est de s'adapter à de nombreuses problématiques, mais surtout de rester au plus près de leurs commanditaires. C'est un art « appliqué », par essence, chaque design doit coller à son écosystème.

Le design retail demande une attention particulière à la relation client et doit confronter ses idées à la réalité du commerce, des enseignes, des tendances et de l'acte d'achat. Faire connaître aux designers le marché du meuble et ses acteurs, leurs contraintes industrielles, devient un programme majeur de l'incubateur du VIA. Le ministère de l'Industrie a eu la bonne idée, il y a quarante ans, de lier le VIA aux fabricants de l'ameublement, par une contribution collective et leur présence en son conseil d'administration. Et si le design objet a longtemps été l'exercice majeur au VIA, force est de constater avec le FD100 que le design projet, volume, architecture d'intérieur prend toute son ampleur... et son rayonnement international, dans le même temps que l'activité contract devient une source de renouvellement pour l'ameublement.

D'autres modèles existent, comme R3iLab dans le design textile et mode. L'industrie et la distribution bénéficient de l'accompagnement et de la reconnaissance de l'APCI et de l'[Institut français du design](#). Souhaitons la prolifération de ces initiatives singulières. La multiplicité, la diversité, l'ouverture sont signes de bonne santé. Le monopole est de mauvais augure pour l'utilisateur comme pour le marché ou pour la création.

Accompagnons les designers, avec pragmatisme, des actions proches du terrain, des approches diversifiées, locales et sectorielles. Inventons les designs de demain : le VIA livre déjà sept scénarios des possibles, pensés avec Michel Maffesoli, Joël de Rosnay et Alain d'Iribarne, à déguster sur www.lefrenchdesign.org, section tendances.

Il n'y a pas un futur, il y a des futurs...
 Et c'est maintenant. /

Jean-Paul Bath
 Directeur général

 **French
 Design**
 by 

LE TEMPS DU DESIGN / PROSPECTIVES

Sommet du design à Paris

Le design, moteur du changement

Nathalie Degardin

On nous annonçait « trois jours pour changer le monde » avec plus de 200 présentations de plus de 25 pays. Si le public n'était pas aussi nombreux qu'espéré, sur le fond, le Sommet a tenu sa promesse avec des échanges de grande qualité et le partage d'expériences pilotes sur la place du design dans les enjeux sociétaux et environnementaux actuels.

Fin février, dans les espaces de la Défense, à Paris, un public éclectique arpenteait les allées du Sommet du design, entre les keynotes dans l'auditorium et les divers ateliers. Constituant une bonne partie de l'audience, les designers représentaient un beau panorama de la profession : en free-lance, en agence, intégrés dans des services dédiés des entreprises ou encore en études. On notait aussi des parcours extrêmement riches, à l'image de cette Portugaise, designer et anthropologue, qui, depuis peu en France, s'amusait du regard perplexe des Français sur son profil. À leurs côtés, architectes, urbanistes, chercheurs, associations professionnelles, groupements, coopératives, entreprises, écoles, dressaient un portrait intéressant de ces acteurs de l'intégration du design dans les enjeux de développement durable, aujourd'hui avant-gardistes, demain incontournables. Dans les ateliers, en petits groupes, l'installation du public autour de tables facilitait les contacts et les échanges de cartes. L'un des objectifs du Sommet étant de consolider et d'élargir un réseau international, le pari était donc tenu.

Antonio Gómez-Palacio, au sein de son agence, Dialog, a conçu « The Framework », une méthodologie qui aide les professionnels de la conception et du développement à comprendre l'impact des décisions de conception de leurs projets sur le bien-être de la communauté.



CROISER LES COMPÉTENCES

En ouverture de la manifestation, le directeur du Sommet, Alain Dufour, donnait le ton : « *Je ne suis pas un designer mais un design activist* », laissant vite la parole à l'architecte mexicain Antonio Gómez-Palacio, de Dialog, qui observait : « *Quand vous parlez de design à quelqu'un, il ne croit pas que c'est pour lui, mais si vous lui parlez de bien-être, il se sent concerné.* » Partageant ses expériences et ses outils pour interroger les espaces de socialisation, il notait avec confiance un changement de paradigme dans les mentalités, dans la construction des projets, pour, dès le départ, « *interroger la collectivité et son implantation dans son environnement, impliquer simultanément diverses disciplines dans les processus* ». Fondatrice de Digital for the Planet, Inès Leonarduzzi expliquait l'importance de « *théoriser l'écologie digitale pour optimiser le rapport homme/machine* » en rappelant que « *16 % de la consommation énergétique mondiale se fait dans les data centers, qui seront les plus gros consommateurs en 2050. La question n'est pas de faire moins de digital, mais de le faire mieux.* » Et de souligner le rôle des créatifs dans les changements en cours, l'importance de croiser les compétences : « *La technique a besoin d'imagination, il n'y a rien de pire que l'immobilisme.* »

ÉCOSYSTÈMES ET CYCLE DE PRODUITS

En pré-ouverture du Sommet, un atelier au VIA encadré par la FCBA détaillait les démarches en cours en France pour encadrer – pour le moment sur un principe volontariste – les entreprises à analyser leur cycle de production et à en informer le consommateur. Dans un second temps, les participants questionnaient en petits groupes le thème du « Mobilier durable, entre rationalité et émotion » sur le procédé du mapping d'idées. L'éco-organisme à but non lucratif Valdelia présentait sur son stand du mobilier fait avec des matières secondaires, réalisées dans un principe d'économie circulaire. Son président, Arnaud Humbert-Droz, expliquait : « *On est des agitateurs d'écosystème.* »



Depuis plus de dix ans, on travaille sur la mise en place de cette seconde vie des produits. Notre métier est de faire en sorte que l'on entre dans cette économie circulaire. Il est important que les designers s'impliquent, il faut qu'ils soient au centre de cette économie. » François Caspar, directeur de l'Alliance française des designers, insistait dans ses interventions sur le fait que « l'éthique et l'éco-conception, ce n'est pas contraignant, c'est un potentiel énorme qui ouvre le marché, cela le facilite ». Il rappelait également que ce sujet n'était pas une priorité nouvelle du métier, et que l'organisation professionnelle avait publié dès 2011 la « Charte des écodesigns ». Quand Béatrice Gisclard, chercheuse, rappelait à son tour que ces préoccupations étaient loin d'être nouvelles et que le premier à avoir abordé la notion d'éco-design était Victor Papanek (1923-1998) : « Le design, s'il veut assumer ses responsabilités écologiques et sociales, doit être révolutionnaire et radical. Il doit revendiquer pour lui le principe du moindre effort de la nature, faire le plus avec le moins. »

CHANGEMENT DE PARADIGME

Dans les débats, le leitmotiv était que les transformations sont déjà à l'œuvre et qu'il s'agit de comprendre comment le design participe à ces mutations. Designer chez Altran et Frog, Clément Bataille expliquait : « On est entré dans l'ère de l'expérience. On n'achète plus de vélo mais un service de mobilité. On développe des approches itératives, on va vite sur un proto qu'on fait évoluer. » Pour Béatrice Gisclard, « on est de plus en plus dans l'anthropologie de projets. Le designer n'est pas demiurge mais au cœur des préoccupations ; parfois, on lui demande de résoudre des problèmes qui le dépassent ». Dans le questionnement des pratiques, Pathum Bila-Deroussy, manager au sein du cabinet Tenzing Conseil, posait la question du management lié au design, notamment celui qui légitime, facilite, accompagne, en questionnant aussi son positionnement au sein de l'entreprise par rapport aux différents services et niveaux hiérarchiques.

LE MÉTIER DE DESIGNER

« La façon dont on parle du design aujourd'hui n'est pas la même qu'il y a dix ans et ne sera pas la même dans dix ans », rappelait Alain Dufour. Et les formations en sont le reflet : le réseau international Cumulus – qui rassemble de nombreuses écoles de design – a signé les accords de Kyoto dès les années 1990. Dès lors, comment entrer dans le mouvement ? Comment utiliser les méthodes de design pour une démarche durable ? La Sustainable Design School a été cofondée il y a cinq ans à Nice par Maurille Larivière, qui la dirige toujours : « On est plus une école d'innovation qui utilise le design qu'une école de design. Dans le recrutement, on diversifie les cultures, les parcours, pour élargir les compétences

...

CÉCILE PLANCHAIS ET LE DESIGN URBAIN

Designer, sculptrice, spécialisée dans le design lié à l'urbanisme et au paysage, Cécile Planchais est intervenue durant le Sommet du design sur le thème « Matières sensibles du paysage » : « La ville ou le paysage sont des lieux propices à l'interaction entre l'objet, l'utilisateur et l'environnement. Développer la perception du monde qui nous entoure incite à protéger des ressources fragilisées par nos modes



La fontaine O'Claire conçue par Cécile Planchais pour la Ville de Paris.
 © Cécile Planchais

de vie et de production. Intégrer l'eau, le son, la lumière naturelle, le parfum à mon approche de designer me permet de sensibiliser à la qualité de l'environnement, d'associer les sens à l'innovation de nouveaux matériaux issus du paysage, d'introduire et de développer de nouvelles pratiques. » Ci-dessous, réalisé en Inox, son banc Imiroir, connecté, comprend un système sonore immersif et conduit le son par la matière au corps de l'auditeur assis. Cette création a fait l'objet d'un brevet et de labels en 2017. En 2018, quatre installations ont été réalisées pour l'abbaye de Noirlac, la médiathèque André-Malraux de Strasbourg, le Salon du livre de Bruxelles et la Paris Design Week. Dans son travail de design urbain, Cécile Planchais a aussi imaginé les fontaines Loëlla pour Mobilum en dernière génération de béton fibré ultra-hautes performances, selon un process de fabrication semi-artisanal, respectueux de l'environnement. /



Le banc connecté Imiroir de Cécile Planchais.

© Cécile Planchais



...
 et enrichir les méthodes créatives. » Le concept attire plus de 40 entreprises – et parmi elles de gros groupes – aujourd’hui partenaires pour des stages, des projets, voire des embauches. Elles sont aux aguets d’un nouveau positionnement, conscientes de ce que la démarche actuelle du design peut impliquer en matière d’engagement, donc d’image.

« Notre enjeu, c’est de convaincre que le design n’est pas une étape d’un projet, mais doit être partout. La finalité est davantage l’usage que l’objet. Cela donne une autre résonance, exprimait Cécile Pujade, directrice chargée du retail et de l’international chez Saguez & Partners. Le design, c’est le fond et la forme. Il ne faut pas perdre de vue que la force du designer est sa créativité dans un monde d’uniformisation. »

Tout en gardant en fil conducteur ces enjeux environnementaux, les conférences se rejoignaient sur le fait que le design a fortement évolué. Aujourd’hui, on travaille en mode collaboratif ; dans les projets, le marketing est embarqué comme l’utilisateur. Comme le disait Clément Bataille : « On travaille en “intelligence collective”. Du design de produit, on est au design d’entreprise, on designe des business models, on travaille la transformation. »

“ La force des designers est de transposer des idées en éléments concrets. Il faut prendre l’environnement au sens large... ”

Anne-Marie Sargueil

Dans le dernier atelier, Anne-Marie Sargueil, directrice de l’Institut français du design, résumait : « Le design est dans la preuve : il tient les promesses de l’usage. La force des designers est de transposer des idées en éléments concrets. Il faut prendre l’environnement au sens large : leur rôle n’est pas de sauver la planète mais de répondre à des enjeux de société. En ce sens, le métier de designer sera un métier d’accompagnement du changement. » /

LE TRAVAIL DE LA MATIÈRE PAR HORS-STUDIO



Il y a deux ans, Élodie Michaud et Rebecca Fezard créaient Hors-Studio dans une démarche volontairement pluridisciplinaire : formé au design textile, le duo mène de nombreux projets qui associent habilement ce savoir-faire traditionnel à une vision prospective sur la recherche de nouveaux matériaux. Au Sommet, le studio intervenait notamment sur les projets de traitement de recyclage, de gestion de chutes, de déchets. Projets sur lesquels les deux designers travaillent autant dans une démarche de résidence au Certesens que lors de scénographies, à l’image des installations qu’elles ont créées l’automne dernier pour les Galeries Lafayette autour du « 7^e Continent », en



sublimant un broyé de plastique en une forme de dentelles. Dans la même logique, leur papier peint Écume (photo ci-contre) combine une impression numérique et un flochage innovant fait de poudre de Néoprène obtenue après avoir broyé des combinaisons de surf usagées.

Le studio participe à la Biennale de Saint-Étienne pour l’exposition « Les criminels de l’ornement » jusqu’au 19 avril. /



DESIGN

Belle cuvée 2018 pour les Janus

Janus est un label décerné depuis soixante-cinq ans par l'Institut français du design à une sélection de produits et de services qui privilégient le respect de l'utilisateur et de son environnement. L'IFD octroie ses récompenses dans treize catégories qui font se côtoyer sur le podium des choses aussi différentes qu'un chariot élévateur doté d'un dispositif médical, un vélo urbain, un supermarché, un produit cosmétique ou une chaussette de ski. Avec pour point commun leur aptitude à « *mettre l'art et la technique au service de la beauté utile* », selon les mots du créateur de l'IFD, le designer Jacques Viénot. De la cuvée 2018 dont le palmarès a été rendu public en décembre dernier, on



retient certaines créations directement liées à l'univers déco. Comme la lampe Butterfly née de la collaboration de la styliste Chantal Thomass avec Barisol, entreprise leader des plafonds tendus. Cette magistrale suspension lumineuse est munie de deux ailes inclinables qui diffusent un éclairage doux et économe. La tasse Delissea, elle, superbe avec son effet tourbillon, est dotée d'une forme qui supprime l'amertume du café. La marque Tarkett de revêtements de sol est de son côté récompensée pour la mise en place d'un guide destiné à identifier les pouvoirs de la couleur sur l'environnement des enfants. Réduire l'anxiété à l'hôpital, créer un univers rassurant à la maison, promouvoir l'apprentissage à l'école, tels sont les horizons que nous ouvrent cet outil.



La transition énergétique : la 3^{ème} révolution industrielle

Verre-menuiserie.com 07/03/2016 0



Au-delà des débats qui font rage autour de la question énergétique, même si le sujet n'est pas neuf, une nouvelle ère semble propulser le secteur du bâtiment au centre d'objectifs majeurs et tangibles, relancés sur les rails de la dernière COP 21.

Mais si elle s'annonce énergétique, cette nouvelle quête d'un habitat vertueux et performant est tout autant économique, comportementale et sociétale, dans une vision systémique où s'impliquent de multiples acteurs et compétences transverses.

Industriels du verre et de la menuiserie, fédérations, architectes, chercheurs..., tous se sont emparés des enjeux liés à la mutation de l'habitat résidentiel et tertiaire depuis de nombreuses années déjà, et placent au coeur de leurs actions, la réflexion et le recul nécessaire pour valoriser l'innovation dans un avenir durable, désirable et soutenable.



La transition énergétique : une nouvelle ère annoncée pour l'habitat durable ©AGC Glass Europe
"Qu'est-ce que la transition énergétique exactement ? "

Concept né en Allemagne et en Autriche dans les années 80 via l'Öko-Institut, le terme de transition énergétique a été repris en France en 2009. Promulguée le 17 août 2015, la loi transition énergétique pour la croissance verte fixe donc les grands objectifs du nouveau modèle énergétique français. Passage d'un système énergivore vers une approche écologique assumée et fondée sur des ressources renouvelables pour la quasi-totalité des activités humaines (transports, industries, construction, éclairage, chauffage...), la transition énergétique bouleverse les anciens schémas et inscrit de nouveaux paradigmes de pensée et d'actions en faveur de la maîtrise de nos impacts.

"Et concrètement... " On le sait, plus de 40 % des émissions de CO2 proviennent du bâtiment. Réduction de gaz à effet de serre de 40 % à l'horizon 2030, divisée par quatre en 2050, entre autres dispositifs louables à défaut d'être tous atteints, le texte met l'accent sur la rénovation thermique de bâtiments HQE, avec notamment 500 000 rénovations lourdes d'ici 2017. Fonds de garanti, instauration de bonus-malus pour inciter les propriétaires à réaliser des travaux d'écoénergies, crédit d'impôt renouvelé en 2016, carnet numérique de suivi et entretien des bâtiments, utilisation de matériaux biosourcés... parmi cette liste exhaustive, la loi précise par ailleurs que l'ensemble du parc immobilier français se doit d'être rénové en fonction des critères BBC ou assimilés à l'horizon 2050. "Sur le terrain, des industriels mobilisés... "



Bouyer Leroux utilise 60 % d'énergie renouvelable (biomasse et biogaz) ; ici sa production de biogaz ©Bouyer-Leroux

CÔTÉ MATÉRIAUX

Dans le cadre de l'utilisation de matériaux biosourcés, le groupe Bouyer Leroux se pose en modèle sur son site de La Séguinière (49), " un enjeu fort pour lequel nous avons franchi une nouvelle étape " souligne Roland Besnard, Pdg du groupe. " Dans une stratégie de développement durable depuis 30 ans, nous diversifions notre biomasse et développons notre mix énergétique avec d'importants investissements pour l'optimisation de la qualité.

Notre mobilisation se situe à deux niveaux : en termes d'amélioration continue dans la maîtrise de notre process énergétique et en tant que société coopérative, vis-à-vis de notre responsabilisation collaborative " poursuit Roland Besnard. " Nous avons l'impérieux devoir d'acheter et restituer ces ressources aux collectivités et terres agricoles. Nous réintégrons nos déchets industriels et limitons la mise en décharge ".

Reconnu pour la qualité et l'originalité de son offre de solutions destinées aux bâtiments éco-performants, la part de combustible de substitution utilisé par Bouyer Leroux - biomasse et biogaz - est constituée en grande partie par le recyclage de ressources locales, et représente aujourd'hui plus de 60 % de sa consommation totale d'énergies renouvelables. Anticipant les

réglementations, le fabricant répond ainsi aux exigences de développement durable à travers la gestion de ses ressources et la conception et fabrication de ses produits, objet d'évaluations FDES (Fiches de Déclaration Environnementale et Sanitaire).

POUR EXEMPLES

" Au-delà de la COP 21 qui n'est pas exclusive, il y a la volonté d'aboutir à des résultats qui engagent toute la filière du bâtiment " enchaîne Jacques Llados, Directeur général de Schüco France. " Cette injonction au réchauffement climatique se transforme en une formidable opportunité pour nos industries. Face aux millions de logements en déperdition énergétique en France, Schüco travaille en R&D sur cette question pour des bâtiments à énergie positive, où nous engageons par ailleurs de nouveaux systèmes "green", à base de canne à sucre et huile de ricin ".



Jacques Llados, Directeur général Schüco France, s'engage sur les bâtiments à énergie positive et une importante coopération sociétale ; en arrière plan, le système paramétrique Schüco ouvre une nouvelle ère de liberté architecturale complexe ©V&MA
Côté warm edge, les solutions développées sur différents matériaux par TGI au sein de son

Technoform Competence Center se sont déjà démarquées par des intercalaires en polymère biosourcé. En avance sur ce terrain, le Dirigeant de TGI France (groupe Technoform), Amaury Ramet, relève l'accueil de plus en plus favorable vis-à-vis de ses intercalaires fabriqués avec des matières naturelles : " nos intercalaires bio s'inscrivent dans cette même performance destinée à l'amélioration thermique d'un vitrage et à l'impact environnemental le plus faible possible ". Le domolab de Saint-Gobain symbolise les technologies du bâtiment et ses matériaux " dans un raisonnement global de recherche et de performances d'un habitat durable et contribue à la mise en commun d'une expertise touchant les multiples applications et modularités (thermique, visuel, sécurité, accessibilité, esthétique, acoustique...) d'un habitat durable " explique Nelly Philipponnat, Directrice bâtiments durables Habitat France Saint-Gobain ; " nous participons à une véritable philosophie et ligne de conduite intégrant tous les paramètres pour une évolution vertueuse et novatrice de l'habitat en France ".

"Une chaîne de valeurs "

Pour Cekal, organisme certificateur depuis 1989 et fédérateur de la profession, " prime le souci de concret et de réalité du terrain, tout en amenant les informations auprès des adhérents et des réponses à leurs attentes ", témoigne Nelly Philipponnat, Vice-Présidente Cekal.

" Il s'agit de l'implication au quotidien de toute une chaîne de compétences au fonctionnement collégial, permettant aux utilisateurs de vitrage de certifier la qualité et la performance de leurs produits, du composant jusqu'au process de fabrication. Nous ne pouvons pas parler de qualité environnementale si l'utilisateur ne reçoit pas un signal fort en termes de repères et contraintes de marquage et de traçabilité " légitime Nelly Philipponnat. " Faire le choix de la pérennité demande une vigilance toujours plus accrue, en France et au niveau européen, et pose la question de l'évolution avec tous les acteurs concernés ".



Les intercalaires bio TGI anticipent les mutations énergétiques ©TGI

Engagé pour le climat lors de la COP21 aux côtés de **L'InstitutFrançaisduDesign** - qui lui a décerné au passage, le prix du design et la mention Eco Design pour Extens'K, concept innovant de valorisation du patrimoine immobilier et de l'optimisation énergétique - " Kawneer apporte des solutions complètes d'énergie et d'autonomie, et des réponses effectives à l'amélioration du confort et l'embellissement de l'espace de vie ", indique Bertrand Lafaye, Responsable marketing communication Sud Europe de Kawneer.

" Travailler la performance énergétique entre dans une logique de confort et d'économie " et soutient des solutions industrielles dans la nouvelle dimension culturelle de cette croisade écologique. " La démarche fait adhérer le client final à cette notion " soulève Jacques Llados. Et c'est un des grands points de cette thématique, car pour la première fois, elle oriente une politique de l'offre et non plus de la demande. " Tout part du cheminement du produit et de son amélioration " rebondit Olivier Vincent, Directeur général Technal.



Valérie Vandermeulen, Directrice marketing et communication d'AGC France, défend le cercle vertueux des produits AGC et de ses services ©AGC France

" L'efficacité énergétique passe par la défense des chaînes de valeur d'un véritable écosystème (de la conception à la prescription et la chaîne de fabrication jusqu'aux réseaux), et la gestion technique des bâtiments combinée à des solutions globales (ventilation, protection solaire...) ". De nouveaux enjeux entrepris par le SNFA (Syndicat national de la construction des Fenêtres-façades et Activités associées) et suivis de très près par Profils Systèmes. " Au-delà des effets d'annonce, il y a de nouvelles directions à prendre, de nouveaux consensus à adopter, l'appui de supports comme les FDES, mais beaucoup reste à faire " note Aymeric Reinert, Directeur général adjoint Profils Systèmes.

Le gammiste poursuit les avancées mesurables et chiffrables et anticipe de nouveaux matériaux et innovation avec son service R&D, où " l'interaction avec différents acteurs donne de nouvelles orientations ". Tirer vers le haut l'ensemble de la chaîne donc, avec le partage de savoir-faire, mais " lorsque nous parlons d'efficacité énergétique, il ne faut pas oublier que le maître mot est l'économie " relève Olivier Vincent, " dans tous les sens du terme : financier, performance et maîtrise de la rentabilité pour être durable ". Une économie volontariste qui tend à rejoindre l'économie circulaire.



Nelly Philipponnat, Directrice bâtiments durables Habitat France Saint-Gobain ©Nelly Philipponnat

"Verre une nouvelle économie "

Circulaire, le terme tourne en boucle depuis plusieurs années déjà, mais concède à l'ambition vertueuse affichée, le manque d'audace générale en la matière. Pourtant, le cycle de vie d'un produit s'associe à un cercle vertueux non plus linéaire, mais s'attache à la réutilisation des matériaux, de l'eau, de l'énergie... et à de nouvelles implications entre fournisseur et fabricant.

L'énergie positive des bâtiments rejoint cette approche avec un habitat producteur de sa propre énergie. Labellisé cradle to cradle pour ses gammes de verres décoratifs Lacobel notamment, le

verre AGC s'inscrit dans ce schéma global de conception et recyclage unifiés. " Ce label induit une orientation très importante en termes de qualité environnementale du produit, mais aussi vis-à-vis d'un transport respectueux " spécifie Valérie Vandermeulen, Directrice marketing et communication d'AGC France. " Nos centres logistiques de proximité impliquent directement cette gestion des kilomètres tout autant que celle d'un service optimisé ".



Le nouveau bâtiment de la Confiserie du Roy René, temple du calisson d'Aix entièrement recomposé par l'architecte marseillais Christophe Gulizzi, se réinvente en usine responsable avec panneaux photovoltaïques, traitement biologique des eaux usées, et tire profit de sa notoriété en développant le tourisme industriel avec un objectif de 100 000 visiteurs annuels en 2017, source de nouvelle économie ; un investissement de 14 MEuro(s) avec les solutions Profils Systèmes pour des profilés qui se fondent dans le graphisme contemporain de l'édifice ©Christophe Gulizzi Riou Glass s'identifie dans ce même approvisionnement de proximité avec ses différentes usines régionales en France : " il faut faire coexister ce nouveau paradigme à travers une économie nouvelle et une autre approche des risques " analyse Sébastien Joly, Responsable marketing Riou Glass. Aux côtés de la gestion énergétique, acoustique, lumineuse et solaire du verre, et sa très haute technologie, Sébastien Joly soulève la problématique du recyclage, " le grand enjeu de la filière, moins en avance que le recyclage des menuiseries aluminium et PVC, mieux maîtrisé ". La FFPV s'engage sur cette voie en 2016 : " l'Europe sollicite 70 % du recyclage dans le BTP, nous n'en sommes qu'à 5 % actuellement " déplore Benoît Leclercq, Président de la FFPV. " Depuis 1 an, nous recherchons les solutions techniques pour le recyclage du verre sur la base de l'exemple néerlandais (Flat Glass Recycling Nederland), opérationnel depuis 2002, permettant de récupérer le verre trempé et armé ! Ce projet pilote est mené en commun avec la FFB et le pôle fenêtres. Cette enquête lancée sur tout ce qui existe en matière de recyclage du verre, est notamment soutenue par l'Ademe en tant que projet original ".



(de g.à dr.) Christophe Gulizzi, Architecte et Aymeric Reinert, Directeur adjoint Profils Systèmes ©V&MA

De l'extraction de la matière première à la vie du bâtiment jusqu'à sa démolition, " la question se pose de la gestion du vitrage dans l'économie circulaire et la construction durable, complexe pour le diffus " note Julie Petit, Responsable Habitat Durable, " et de comprendre tous les labels

internationaux qui peuvent se télescoper mais qui tirent le bâtiment par le haut ; un levier de bien-être, de productivité et d'économie énergétique ". " Avec l'économie circulaire, nous créons la richesse de l'intérieur " résume Valérie Vandermeulen... un pas direct vers la démarche sociétale !

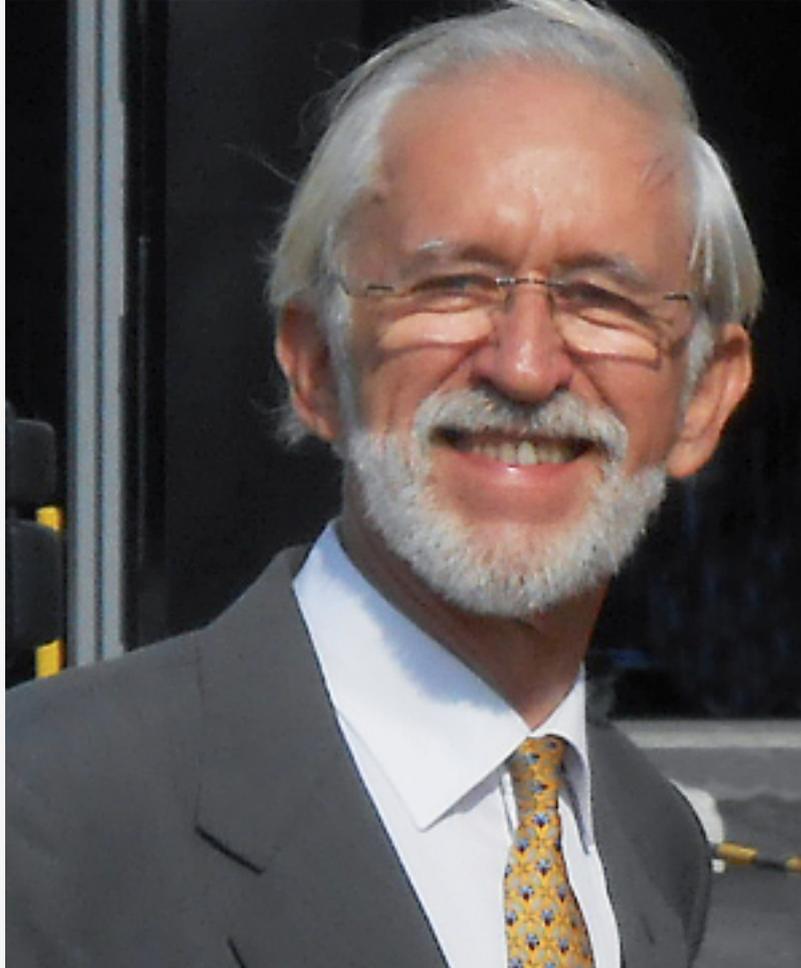
"La dimension sociétale, productrice de nouvelles énergies positives "

Encore éludée ou édulcorée, la démarche sociétale convoque l'alter gestion des ressources humaines et parie sur l'épanouissement des talents et du bonheur au travail pour gagner à la fois en innovation et un meilleur rapport économique.



Julie Petit, Responsable Habitat durable Saint-Gobain ©Saint-Gobain Habitat
Performance responsable, management durable, collaborateurs acteurs de leur développement personnel et de celui de l'entreprise, Cadiou Industrie s'est largement engagé en RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise), que sa dirigeante Emmanuelle Legault-Cadiou a entraîné dans une démarche exceptionnelle, récompensée par de nombreux trophées. " Il faut avant tout être convaincu de la démarche " reconnaît Emmanuelle Legault-Cadiou.
A cet égard, le lancement de l'opération Cadiou Vision 2020 illustre la profondeur de cette approche stratégique globale de l'ETI bretonne, qui a pour vocation de s'inscrire rapidement dans une démarche d'économie circulaire avec la labellisation C2C (cradle to cradle). " Nous souhaitons agir davantage au niveau du recyclage et de la récupération auprès de nos artisans " annonce Emmanuel Legault-Cadiou. " A l'occasion du prochain Equipbaie, nous présenterons une nouvelle solution totalement inédite, en cohérence avec l'intégration de nos produits dans nos axes

de développement durable ".



Benoît Leclercq, Président de la FFPV ©FFPV

Sensible à un environnement privilégié avec vue sur la baie de Douarnenez, Cadiou se fonde dans ce paysage remarquable, avec la mise en oeuvre au printemps prochain de sa façade végétalisée et l'installation de panneaux solaires autonomes pour éclairer les coursives de son nouveau siège social. " Porter un autre regard sur l'entreprise, sous un autre angle ", Emmanuelle Legault-Cadiou se donne pour mission la recherche de nouveaux vecteurs de progrès avec conviction et audace. " En tant qu'entrepreneur, nous pouvons aborder le développement autrement que par la pression des chiffres et une approche moins anxieuse " défend Emmanuelle Legault-Cadiou.

Modèle écopatient

la transition énergétique se lit comme un amortisseur social et une résistance à l'emploi. " Bouyer-Leroux a vocation d'assumer la pérennité de l'emploi et faire les bons choix " stipule Roland Besnard, " notre statut de SCOP (Société Coopérative et Participative) depuis plus de 30 ans, amène l'ensemble des salariés de l'entreprise à associer leurs talents et leurs compétences pour en assurer le développement pérenne, en se fondant sur des valeurs fortes d'engagement, de solidarité et de respect pour proposer le meilleur ".



La démarche REVALO consiste au recyclage complet des fenêtres en fin de vie menée en partenariat par 4 grands noms du monde du bâtiment et du recyclage (AGC Glass Europe, GTM Bâtiment, VEKA Recyclage, VEOLIA Propreté) ©AGC Glass Europe

Une détermination prise par les collaborateurs de Cadiou, participants volontaires pour les premiers Trophées Cadiou du Développement Durable dans l'une des 3 catégories (énergie, initiative environnementale et éco-conception), présentés en décembre devant un jury d'experts extérieurs à la société ; avec à la clé récompense financière de l'équipe gagnante et mise en oeuvre de leur initiative.

" La qualité et l'analyse pour certains de l'amélioration de leurs outils et poste de travail, sont une formidable reconnaissance d'un regard ouvert à une autre gestion du capital humain dans l'entreprise ", retient Emmanuelle Legault-Cadiou. Une vision partagée par Jacques Lladaos, Directeur général de Schüco, pour lequel " la nécessité de modifier nos comportements rend compte des informations données par les experts à la portée de tous. Je crois beaucoup à l'intelligence collective au niveau de la filière et du savoir partagé.



Cadiou Industrie, la façade végétalisée de son nouveau bâtiment se fondera avec la vue imprenable sur la baie de Douarnenez ©Cadiou Industrie

Cette année, j'engage Schüco à rejoindre le Club de l'amélioration de l'habitat avec l'ANA (Agence Nationale de l'Habitat) dans la lutte pour la précarité énergétique. En cohérence avec des groupes de travail, cette offre solidaire apporte une nouvelle légitimité et un nouvel enthousiasme à notre équipe ". Un management collaboratif, réjouissant et pragmatique, nerf de la réussite pour Jacques Llados, catalyseur transposé aux clients, prescripteurs et partenaires, au coeur de la transition énergétique.

"La transition numérique "

Autre sujet prioritaire, dans les 2 ans à venir, l'intégration du digital avec la prise en compte du BIM et l'assimilation des évolutions techniques, la recherche de l'optimisation avec les autres éléments constitutifs du bâtiment ; " une importante valeur ajoutée " exprime Roland Besnard, un sujet pris à bras le corps par Jacques Llados depuis son arrivée fin 2015 chez Schüco.



Emmanuelle Legault-Cadiou, une dirigeante empathique à l'écoute active, où la sensibilité et l'intuition féminine s'exprime dans un management sociétal alternatif ©Cadiou Industrie
" La transition énergétique digitale offre une formidable opportunité pour accompagner les professionnels et les particuliers dans cette nouvelle voie numérique. Nous souhaitons exceller dans ce domaine avec notre logiciel de cotation de produits et data center. Une cotation pertinente permet une réduction des matières premières et garantit la qualité attendue ".
Véritable levier d'accélération pour la performance collaborative entre professionnels, d'aide à la

décision pour la performance thermique des bâtiments et la réduction des déchets de fabrication dans les ateliers, la transition énergétique est aussi celle du numérique...

Et de la domotique

Parallèlement, la domotique vient se greffer au mouvement, motorisation et écosystème largement maîtrisés par Somfy et Delta Dore, acteurs majeurs de cette 3ème révolution industrielle. Même si le chemin reste encore long à parcourir pour une domotique toujours insuffisamment opérationnelle à grande échelle.

"Comment améliorer les maillons de la chaîne ? "

Du point de vue du chercheur et économiste, Jean-René Brunetière, (intervenant à la conférence Cekal à Batimat 2015), " tout le monde joue son rôle, économique, financier, politique, industriel, mais quant à l'exemplarité des pratiques, tout n'est pas aussi clair et simple. Entre la rationalité financière, les économies d'énergie et l'efficacité, reste la partie comportementale et un véritable travail de sensibilisation à renforcer vis-à-vis des utilisateurs ".



Jean-René Brunetière, Professeur à l'ESCP Europe et chercheur ; construire 500 000 logements par an, conformément à l'objectif que s'était fixé le gouvernement en 2013, permettrait de créer plus de 160 000 emplois annuels selon l'Insee, mais la sensibilisation et communication, 4ème pilier du développement durable, s'impose ©JR Brunetière

Ne pas tout attendre de la technologie, adopter les bonnes pratiques au quotidien (ne plus ouvrir une fenêtre parce qu'il fait trop chaud sans pour autant baisser le chauffage par exemple) " autant les industriels réagissent face à la consommation de carbone, autant l'usager est en décalage selon nos observations, mais le marché reste colossal et je fonde beaucoup d'espoir sur la professionnalisation de nouveaux métiers liés à cette transition énergétique, sur de nouvelles techniques et de nombreux nouveaux emplois qualifiés à terme " observe Jean-René Brunetière. Mais la capacité aux hommes de trouver des solutions, la confiance en l'initiative libérée, énoncée lors du dernier congrès Somfy par Isaac Getz, coauteur de "Liberté & Cie", professeur à l'ESCP

Europe et chercheur, dont les idées interpellent les dirigeants, laisse augurer la transition énergétique comme une chance à vivre, convoquant le bien-être, l'intelligence solidaire, une formidable créativité, et au final, de nouvelles raisons de croire en un avenir soutenable.

.



[LE DOSSIER PAR ANNE-SOPHIE CROUZET & JULIETTE SABATIER]

ANNE-MARIE SARGUEIL,

PRÉSIDENTE DE L'INSTITUT FRANÇAIS DU DESIGN

Chaque année depuis 65 ans, **l'Institut français du design délivre les labels Janus** à des produits pensés dès leur conception pour apporter un bénéfice réel à l'utilisateur. Ils se déclinent désormais en de nombreuses thématiques dont les **Janus** de la santé, de la cité, du commerce, du service, de l'espace de vie etc.

Des aides auditives ont déjà figuré au palmarès des **Janus**...

Gn Hearing a reçu le label en 1996 (GN Danavox, à l'époque) et 2014. Dès le milieu des années 1990, ce fabricant avait pris conscience que pour se démarquer de la concurrence, il fallait investir dans le design et pas nécessairement mettre en avant le prix ; il avait travaillé avec Bang et Olufsen.

Quelles tendances observez-vous dans notre secteur ?

Dans la conception, deux voies sont possibles. Soit on part du principe qu'on ne va pas cacher la perte auditive, qui est de plus en plus fréquente. C'est la démarche de jeunes designers comme ceux récompensés récemment pour leurs bijoux d'aides auditives (*H(earring) a remporté le prix de l'accessoire Swarovski au festival international de la mode, de la photo et de l'accessoire de Hyères, nldr*). Soit on mise sur la miniaturisation à outrance, sur la disparition de l'appareil. C'est plutôt le chemin qui est emprunté actuellement. Par ailleurs, les évolutions technologiques ouvrent le champ des possibles, de la santé à l'art de vivre en passant par l'homme augmenté.

Le marché de l'audition est-il toujours très différent de l'optique ?

Oui, les lunettes sont un accessoire de mode tandis que les aides auditives sont dans l'univers médical. D'ailleurs, il y a quelques années, une enseigne d'audition nous a présenté un concept de boutique dans la catégorie Commerce et le jury l'a refusé car il n'offrait pas une intimité suffisante aux patients pour faire les essais.

Dans quelle mesure le design contribue-t-il à l'acceptation ?

Tout l'enjeu est de trouver un équilibre entre la fonction de l'objet et son apparence, afin de favoriser l'appropriation puis l'observance. Il n'y a que le design qui puisse faire cela ! Concernant les aides auditives, le premier rendez-vous chez un audioprothésiste doit naturellement se concentrer sur les questions techniques. Mais par la suite, il faut que

le professionnel prenne en compte la façon dont les gens se comportent, leur style de vie, l'effet produit quand l'appareil est sur leur oreille : ce mélange d'ergonomie et d'esthétique. Le ressenti de la personne, la façon dont elle se perçoit une fois appareillée font partie du confort. Tous ces facteurs sont importants pour que l'aide auditive ne reste pas dans un tiroir.

Le design des dispositifs médicaux a-t-il de l'avenir ?

Tout ce qui concerne la santé intéresse énormément les étudiants dans les écoles de design. Ils travaillent beaucoup sur les notions d'appropriation et de non-discrimination. Plus généralement, des créateurs veulent changer le regard sur le handicap. Le jury des **Janus** a, par exemple, attribué en décembre dernier le label à des parures pour prothèses orthopédiques (The Cover Studio). Quand on change le regard des autres sur le handicap, on crée une dynamique, on change de regard sur soi-même. ■



Les aides auditives ReSound LiNX, première génération d'appareils connectés made for iPhone, ont reçu en 2014 un **Janus** "design intégré". Le jury avait alors salué la possibilité de régler le volume via l'appli ReSound Smart et de recevoir les appels directement, apportant ainsi « un confort d'écoute et une discrétion nouvelle ».

« Les patients jugent beau un appareil qui ne se voit pas, mais ils admettent qu'un Ric pile 10 est plus discret qu'un CIC par exemple. S'ils ont choisi un intra, lors d'un renouvellement ultérieur ils demanderont d'eux-mêmes un mini-contour ou un Ric. »

« L'efficacité étant un critère important, s'il faut un appareil moins discret par rapport à leur perte auditive, les patients abandonneront en premier lieu la discrétion. »

« Ils veulent celui qui est le plus petit et c'est forcément pour eux le plus beau. »

« Le confort et la performance priment de manière générale. »

« Les patients sont de plus en plus attachés à l'image qu'ils se renvoient à eux-mêmes. Une aide auditive stylée les valorise et les conforte dans le choix de se faire appareiller. »

« La fonctionnalité prime, à mon avis. »

« J'évite de mettre en vitrine des modèles factices. L'ergonomie d'un modèle sur le pavillon permet au patient de constater de visu la réelle discrétion. Cela prime sur la recherche à tout prix de l'esthétique. »

« Il ne faut pas que cela se voie, point. »

AU-DELÀ DE LA DISCRÉTION, VOS PATIENTS SONT-ILS SENSIBLES À L'ESTHÉTIQUE DES APPAREILS ?

« La taille reste le choix prépondérant. Mais si la taille d'un appareil leur convient (par exemple un Ric 312), nombreux sont ceux qui vont privilégier le style plutôt que de partir sur le plus petit modèle. »

« La discrétion et la taille restent le plus important. »

« Citation de patients : "Finalement, c'est pas plus mal que le petit dans l'oreille". »

« Le design est important mais l'esthétique l'est encore plus. »

« C'est très rare, mais il arrive que l'on fasse passer cela pour un bijou... »

« Par rapport aux AirPods d'Apple les aides auditives ont une guerre de retard et pas seulement sur le plan esthétique ! »

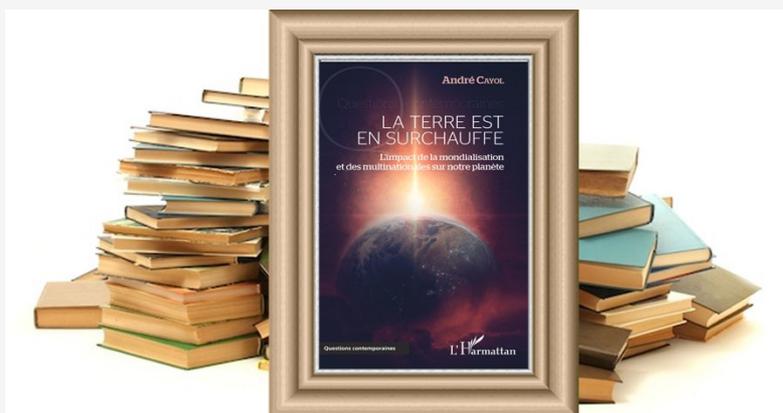
« Les patients recherchent avant tout la discrétion, la beauté de l'aide auditive est un plus. »

« Le choix de l'esthétique est directement lié à la taille. Certains patients vont préférer un appareil plus petit. Après le choix d'un design, dans certains cas, peut être déterminant dans des formes d'oreilles particulières (collées ou décollées...). »

« Ils veulent une aide auditive la plus petite possible et belle ensuite. »



LA TERRE EST EN SURCHAUFFE - André Cayol



L'impact de la mondialisation et des multinationales sur notre planète

L'homme est en train de changer le climat. Les peuples se sentent abandonnés par leurs gouvernants. Depuis la création de l'OMC, les tenants de la mondialisation ont retiré les pouvoirs dévolus aux Etats pour les confier aux multinationales. Mais le monde doit impérativement changer. Il faut fédérer les Etats, appliquer un droit international, rechercher et punir les coupables d'écodides. Ce livre expose les causes et actions possibles pour les entreprises, les politiciens, les citoyens, dans le monde et la vie quotidienne, mais aussi avec des projets de grande envergure. Il s'agit de préserver la planète pour nos enfants. L'urgence est vitale !

André Cayol est ingénieur. Il a travaillé dix ans dans l'industrie puis a exercé comme enseignant-chercheur à l'Université de technologie de Compiègne (UTC). Ses recherches portent sur le design et l'innovation. Aujourd'hui, il est jury du label de Design décerné par **l'Institut français du Design** (IFD) et publie des articles sur l'industrie, la France et la terre dans la revue web Up Magazine.

Editeur : L'Harmattan

Nbres de pages : 222 pages

Prix : 22,50 euros



La Terre est en surchauffe



Dans le même temps, les peuples se sentent abandonnés par leurs gouvernants qui ne peuvent plus agir car ils ne contrôlent plus rien. Depuis la création de l'OMC, les tenants de la mondialisation ont ainsi retiré les pouvoirs dévolus aux Etats pour les confier aux multinationales. Elles peuvent désormais transférer les produits et l'argent librement et choisir dans le monde les meilleurs pays pour fabriquer, les meilleurs pays pour vendre et les meilleurs pays pour déclarer leurs bénéfices. Pour bien expliquer ces changements, l'auteur analyse les événements qu'il a le plus souvent vécus et dont l'enchaînement a créé ce grand risque. Le monde doit impérativement changer de cap. Pour ce faire, il faut fédérer tous les Etats, appliquer un droit international, rechercher et punir dans tous les pays les coupables d'écocides. Ce livre expose les causes et actions possibles pour les entreprises, les politiciens, les citoyens, dans le monde et la vie quotidienne, mais aussi en engageant des projets de plus grande envergure. Il s'agit de préserver la planète pour nos enfants. L'urgence est vitale ! "La France a changé. On ne pollue plus, mais on ne fabrique plus grand-chose et on importe beaucoup. Pour équilibrer la balance commerciale, en déficit depuis 2004, on vend nos "bijoux de famille" français, nos bâtiments ministériels, nos casernes, nos aéroports, ... Les scientifiques du GIEC nous promettent une catastrophe climatique, mais beaucoup n'y croient pas, la pollution est abstraite tant qu'on ne la sent pas, tant qu'on voit le soleil, on n'y croit pas ... L'homme accepte les changements contraignants lorsqu'il a les sens en éveil et le dos au mur ! [...] Comment avons-nous construit un monde aussi aberrant ? Comment a-t-on atteint en France un nombre aussi important de chômeurs ? Quels sont les dysfonctionnements français et mondiaux qui ont amené à cette désindustrialisation de nos pays et à cette pollution grandissante ? Edgar Morin nous incite à penser global, à prendre en compte la complexité, et à chercher des liens entre tous les éléments. Lorsqu'on tire un fil dans ce monde complexe, on s'aperçoit que tout est lié et que, si nous ne faisons rien, le genre humain court à sa perte ... Dans cet ouvrage, André Cayol tente de tirer les quelques fils et de donner un éclairage nouveau à certaines situations désastreuses en France et dans le monde, pour comprendre comment on en est arrivé là." André Cayol est ingénieur. Il a travaillé dix ans dans l'industrie puis a exercé comme enseignant-chercheur à l'Université de technologie de Compiègne (UTC). Ses recherches portaient sur le design et l'innovation. Aujourd'hui, il est jury du label de Design décerné par **l'Institut français du Design** (IFD) et publie des articles sur l'état de l'industrie, de la France et de la Terre dans la revue web UP' Magazine .



Remise des Janus 2018 au Quai d'Orsay

DESIGN Quelle place pour le **DESIGN** dans le monde de demain ?

DESIGN

La cérémonie de remise des Janus de l'Institut Français du Design s'est tenue dans le Salon de l'Horloge au Quai d'Orsay, 68 ans après la déclaration Schumann. 76 réalisations dans les domaines de l'industrie, du commerce, de la santé, de l'espace de vie, de la prospective mais aussi de la marque, du sensoriel, des composants et matériaux, du service et du bien être, ont été récompensées par ce label d'excellence valorisant les critères des 5 E : Économie, Ergonomie, Esthétique, Éthique, Émotion.

Ces valeurs auront-elles encore un sens dans le monde de demain, un monde digital, hyperconnecté et peut-être déshumanisé ? Quelle sera à ce moment la place du design ?

Mathieu Riou-Chapman, Global Brand Manager de Peugeot a reconnu que la notion de design était de plus en plus difficile à circonscrire, mais qu'en étant transversal à tous les niveaux de

l'entreprise, le design contribuait partout au développement des projets. « Le design, c'est infuser de l'esprit à la matière physique ou digitale » a-t-il expliqué. Le designer devient un scénographe qui exprime des relations, des dialogues entre les situations, les espaces, les objets, les signes et leur public. Il s'établit alors comme territoire de la marque. Il permet de se rendre concurrentiel en préemptant de nouveaux territoires aspirationnels.

Anne Frédérique Gauthier, directrice marketing et Marques Ariston Thermo Group, estime, elle, que le 5 est le chiffre magique du design : 5 lettres dans le mot usage et cinq critères clé (les 5 E), cinq nouveaux signes de l'innovation : bâtir un monde plus durable, participer aux progrès de la santé, renouer avec l'authenticité, améliorer le confort de vie et parier sur la communication connectée.

Dans un monde dominé par l'économie, il est réconfortant de constater que le retour sur investissement du design se vérifie de plus en plus et sa pertinence est un accélérateur de croissance. Toutes les grandes marques qui performent ont une grande cohérence de design.

Pour le sociologue Stéphane Hugon, le renouvellement le plus profond qui concerne les nouvelles manières de vivre, de travailler, de consommer, touche avant tout l'humain, le lien social, l'expérience relationnelle (la confiance, le soin, la légitimité, l'engagement, la loyauté, le sentiment de considération). « Tout ceci constitue la survaleur des entreprises vis-à-vis de leurs clients et de leurs collaborateurs.

Dans ce contexte, gageons que le design a encore de beaux jours devant lui et les JANUS qui distinguent les entreprises qui réussissent cet accord subtil de l'innovation, du design, de l'industrie et des humanités, aussi !



Commerce

JANUS 2018 : UN MILLÉSIME REMARQUABLE

Les Janus décernés à l'initiative de l'Institut français du design récompensent chaque année les plus réalisations de design, celles qui transforment pour mieux vivre demain comme le dit la présidente de IFD, Anne-Marie Sargueil.

Parmi

les 76 Janus décernés en décembre dernier, 18 récompensaient des aménagements de magasins ou boutiques, un une signalétique et un autre un corner peinture ! S'E a voulu rendre hommage aux lauréats et au travail du jury.

Côté boutique, les photos le montrent, il y a une forte tendance à accueillir le chaland comme s'il était chez lui : canapés, fauteuils, éclairage tout est fait pour que le client soit confortable et puisse décider tranquillement de son achat,

sans stress, presque comme s'il était devant sa télé ou son feu de cheminée !

Nul doute que les initiateurs des Janus qui célébraient en 2018 leurs 65 ans d'existence auraient été conquis par la beauté des projets récompensés. En 1951, l'Institut créé en 1951 décernent la Sélection Beauté France qui tient compte de « L'économie des moyens et des matières employées condition déterminante de la beauté utile », définie par Jacques Viénot.

En 1953, le ministre du Commerce, Raymond Boisdé, accorde à l'Institut le privilège de

décerner les Labels Beauté France, qui deviendront les labels Janus.

Les labels Janus sont décernés selon une procédure longue : le jury se réunit 10 fois dans l'année, pour rencontrer les équipes de candidats. Il est composé de professionnels du design, marketing, technique, architecture, distribution, etc. Elizabeth Ducottet, présidente du groupe Thuasne, anime le Janus de la Marque, et Eric Ranjard, président d'honneur du Conseil National des Centres Commerciaux (CNCC), celui du Commerce. Claude de Méneval, ancien industriel,

préside quant à lui l'ensemble des autres Janus.

Retrouvez ci-après les Janus qui ont récompensé des agencements de magasins.

Par ailleurs, depuis 2017, l'IFD organise un concours de photos sur un sujet phare de société qui est mis en ligne : <http://exploreoutsidethebox.com/>



**Côté boutique,
les photos le montrent,
il y a une forte tendance
à accueillir le chaland
comme s'il était
chez lui** ”

LA TERRE EST EN SURCHAUFFE

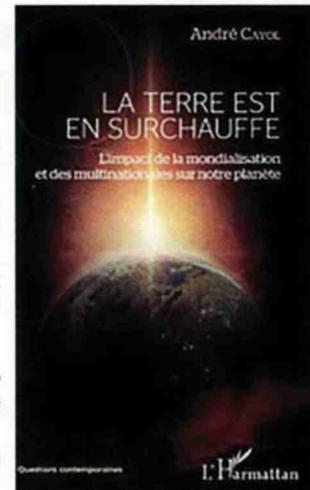
L'impact de la mondialisation et des multinationales sur notre planète
André Cayol

L'homme est en train de changer le climat. Mais les peuples se sentent abandonnés par leurs gouvernants. Depuis la création de l'OMC, les tenants de la mondialisation ont retiré les pouvoirs dévolus aux Etats pour les confier aux multinationales. Mais le monde doit impérativement changer. Il faut fédérer les Etats, appliquer un droit international, rechercher et punir les coupables d'écodides.

Ce livre expose les causes et actions possibles pour les entreprises, les politiciens, les citoyens, dans le monde et la vie quotidienne, mais aussi avec des projets de grande envergure. Il s'agit de préserver la planète pour nos enfants. L'urgence est vitale !

André Cayol est ingénieur. Il a travaillé dix ans dans l'industrie puis a exercé comme enseignant-chercheur à l'Université de technologie de Compiègne (UTC). Ses recherches portent sur le design et l'innovation.

Aujourd'hui, il est jury du label de Design décerné par l'Institut français du Design (IFD) et publie des articles sur l'industrie, la France et la terre dans la revue web Up Magazine.



L'HARMATTAN : Questions contemporaines 222 pages • 22,5 euros • novembre 2018



Rétro 2018 : Les **JANUS** misent sur le design relationnel

Home Design Architecture d'intérieur Rétro 2018: Les **JANUS** misent sur le design relationnel. Mi-décembre, 68 ans après la déclaration Schuman prononcée dans le Salon de l'Horloge, le Quai d'Orsay accueillait la cérémonie de remise des labels **JANUS** de **L'Institut Français du Design** qui célébrait ses 65 ans cette année. 76 réalisations ont été récompensées par ce label d'excellence. La cérémonie était présidée par Jean Baptiste Lemoine, secrétaire d'Etat au ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. ©IFD **JANUS** 2018 - Quai d'Orsay / Salon de l'Horloge. Juste avant la cérémonie, sous la houlette de Anne-Marie Sargueil, présidente de **L'Institut Français du Design**, Anne-Frédérique Gautier (directrice Marketing & Marques, Ariston Thermo Group), Elisabeth Lecq (référente sur la French Tech Alsace), et Mathieu Riou-Chapman (Global Brand Manager, Peugeot), tous membres du jury, ont exprimé leurs visions des innovations récentes du design. Comme le soulignait Anne-Marie Sargueil, « le design est avant tout une sociologie du quotidien ». Pour Anne-Frédérique Gautier : « le design reste un élément clé de la colonne vertébrale des entreprises », garantissant une longévité aux produits alors que leurs usages en sont améliorés. Elle exprime l'idée que le 5 est le chiffre magique du design : cinq lettres dans le mot « usage », cinq critères clés (les « 5E »), cinq nouveaux signes de l'innovation : bâtir un monde plus durable, participer aux progrès de la santé, renouer avec l'authenticité, améliorer le confort de vie et parier sur la communication connectée. De son côté, Mathieu Riou-Chapman constatait combien la notion même de design était en train de croître, avec une intervention à tous les niveaux de l'entreprise, transversale, de la création à la mise en marché : « Le design, c'est infuser de l'esprit à la matière physique ou digitale ». Dans une intervention passionnante, le sociologue Stéphane Hugon a évoqué la période de transformations profondes que subissent nos sociétés au travers du développement de nouvelles manières de vivre, de travailler, de consommer, qu'il convient donc d'identifier et d'anticiper. « Il est important de bien saisir que le renouvellement le plus profond touche avant tout l'humain, le lien social, l'expérience relationnelle. Entendons ici tout ce qui ne rentre pas dans un tableur : la confiance, le soin, la légitimité, l'engagement, la loyauté, le sentiment de considération et de participation... Tout ceci constitue aujourd'hui la survaleur des entreprises (auprès de leurs consommateurs comme de leur collaborateurs.) que l'on peut désormais monitorer. » Stéphane Hugon conclut en expliquant que : « Dans un monde en transformation, les **JANUS** distinguent les entreprises qui réussissent cet accord subtil de l'innovation, du design, de l'industrie et des humanités. » Le jury a décerné 76 labels dans les domaines de l'industrie, du commerce, de la santé, de l'espace de vie, de la cité, de la prospective, et également de la marque, du sensoriel, des composants et matériaux, du service, de la mode et du bien-être. 14 mentions Excellence ont été attribuées à toutes les réalisations qui optimisent toutes les qualités recherchées aujourd'hui et correspondant aux critères des « 5E » : Barrisol avec la Lampe Butterfly, Christofle pour la boutique Christofle Saint-Honoré à Paris, Zénéo de Crossject, Eye Protect System d'Essilor, le Flunch Café, le Petit Casino, ainsi que Hop! Air France, Keolis, Le Swincar E-Spider, MédiaKiosk, Latitude de Schmidt, Sea-Bubbles Modèle T, B.A.R.Y.L de SNCF Gare & Connections conçu par AREP designlab, Still avec le chariot élévateur électrique RX20 et Tarkett avec son outil d'aide à l'éveil des enfants à travers la couleur. **TÔLERIE FORÉZIENNE / ALEXIS TRICOIRE / JANUS DE L'INDUSTRIE** Studio Twins / Design intégré **Janus** de la santé Premier plaid partenaire du soignant et du patient H/24, pour la gestion des troubles du comportement. Il aide à apaiser rapidement les crises d'anxiété, d'émotivité, d'agitation et les insomnies liées à la maladie ou au handicap. Retrouvez tous les lauréats sur <http://www.institutfrancaisdudesign.fr/index.php/les-janus/les-laureats-2018>

MONTCEAU-LES-MINES ENTREPRISE

La société Monnetau milieu des plus grands

La petite entreprise montcellienne Monnet a reçu cette semaine un prix prestigieux, le second pour l'année 2018. Un gain de notoriété indéniable au moment où elle cherche à s'installer à l'export.

Cyrille COUTENCEAU

Ce lundi d'avant Noël, la société montcellienne Monnet a reçu un joli cadeau. Le père Noël avait les traits de l'Institut français du design qui, depuis 65 ans, décerne les Janus de l'industrie pour récompenser les démarches prospectives (utilité), durables (qualité) et écoresponsables. Avec cinq critères, les 5E : économie, esthétisme, ergonomie, éthique et émotion. La société montcellienne qui fabrique des chaussettes de sport (ski et randonnée) a été primée pour son innovation Gel Protech.



Daniel Porte, le PDG de Monnet (deuxième en partant de la droite), a reçu son Janus de l'industrie dans le cadre prestigieux du ministère des Affaires étrangères. Photo DR

« C'est l'Institut qui nous a contactés, explique Daniel Porte, le PDG de Monnet. C'est vraiment un honneur pour notre entreprise car ça fait connaître Monnet dans l'univers de l'industrie. On va pouvoir arborer

ce Janus dans tous nos supports de communication, que ce soit les catalogues, les emballages de nos produits, en parler sur les réseaux sociaux, etc. C'est très clairement un plus en termes de visibilité, de crédibilité et de notoriété. »

Saint-Gobain, etc. ■



Daniel Porte (PDG) et Thierry Grzeslowski (directeur de production) nous présentaient en octobre leur innovation. Photo d'archives C. COUTENCEAU

Cerise sur le gâteau, la remise de ce Janus s'est déroulée dans les salons majestueux du ministère des Affaires étrangères à Paris.

« Il y avait vraiment beaucoup de monde et du beau monde, assure Daniel Porte, dont Air France, Carrefour, Nature et Découvertes... » Mais aussi Peugeot, Chantal Thomass, Leclerc, Electrolux, Eram, Gerflor, Essilor, Flunch, Haribo, Kiloutou, JCDecaux, Lacoste, Safran,



URL :<http://www.twitter.com>

PAYS :France

TYPE :Médias sociaux



► 20 décembre 2018

> Version en ligne



INfluencia

@INfluencialemag

22329

Tweets

245

Following

70839

Followers

Retour sur le 65ème anniversaire du label Janus à l' Institut Français du Design qui distingue les meilleures réalisations en termes de design et d'innovation. C'est quoi le "beau" en 2018?

<https://t.co/uMOKIdwsLF>

Retour sur le 65ème anniversaire du label Janus à l' Institut Français du Design qui distingue les meilleures réalisations en termes de design et d'innovation. C'est quoi le "beau" en 2018?

<https://t.co/uMOKIdwsLF>



Les nouveaux JANUS édition 2018



68 ans après la déclaration Schuman prononcée dans le Salon de l'Horloge, le Quai d'Orsay accueillait ce 17 décembre 2018 la cérémonie de remise des labels JANUS de l'Institut Français du Design qui célébrait ses 65 ans cette année. 76 réalisations ont été récompensées par ce label d'excellence valorisant les "5E" : Economie, Ergonomie, Esthétique, Ethique et Emotion. La cérémonie était présidée par Jean Baptiste Lemoyne, secrétaire d'Etat au ministère de l'Europe et des Aires étrangères. Cette cérémonie a été précédée d'une table ronde analysant et décryptant les directions principales qu'a pris le design en 2018, sa place dans l'entreprise et sa valorisation. En amont de cette cérémonie s'est donc tenue une conférence de presse destinée à évoquer les innovations perçues dans le design au cours de 2017-2018, pendant les vingt di érentes sessions du jury. Il en ressort une véritable réflexion sur la place du design dans le monde de demain. Présidée par Anne-Marie Sargueil, cette conférence a donné la parole à trois membres éminents du jury des labels JANUS : Anne-Frédérique Gautier, Directrice Marketing & Marques, ARISTON THERMO Group, Elisabeth Lecq, référente sur la French Tech ALSACE, et Mathieu Riou-Chapman, Global Brand Manager, PEUGEOT. De cette table ronde est ressortie que la notion de design en 2018 était de plus en plus di cile à circonscrire : argument qu'a développé Mathieu Riou-Chapman. Transversal à tous les niveaux de l'entreprise, il contribue partout au développement des projets. Le design intervient en e et dès l'amont, la stratégie, la prospective, la R&D, le design-thinking, la définition des produits ou du service jusqu'à leur mise sur le marché via le marketing physique et digital, la publicité et la communication. "Le design, c'est infuser de l'esprit à la matière physique ou digitale", a-t-il ajouté : le design manifeste en e et l'existence des marques et définit leur identité, révèle leurs produits, leurs services et leurs expériences. Le designer devient donc, en 2018, un scénographe : il exprime des relations, des dialogues entre les situations, les espaces, les objets, les sons, les images, les signes et leur public. Le design s'établit alors sur le marché comme territoire de la marque : il permet de préempter de nouveaux territoires aspirationnels, ou plus souvent, de se rendre concurrentiel. Il participe alors au rayonnement français et international des entreprises qui innovent, il est le résultat tangible pour améliorer un mot-clé : L'usage pour les clients. C'est ce qu'a rme Anne-Frédérique Gauthier quand elle exprime l'idée que le 5 est le chi re magique du design : cinq lettres dans le mot "usage", cinq critères clés (les "5E"), cinq nouveaux signes de l'innovation : bâtir un monde plus durable, participer aux progrès de la santé, renouer avec l'authenticité, améliorer le confort de vie et parier sur la communication connectée. Le R.O.I. (Return on Investment) du design se vérifie de plus en plus, et sa pertinence est un accélérateur de croissance. Aujourd'hui en e et, toutes les grandes marques qui performant, voire sur-performent, ont une grande cohérence de design sur toutes leurs

expressions. La table ronde s'est poursuivie avec l'intervention du sociologue Stéphane Hugon qui a évoqué la période de transformations profondes que subissent nos sociétés au travers du développement de nouvelles manières de vivre, de travailler, de consommer, qu'il convient donc d'identifier et d'anticiper. "Il est important de bien saisir que le renouvellement le plus profond touche avant tout l'humain, le lien social, l'expérience relationnelle. Entendons ici tout ce qui ne rentre pas dans un tableur : la confiance, le soin, la légitimité, l'engagement, la loyauté, le sentiment de considération et de participation... Tout ceci constitue aujourd'hui la survaleur des entreprises (auprès de leurs consommateurs comme de leur collaborateurs.) que l'on peut désormais monitorer." Stéphane Hugon conclut en expliquant que : "Dans un monde en transformation, les **JANUS** distinguent les entreprises qui réussissent cet accord subtil de l'innovation, du design, de l'industrie et des humanités."

Le monde de demain, le monde Blanche

La remise des diplômes a été précédée par une intervention d'Anne-Marie Sargueil, présidente de **l'InstitutFrançaisduDesign** qui, en projetant une photographie de Blanche, un bébé de 5 semaines, s'est adressée aux entreprises et aux designers, en rappelant que le design est pour le monde de demain, un monde qui doit se transformer et qu'il faut penser au quotidien, à l'usage, aux gens. Les jurés du **JANUS** ont accueilli ensuite les équipes lauréates, invitées à répondre à la même question : qu'avez-vous fait pour améliorer la vie de vos clients ? Le jury a décerné 76 labels dans les domaines de l'industrie, du commerce, de la santé, de l'espace de vie, de la cité, de la prospective, et également de la marque, du sensoriel, des composants et matériaux, du service, de la mode et du bien-être. 14 mentions "Excellence" ont donc été attribuées à toutes les réalisations qui optimisent toutes les qualités recherchées aujourd'hui et correspondant aux critères des "5E" : Barrisol avec la Lampe Butterfly, Christofle pour la boutique Christofle Saint-Honoré à Paris, Zénéo de Crossject, Eye Protect System d'Essilor, le Flunch Café, le Petit Casino, ainsi que Hop! Air France, Keolis, Le Swincar E-Spider, MédiaKiosk, Latitude de Schmidt, Sea-Bubbles Modèle T, B.A.R.Y.L de SNCF Gare & Connections conçu par AREP designlab, Still avec le chariot élévateur électrique RX20 et Tarkett avec son outil d'aide à l'éveil des enfants à travers la couleur.

Quelque chose à ajouter ? Dites-le en commentaire.
blog comments powered by DISQUS [back to top](#)



Design : « Les millennials se moquent de la beauté classique »

A l'occasion du 65^{ème} anniversaire du label **Janus** qui distingue les meilleures réalisations en termes de design et d'innovation, Anne-Marie Sargueil, présidente de **L'Institutfrançaisdudesign** revient pour INfluencia sur l'importance sans cesse croissante du design auprès des marques. Pour célébrer le 65^{ème} anniversaire du label **Janus** qui sélectionne selon 5 critères indissociables, les meilleures réalisations en termes de design et d'innovation, l' **Institutfrançaisdudesign** a récompensé, le 17 décembre 2018, sous les ors du Quai d'Orsay à Paris, 68 entreprises, et a célébré les dix « icônes » du design qui représentent ces trophées depuis leur création en 1953. Un succès ininterrompu car selon sa présidente, Anne-Marie Sargueil, l'importance du design auprès des marques ne s'érode absolument pas. Mieux avec les jeunes générations, il se renouvelle. IN : comment sélectionnez vous les marques qui sont récompensées par un **Janus** ? Anne-Marie Sargueil : nous ne sommes pas un prix mais un label. Dix fois par an, notre jury analyse huit à dix dossiers de société qui souhaitent obtenir un **Janus**. Cinq critères sont pris en compte : le design, l'esthétique, l'ergonomie, l'éthique et l'émotion. Si un de ces éléments est négligé, le label n'est pas accordé au candidat qui peut toutefois déposer une nouvelle demande à l'avenir. IN : avec l'essor des nouvelles technologies et l'incroyable succès planétaire des réseaux sociaux, le design n'a-t-il pas tendance à perdre de l'importance auprès des marques ? A-M. S. : c'est tout le contraire qui se passe. La dématérialisation de l'offre n'est pas synonyme de rejet de l'esthétisme. Steve Jobs l'a d'ailleurs bien compris puisqu'il a lui-même révélé dans un de ses ouvrages qu'il avait été beaucoup influencé par la calligraphie chinoise. Le design donne du sens au digital. Cette quête de sens est une source d'intenses réflexions. Le design permet de mettre de la sobriété dans le monde du luxe et de l'élégance dans des produits nettement plus basiques. Avant le marketing et la R&D avaient tous les pouvoirs et les marques commercialisaient des équipements pleins de boutons qui ressemblaient à un tableau de bord d'Airbus A380. Aujourd'hui, les industriels cherchent à parler le langage de l'usage et le design les aide à communiquer dans ce sens. Il permet aussi aux retailers de séduire les consommateurs. Tous les grands cabinets de conseil ont intégré dans leurs équipes des designers qui leur apportent leurs visions des stratégies d'entreprise. Les jeunes designers suivent d'ailleurs aujourd'hui souvent un double cursus. Ils font une formation spécialisée dans le design et passent par des grandes écoles plus classiques afin d'avoir un aperçu plus global du monde qui les entoure. IN : vous avez récemment organisé une exposition photographique baptisée « **Exploreoutsidethebox** » avec pour thème : « Quel regard portez-vous sur le futur de la beauté ? ». Avez-vous été surpris par les clichés qui vous ont été présentés ? A-M. S. : en effet. Chacun sait bien que les canons de la beauté varient selon les époques et les cultures. La photographie est un média qui donne à voir un réel imaginaire. Classée dans l'art contemporain, elle est devenue populaire grâce aux appareils et aujourd'hui, à la portée de tous avec les smartphones. Mais elle reste un média de création quand elle capture une situation extraordinaire. Ce concours avait pour ambition de questionner une « beauté à la française », révélée par le regard porté par la génération des millennials sur la beauté désirable. Cette beauté au futur, telle qu'aucun magazine de mode ne l'affiche puisqu'elle est peut-être encore en devenir, est surprenante. On voit ainsi que les millennials se moquent de la beauté classique au sens strict du terme. Pour eux, la « beauté du futur » est incarnée par une drag queen américaine obsédée par Linda Evangelista ou par une femme avec une couronne et une robe à fleurs. Aucune des photos présentées au concours n'évoque le retour au nombrilisme que l'on peut constater sur les réseaux sociaux. Cliquez sur la photo ci-dessous pour découvrir les Lauréats 2018



Événement Identification



Hier, lundi 17 décembre, s'est tenue au Quai d'Orsay, la cérémonie des **Janus** 2018, décernés par **l'Institutfrançaisdudesign**. Le secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, Jean-Baptiste Lemoine, a présidé la remise de prix.

Chaque année, et depuis 65 ans maintenant, les **Janus** récompensent les meilleures réalisations en terme de design.

Cette année, 5 **Janus** ont été remis à des acteurs de notre filière :

Vuillet Vega a remporté le **Janus** de l'industrie avec Sign 450, une nouvelle charnière de lunettes innovante. Cette monture avec branches en inox sans vis, sans ressort et sans soudure a séduit le jury : « une production made in France qui valorise un matériau léger et innovant, basé sur l'élasticité, pour une solution simple, ingénieuse et fiable ».

Modèle Sign 450 - Vuillet Vega

Le **Janus** du commerce a été décerné au nouveau concept commercial Optical Factory. Ce point de vente situé à Carré Sénart (77) est un espace de convivialité à l'ambiance d'atelier. Il allie les qualités de service de l'opticien indépendant à celles d'une enseigne nationale.

Leclerc Optique décroche également le **Janus** du commerce avec son concept Dix sur dix. Le dispositif, développé grâce à la présence d'un miroir digital, offre un large choix de modèles de montures au client.

Les lunettes Crazyg-Zag ont obtenu le **Janus** de la santé. Cette gamme ultra-résistante est adaptée au mode de vie des enfants (6-12 ans) et se décline en version solaires et anti-lumière bleue.

Solaires - Crazyg-Zag

Essilor remporte le **Janus** de la santé avec son Eye Protect System qui offre au matériau la capacité de filtrer sélectivement la lumière bleue sur verres non teintés.



Le Grand Prix Design Paris : le printemps de la création chinoise

Le Corbusier, Christian Dior, Kelly Wearstler... Tous ces noms vous sont familiers, car connus dans le monde entier, et ils ont tous quelque-chose en commun: le design. Le pavillon Wagram accueillait ce 5 décembre la cérémonie de remise du « Grand Prix Design Paris » organisé par **l'InstitutFrançaisduDesign** et CIID88. L'occasion pour Radio LCF d'enquêter directement auprès des concernés, designers et membres du jury.



L'Institut Français du Design a célébré les 65 ans des labels Janus, en décembre dernier, au Quai d'Orsay. L'occasion de décerner 76 nouveaux labels dans les univers de l'Industrie, la Santé, la Cité, l'Espace de Vie, les Composants et Matériaux, le Service, la Mode et le Commerce. Les lauréats ont été primés pour leur regard sur l'avenir, et leur contribution pour améliorer le quotidien des utilisateurs, par le design.

Par Juliette Vignaud



Les labels Janus fêtent leurs 65 ans

C'est au Quai d'Orsay, au ministère des Affaires étrangères et du Développement International, que s'est tenue, le 17 décembre dernier, la 65^e cérémonie des Janus du design. A cette occasion, l'Institut Français du Design a célébré la créativité du design français en décernant 76 nouveaux labels. Les lauréats se sont démarqués par la prise en compte des facteurs environnementaux, comme contraintes non pas restrictives, mais stimulantes et productives d'innovations. Ils ont également su mettre à profit les nouvelles technologies, pour une société toujours plus connectée, sans pour autant nier la création d'une nouvelle sociabilité par le design. Pour les jurés, ils ont réussi à démontrer que *« l'engagement éthique et environnemental est un facteur essentiel pour pouvoir espérer servir au mieux le client, avec des productions utiles, qualitatives et durables »*.

Depuis 1953, les labels d'excellence Janus – initialement sous le nom de Beauté France – récompensent les réalisations qui ont amélioré la vie des utilisateurs grâce à leur design. Il est remis par un jury pluridisciplinaire, composé d'une cinquantaine d'experts, pour lequel il est essentiel que la promesse de l'usage serve le client dans la

durée. Les critères d'attribution sont basés sur "5 E" : Economie, Ergonomie, Emotion, Esthétique, Ethique.

Le design à l'ère de la digitalisation

Le design *« prend ses sources hier, pour construire demain »*, explique Elisabeth Lecq, référente sur la French Tech Alsace et jurée de l'édition 2018. Selon elle, nous vivons dans un monde connecté, où les maîtres mots sont le numérique et le digital. Ainsi, *« le rôle du designer, dans ce processus d'innovation, a un rôle fondamental, car il appréhende l'usage, et est en mesure de poser une problématique sur ce qu'attend un usager connecté »*. Les jurés ont alors découvert de nombreux projets qui touchaient aux nouvelles technologies, en collaboration entre des jeunes entreprises innovantes et des industriels.

Pour Mathieu Riou-Chapman, Global Brand Manager chez Peugeot, la définition même du design est en totale croissance, à l'image de la société actuelle. *« Le design se retrouve à tous les étages de la fusée d'une entreprise »*, décrit-il lors d'une conférence de presse, tenue en amont de la cérémonie, destinée à analyser les grandes tendances design perçues pendant l'année. Ainsi, selon lui, le design contribue partout au développement des projets : *« il est*



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

transversal et génère de la valeur. Il s'imprègne de tous les supports, pour se manifester et devenir révélateur de son existence ». « Cette manifestation, ce jeu d'existence, est multi-support, et se trouve également dans le digital afin de performer dans ce milieu ». Alors à l'ère de la digitalisation, le design joue un rôle fondamental pour résonner dans l'esprit du consommateur, afin de « mettre de l'esprit dans la matière ».

Le design et son rapport aux sciences humaines

« Il y a davantage de sciences humaines », explique Anne-Marie Sargueil, concernant les changements dans le design. Selon la Présidente de l'Institut Français du Design, le design est « une sociologie du quotidien, et l'enjeu est de mieux vivre avec davantage de liens, d'inclusion, et de projets pour tous ». C'est pourquoi Stéphane Hugon, sociologue, était aussi un invité de la conférence de presse, précédant la cérémonie. Le sociologue - également professeur dans des écoles de design - explique qu'il apprend à ses étudiants, que le design est un croisement entre différentes dimensions : science humaine, technique, business et artistique. Selon lui, le design va au-delà du fonctionnalisme, du style et de l'ergonomie, mais intègre désormais le lien social : « nous rentrons dans une démarche où l'on identifie la puissance relationnelle que le design apporte aux objets et services ». Ainsi, « le design, associé de commun avec la sociologie, tend à rendre visible, l'invisible, c'est-à-dire, la configuration des liens entre les objets et les personnes ». Il conclut en expliquant que : « dans un monde en transformation, les Janus distinguent les entreprises qui réussissent cet accord subtil de l'innovation, du design, de l'industrie et des humanités ».

Lors de la cérémonie, Anne-Marie Sargueil a rappelé qu'il fallait préparer aujourd'hui, la vie de demain. Ainsi, pour représenter ce concept de "penser demain", la Présidente de l'Institut Français du Design a évoqué les besoins pour les générations futures, par le biais de la photographie d'un bébé, au nom de Blanche. Les lauréats devaient répondre à la question suivante : « comment avez-vous amélioré la vie des gens ? », mais surtout « que proposez-vous pour la génération de Blanche ? ». Parmi les primés, beaucoup d'objets et de services concernaient

L'univers Brico récompensé

Janus des Composants et Matériaux

Un seul Janus des Composants et Matériaux a été remis cette année, et l'heureux élu est "Clic Revolutio", par Gerflor et Gino Venturelli. Ils ont créé un système, breveté, de lames vinyles, associant un clic vertical au sol, rendant la pose du matériau, écologique, accessible à tous. Avec ce système, les professionnels gagnent 30 % de temps sur leurs chantiers, et c'est à la portée des particuliers.



Janus de l'Industrie

Du côté de l'Industrie, de nombreux labels ont été décernés. C'est le cas notamment de la gamme "Gallery", du groupe Hager. C'est une gamme d'interrupteurs et de prises encastrées, qui comprend 28 décors différents et qui est connectée. En effet, il est possible de les contrôler à distance, via une application mobile, et d'avoir une option de lumière d'orientation. Le jury a félicité la créativité d'Hager couplée à leur véritable savoir-faire. Le fabricant Treppenmeister a également reçu un Janus de l'Industrie pour son escalier Senzu, qui optimise la sécurité et le bien-être de son utilisateur grâce au design sensoriel. Enfin, Saint-Gobain a reçu le label pour Miralite Connect. C'est un miroir éclairant, antibuée, et connecté en Wi-Fi et Bluetooth.



Janus de la Marque

Le groupe V33, avec Nude, ont été primés pour la création d'un shop-in-shop, dédié à la peinture, au BHV Marais. Une boutique personnalisée, V33, est ainsi présente dans le centre, sur 180 m². Elle a été créée pour accompagner le BHV Marais, dans le réaménagement du sous-sol, consacré désormais au bricolage depuis 2015. L'idée était d'offrir la possibilité à l'enseigne de mettre à l'honneur un acteur phare, le groupe V33.



Janus du Commerce

Saint-Gobain a été récompensé pour son nouveau concept de point de vente : Envie de salle de bain. Destiné aux artisans et aux clients finaux, ce magasin propose des scénographies personnalisées, via un système de modélisation 3D, afin de mieux se projeter dans sa future salle de bain.



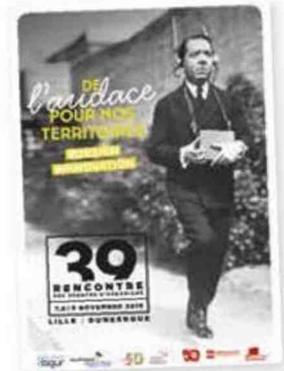
ainsi les domaines de la santé, du service, et de l'industrie, mais aussi l'expérience client, avec des nouveaux concepts de magasins.

« Le design de demain, c'est peut-être le mot-clé qui résumerait le mieux ce que l'on a vu dans les sessions de jury des Janus ». Ainsi, les sujets qui traitent de la vie quotidienne, de la santé, et des sujets qui accompagnent les grands sujets de sociétés ont été vivement récompensés par l'obtention de ce prix d'excellence. A noter que le domaine du Meuble, lui, n'était pas représenté cette année. ■

Événement | Urbanisme

De l'audace

Temps fort de l'urbanisme en France, la 39^e rencontre des agences d'urbanisme s'est déroulée les 7, 8 et 9 novembre à Lille et à Dunkerque. Avec un mot d'ordre : oser.



Sur fond de changement climatique, de mutations économiques, de tensions sociales, de révolution numérique, d'attentes citoyennes et autres évolutions démocratiques, notre société change considérablement et de manière exponentielle. Il est donc indispensable d'imaginer de nouvelles approches, à la fois dans nos façons de penser et d'imaginer l'avenir, et dans nos façons d'agir. « *Le design à l'hôpital peut paraître indécent. Il s'agit pourtant simplement d'apporter de la qualité pour améliorer la vie des patients* », a par exemple déclaré Marie Coirier, designer. Les Japonais utilisent deux idéogrammes pour écrire le mot crise : l'un signifie chaos, l'autre, opportunité. Les organisateurs de la 39^e rencontre des agences d'urbanisme n'ont retenu que cette dernière notion pour en faire le fil rouge de ces trois jours de conférences, de débats et de workshops : comment affronter les multiples changements et en faire les opportunités du renouveau territorial ?

Design

Cette 39^e rencontre nationale fut ainsi l'occasion, tant pour les agences d'urbanisme que pour les collectivités locales, les services de l'État et les grands opérateurs publics et privés présents, d'échanger et de travailler ensemble sur l'avenir de nos territoires. Comment ? En faisant la part belle au design, projet



© Vincent Lecigne

de transformation du territoire porteur de sens, qui place le citoyen au cœur de la créativité et de l'expérimentation. Mais aussi à l'innovation et à l'audace, ingrédients indispensables à la réussite de l'engagement de nos territoires vers de nouvelles voies, via des politiques publiques et des projets urbains ambitieux et durables. Car concevoir et innover, c'est oser. « *Il faut être dans l'intelligence collective pour expérimenter et réussir le design* », a notamment ajouté Anne-Marie Sargueil, présidente de [l'Institut français du design](http://www.institutfrancaisdu.com).

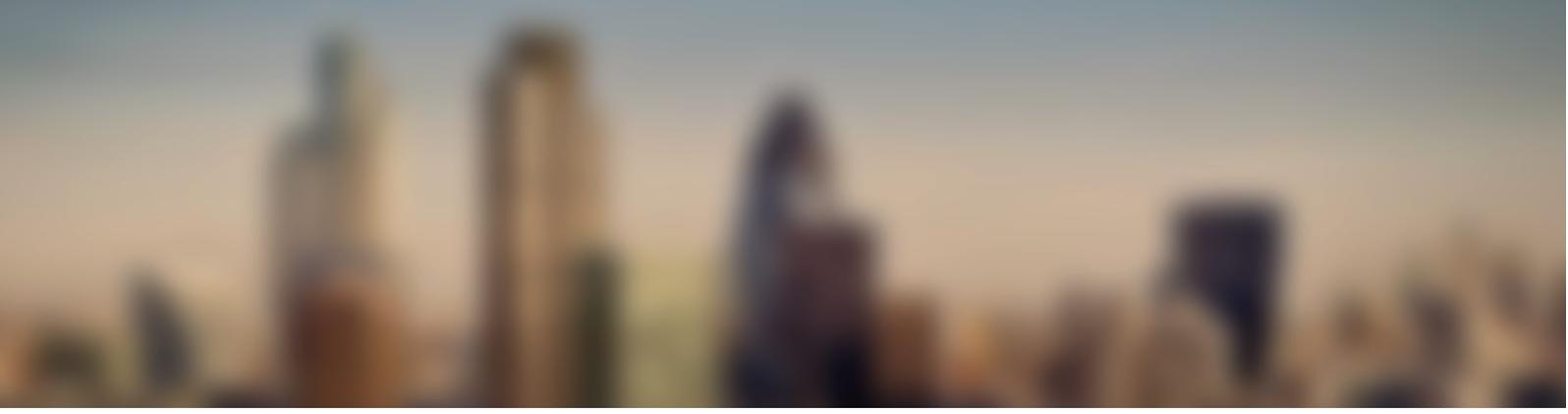
▲ Le projet de rénovation urbaine des 25 ha de friches de l'ancienne usine Fives-Cail (Lille), comme celui de la ferme du Trichon (Roubaix) et bien d'autres, fait l'objet d'une démarche de concertation destinée à tester, imaginer, construire ensemble

ET AUSSI

En savoir plus sur les organisateurs :

L'Agence de développement et d'urbanisme de Lille Métropole
www.adu-lille-metropole.org

L'Agence d'urbanisme et de développement de la région Flandre-Dunkerque (AGUR)
www.agur-dunkerque.org



EXPLORE

SACHEZ-LE

SACHEZ-LE

Un étudiant de l'école de Condé exposé à l'Institut français du design. Jusqu'à mercredi, on peut contempler une photo d'Axele Rafie dans la galerie de l'Institut français du design, à Saint-Étienne. Dans le cadre de la 3e édition du concours Explore outside the box, deux travaux de cet étudiant de l'École de Condé (à Bordeaux) ont été sélectionnés pour la Biennale Internationale Design 2019. Le cliché retenu dans la catégorie « Terrains d'entente » s'intitule « Tout nous sépare mais tout nous rapproche ». « Pourquoi exprimons-nous une telle surprise à la vue de cette scène alors qu'elle devrait presque être banale et relever du quotidien?, explique l'étudiant en Atelier préparatoire en design. Cette surprise témoigne beaucoup sur notre relation avec l'animal, très souvent mise à l'épreuve. » Sa seconde photo « Danse lunaire » a été sélectionnée dans la catégorie « Le futur de la beauté » ... et figure dans les clichés finalistes.



PHOTO AXELE RAFIE



Les nouvelles générations veulent un autre rapport au travail



La quatrième révolution industrielle est bien là. Depuis l'arrivée des outils numériques au travail, la transformation des entreprises est inédite. Abolissant les frontières, réduisant les distances, et accélérant le temps, le digital a déstabilisé toute l'organisation du travail. Les nouvelles générations aspirent à un nouveau rapport au travail tissé sur le bien-être. Un bien-être qui favoriserait l'innovation. Tribune libre Désormais, l'efficacité et la productivité d'hier ne suffisent plus et sont détrônées par une impérieuse nécessité d'innover dans un contexte aussi souple qu'hyperconcurrentiel. Au passage, la vague numérique a également déstabilisé les salariés avec son lot d'effets pervers : hausse du stress, burn out et bore out. Face à cette situation, les jeunes générations diplômées ont parallèlement des attentes nouvelles. Le sacrifice d'une vie personnelle au profit d'une carrière stressante n'attire plus. Moins carriériste, la génération des 24-35 ans est en quête de sens. Elle aspire à construire un nouveau rapport au travail tissé sur le bien-être. Un bien-être favorisant l'innovation justement requise.

Un management participatif

Le premier fondement du bien-être au travail tient à la qualité du management. En 2019, le management trop pyramidal ne semble plus en phase avec la nouvelle société numérique du travail. Ni sa culture managériale d'ailleurs : en haut, ceux qui pensent, en bas, ceux qui exécutent. De leur côté, les salariés aspirent à un allègement du poids hiérarchique. On recherche à l'inverse un nouveau management de proximité : un management accessible au collaborateur qui l'impliquerait davantage dans les processus de décision du groupe et d'innovation ainsi qu'un management fondé sur l'écoute et la liberté d'expression et sur des valeurs de transparence et de respect mutuel. Et cela, dans un contexte de grande convivialité où les collaborateurs pourraient poser n'importe quelle question aux managers et dirigeants. En effet, selon une étude de la DREES sur le bien-être au travail, 74 % des actifs pensent que la politique managériale joue un rôle en matière d'innovation participative. Avec pour 20% d'entre eux, l'ouverture du management à la nouveauté et au dialogue.

La conduite du bien-être

Un management repensé ne saurait suffire sans l'accompagnement d'une politique interne axée sur le bien-être salarié. Ces dernières années, le numérique a pu abolir les frontières domicile – travail. Tout comme les frontières vie privée et vie professionnelle. Par conséquent, la conduite du bien-être passe par un rétablissement de cet équilibre en laissant désormais le salarié maître de

son emploi du temps : flexibilité des horaires ou de la pause déjeuner, allègement du temps de transport et télétravail. Pour confirmer ce propos, l'étude de l'Ifop pour Lavazza en 2019, montrait que le télétravail est plébiscité par 83% des cadres. Après le télétravail, les attentions quotidiennes sont les plus désirées par les employés pour 44% d'entre eux. Elles passent par des espaces dédiés à l'épanouissement personnel (salles de gym, salles de sieste ou massage, espaces de jeux-vidéo) et peuvent prendre d'autres formes comme l'aménagement de crèches ou d'aides aux devoirs.

Libérer l'innovation

Cette conduite du bien-être couplée à un management respectueux crée les conditions favorables pour innover dans un écosystème d'entreprises concurrentielles. L'innovation n'émerge que dans un cadre bienveillant posé en amont et qui va donner le droit au salarié d'exprimer de nouvelles idées, d'expérimenter par lui-même, d'adopter de nouvelles méthodes agiles ou de relever des challenges techniques sans craindre le faux-pas hiérarchique. Enfin, l'innovation n'est pas qu'une entreprise solitaire. Elle doit se jouer sur le mode du collaboratif en offrant des espaces dédiés aux salariés. Ceci afin de partager le savoir de tous, faciliter la coopération et décloisonner les modes de fonctionnement habituels. Le bien-être en entreprise est essentiel car il pose un cadre propice à l'innovation. Il instaure un cercle vertueux et productif. La politique du bien-être n'a pas que des effets bénéfiques à l'échelle individuelle du salarié. Elle satisfait l'ensemble des collaborateurs, les fidélise, les implique et les engage. Et à terme, elle satisfait les clients et favorise donc... la croissance. Maud Lorant, Directrice du recrutement Groupe SII Image d'en-tête : Photo de Zénaïde Gaboriau et Alice Leblanc "Bureau", primée au concours **EXPLOREOUTSIDETHE BOX** sur le thème du futur du travail, organisé par **l'InstitutFrançaisduDesign**.

Quelque chose à ajouter ? Dites-le en commentaire.

ÉCOLES

Penninghen expose au **Festival Kyotographie**. Depuis trois ans, les étudiants de direction artistique de Penninghen participent au festival international de photographie Kyotographie, au Japon. Après Love en 2017, Up l'année dernière, Vibe est le thème retenu pour l'édition 2019, du 11 au 14 avril qui vient de se terminer à Kyoto. L'exposition Secousse propose cette année trois expériences visuelles originales. Chacune invite le spectateur à s'immerger dans un univers visuel singulier et inédit venant bousculer, chahuter, troubler et perturber les notions de temps et d'espace.

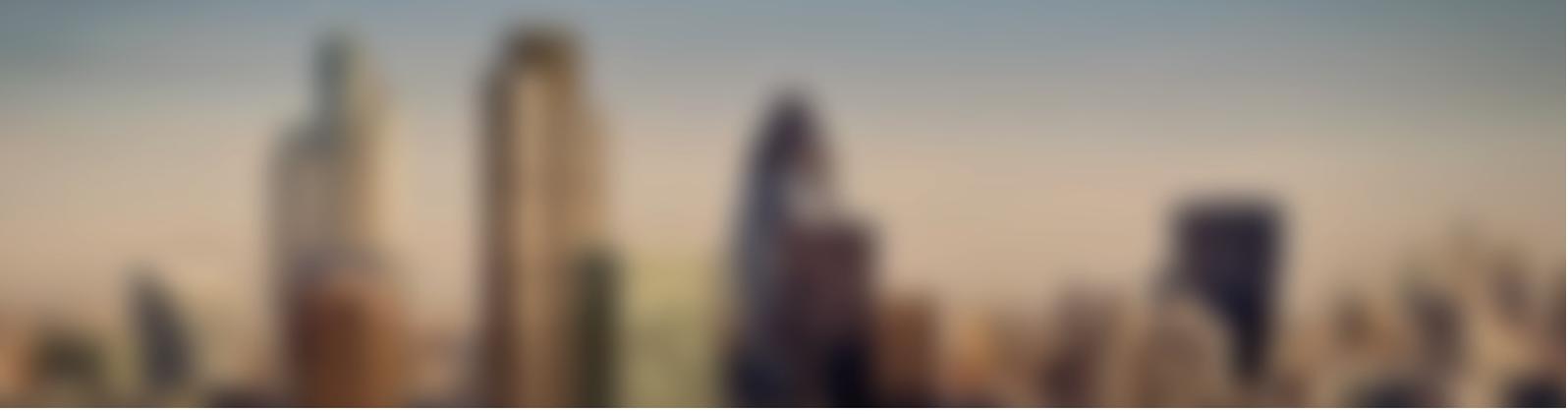
Épicentre de ce travail sur la vibration, l'exposition Secousse est accompagnée de Réplique, publication à tirage limité, éditée par Penninghen et distribuée le temps de l'exposition, compilation des meilleures productions photographiques de 2018-2019 des étudiants de quatrième année encadrés par les photographes Christophe Rihet et Michel Maidenberg.

Plus d'informations : 1clickurls.com/YIvUTW7.

Dans le cadre de la 3e édition du concours de photographies eEXPLORE | Outside the boxe, lancé par l'**Institut Français du Design (IFD)**, deux travaux d'**Axel Rafie**, étudiant en atelier préparatoire en design à l'École de Condé Bordeaux, ont été sélectionnés pour la Biennale Internationale Design Saint-Étienne 2019 (du 21 mars au 24 avril) et pour intégrer la Galerie de l'IFD. Ouvert aux étudiants des écoles de design, d'art, de photographie ou encore de journalisme, ce concours de photo avait comme objectifs d'interroger le regard de chaque participant sur un futur désirable. Avec pour idée que le design prendrait ici tout son sens et s'exprimerait au travers des interprétations politiques, contemporaines, artistiques pour fédérer tous les acteurs de la société afin d'œuvrer tous ensemble à un monde meilleur.

"En dehors de ce concours, j'ai voulu répondre à une question plus personnelle, explique le jeune designer. L'art est accessible à celui ou celle qui travaille sa sensibilité et sa curiosité relative au monde. L'éducation de cette sensibilité n'est pas encore aujourd'hui évidente. Les mots seuls ne peuvent pas tout décrire alors je laisse ma photographie s'exprimer d'elle-même." témoigne Axel Rafie. Nice shot!

Plus d'informations : 1clickurls.com/1inS4pi.



JANUS 2017-2018



Mobilum, start-up souriante du mobilier en béton fibré. Fut'urbain 3/6

Votre demande a été prise en compte. Ajouter ce(s) thème(s) à ma newsletter personnalisée « On peut trouver le bonheur dans l'industrie » ! La joie de Christophe Chevalier, co-fondateur de Mobilum, renvoie aux singularités du plus jeune des six industriels du mobilier urbain embarqués dans

Fut'Urbain, la démarche d'innovation par l'usage que pilote l'institut technologique FCBA à Nantes. Après Concept Urbain et Sineu-Graff, le régional de l'étape occupe le troisième épisode du feuilleton.

Au fonds d'une impasse dans la zone industrielle de Le Loroux-Bottereau au sud de Nantes, nul n'imaginerait une telle pépite industrielle : ici travaille la dizaine de salariés de Mobilum, seul spécialiste français du béton fibré ultra-haute performance (B-fuhp) appliqué au mobilier urbain.

Unique en France

La start-up est née en 2014 pour combler un vide. Longtemps cadres commerciaux multimarques dans les secteurs de l'éclairage et des matériaux minéraux, Michael Mortier et Christophe Chevalier ont engagé leur rebondissement professionnel en 2014, à l'issue du chantier du tramway d'Angers : sur cette opération, aucun industriel français n'a pu répondre aux prescriptions de l'agence d'architecture nantaise AUP, pour réaliser le mobilier urbain en béton fibré à ultra-haute performance (B Fuhp).

Les deux complices n'ont pas voulu se satisfaire de cette impasse : avec le soutien de BPI France et de la région Pays-de-Loire, ils se sont engagés dans un marathon de recherche et développement, sans se laisser interrompre par la défection, en cours de route, d'un soutien bancaire initial. L'incident de parcours a entraîné une phase de redressement judiciaire suivi par l'entrée dans le capital de deux nouveaux associés, dont un industriel du mobilier urbain.

Design et performances

Nourri par une longue pratique d'écoute des professionnels de l'espace public et du design, les fondateurs n'ont revu aucune de leurs ambitions à la baisse, ni sur l'esthétique, ni sur la robustesse. Encouragé par le label **Janus** de la cité en 2016 pour les bancs dessinés par Sovann Kim, la jeune entreprise conforte sa notoriété avec Cécile Planchais pour une ligne de fontaines. En cours de fabrication pour les abords de la cathédrale de Rouen dans un projet dessiné par l'agence de paysage normande Folius, des galets géants sculptés en canapés urbains démontrent la liberté formelle autorisée par le matériau.

Canapés en forme de galets géants en cours de fabrication pour l'agence de paysage Folius et la ville de Rouen.

Mais tout en explorant les formes, la start-up reste concentrée sur la maîtrise de la résistance mécanique et de la durabilité. Dans des objets que le public appréhende par toutes leurs faces, ces performances se révèlent plus difficile à atteindre que dans les murs d'un bâtiment.

Malaxeur faïencé

Sur les conseils du Centre d'études et de recherche sur l'industrie du béton, Mobilum s'est offert un malaxeur conique et faïencé sans concurrent dans l'industrie française : la machine permet d'homogénéiser le matériau en 16 mn au lieu d'1 h 45. Au lieu de la fibre métallique couramment utilisée dans le bâtiment, des cheveux de plastique PVA importés du Japon donnent sa rigidité au matériau, tout en le préservant contre la rouille.

Hyper compact à l'issue du malaxage qui garantit une viscosité sans trous, le Bfup qui en sort ne contient que 20 % d'eau, au lieu de 80 % dans le béton traditionnel. En aval, la perfection du rendu repose sur le nettoyage méticuleux des moules. Sur le plan mécanique, les essais

démontrent qu'une masse d'une tonne ne provoque aucune déformation sur un banc de 5 cm d'épaisseur.

Patriotes nantais

Prototype de l'objet en cours de développement dans le cadre de Fut'urbain: une aubette de bus avec des assises en B-fuhp et des parois d'acier

« Profondément attachés à notre territoire, nous ne pouvions pas laisser échapper l'occasion de Fut'urbain », justifie Christophe Chevalier, qui tient à conforter la visibilité de l'entreprise dans son territoire. Michael Mortier, l'autre fondateur de la start-up, a représenté l'entreprise dans les workshops avec les élèves designers et le panel d'usagers de Nantes, encadrés par les experts de l'institut technologique FCBA.

A l'issue de ce travail collectif, l'aubette de bus en cours de finalisation reproduit la finesse caractéristique des premières assises issues des ateliers de Le Loroux-Bottereau. Elle y ajoute des parois en dentelles d'acier galvanisé et thermolaqué, et une charpente métallique destinée à servir de supports soit à des panneaux photovoltaïques, soit à des bacs de toiture végétalisée. « L'hypothèse d'un raccordement au réseau reste conditionnée à une commande en série », précise Annoulack Phommavongsa, chargée de la communication et de l'administration des ventes.

Profils atypiques

Le double profil de la première salariée de la jeune entreprise, autrefois chargée du sourcing pour des marques de textile, reflète une équipe atypique : « Nous avons recruté nos ouvriers parmi des cadres démissionnaires de grandes entreprises, désireux de s'impliquer dans une aventure industrielle et humaine », résume Christophe Chevalier.

Ces choix se prolongent dans la formation: un partenariat avec le lycée des Savarières, spécialisé dans les matériaux composites à Nantes, vise à formaliser les compétences encore non qualifiables du B-fuhp appliqué au mobilier urbain. La consolidation en cours à Mobilum passera par le déménagement dans un nouveau site, d'ici à la fin de l'année. Mais l'entreprise ne s'éloignera pas du sud nantais.



Alexis Tricoire a réaménagé la cour accessible depuis le boulevard des Capucines.

P. PH.B.

Plus vert et plus design, un nouveau carré Edouard-VII

Dans ce passage méconnu près du Théâtre Edouard-VII, le designer Alexis Tricoire met en scène la nature.

IX^e

PAR PHILIPPE BAVEREL

« **CRÉER DU MOBILIER** pour mettre en scène la nature qui apparaît d'autant plus précieuse qu'elle est bien encadrée. » Elle est l'ambition du designer Alexis Tricoire qui a inauguré hier les nouveaux atours du carré Edouard-VII (IX^e), résolument placé sous les auspices du design et de la végétation.

Constitué de trois cours en enfilade ceintes d'immeubles de bureaux au pied desquels sont installés quelques restaurants, le carré Edouard-VII constitue une sorte de passage ouvert au public en journée qui relie notamment le 22, boulevard des Capucines au Théâtre Edouard-VII.

C'est la Société foncière lyonnaise (SFL), propriétaire de cet ensemble immobilier, qui, pour réaménager cet espace moyennant 200 000 €, a fait appel à Alexis Tricoire, récompensé par le Janus du design en 2017 et 2018, label d'excellence reconnu par la profession. Soucieux d'« insuffler la force spirituelle de la nature dans la ville », le designer est connu notamment pour avoir installé une forêt suspendue dans le hall de la gare d'Angers en 2017.

CINQ ENSEMBLES DE BANCS

Pour « donner de la vie » à ces cours très minérales, égayées par les bandes orange et bleue appliquées il y a quelques années sur les façades par le plasticien Felice Varini, Alexis Tricoire, 50 ans, a conçu cinq ensembles de bancs en robinier –

« bois français imputrescible », précise-t-il – qui, mis bout à bout, serpentent sur 60 m. Agrémentés pour certains d'une tablette ronde en inox prévue pour poser un café ou un ordinateur.

« Un peu comme un bouquet, la végétation surgit du banc », explique le designer qui affirme avoir planté ici 34 espèces de plantes (euphorbes, pâquerettes...) dans de grandes jardinières sur une surface totale de 25 m². Dans la cour principale, un *gleditsia triacanthos* a pris racine. Le tout pourvu d'un système d'irrigation automatique. Les cyclistes, qui n'ont pas été oubliés, bénéficient dans un angle d'une spirale métallique pour attacher leur monture. Et pour cause : Alexis Tricoire, qui habite une maison dans le XII^e, ne se déplace qu'à vélo.



Paris : plus vert et plus design, un nouveau carré Edouard VII



Dans ce passage méconnu près du théâtre Edouard VII, le designer Alexis Tricoire a inauguré des bancs en bois de robinier qui serpentent et «mettent en scène la nature».

« Créer du mobilier pour mettre en scène la nature qui apparaît d'autant plus précieuse qu'elle est bien encadrée » : telle est l'ambition du designer Alexis Tricoire qui a inauguré ce jeudi les nouveaux atours du carré Edouard VII (IX^e), résolument placé sous les auspices du design et de la végétation.

Constitué de trois cours en enfilade ceintes d'immeubles de bureaux au pied desquels sont installés quelques restaurants, le carré Edouard VII constitue une sorte de passage ouvert au public en journée qui relie notamment le 22, boulevard des Capucines au Théâtre Edouard-VII.

Cinq ensembles de bancs

C'est la Société foncière lyonnaise (SFL), propriétaire de cet ensemble immobilier, qui, pour réaménager cet espace moyennant 200 000 €, a fait appel à Alexis Tricoire, récompensé par le **Janus** du design en 2017 et 2018, label d'excellence reconnu par la profession. Soucieux d'« insuffler la force spirituelle de la nature dans la ville », le designer est connu notamment pour avoir installé une forêt suspendue dans le hall de la gare d'Angers en 2017.

Pour « donner de la vie » à ces cours très minérales, égayées par les bandes orange et bleue appliquées il y a quelques années sur les façades par le plasticien Felice Varini, Alexis Tricoire, 50 ans, a conçu cinq ensembles de bancs en robinier (« bois français imputrescible », précise-t-il) qui, mis bout à bout, serpentent sur 60 m. Agrémentés pour certains d'une tablette ronde en inox prévue pour poser un café ou un ordinateur.

34 espèces de plantes

« Un peu comme un bouquet, la végétation surgit du banc », explique le designer qui affirme avoir planté ici 34 espèces de plantes (euphorbes, pâquerettes...) dans de grandes jardinières sur une surface totale de 25 m². Dans la cour principale, un gleditsia triacanthos a pris racine. Le tout pourvu d'un système (...) Lire la suite sur LeParisien.fr

Paris : les bars des bords de Seine s'engagent à baisser le son

Paris : aux Invalides, le E-Prix débute ce vendredi

Exposition à Paris : Picasso capital

Incendie de Notre-Dame : comment la police scientifique va travailler dans la cathédrale

Paris : 1 300 œuvres de Notre-Dame ont été mises à l'abri



Paris : plus vert et plus design, un nouveau carré Edouard VII

Dans ce passage méconnu près du théâtre Edouard VII, le designer Alexis Tricoire a inauguré des bancs en bois de robinier qui serpentent et « mettent en scène la nature ». « Créer du mobilier pour mettre en scène la nature qui apparaît d'autant plus précieuse qu'elle est bien encadrée » : telle est l'ambition du designer Alexis Tricoire qui a inauguré ce jeudi les nouveaux atours du carré Edouard VII (IX^e), résolument placé sous les auspices du design et de la végétation.

Constitué de trois cours en enfilade ceintes d'immeubles de bureaux au pied desquels sont installés quelques restaurants, le carré Edouard VII constitue une sorte de passage ouvert au public en journée qui relie notamment le 22, boulevard des Capucines au Théâtre Edouard-VII.

Cinq ensembles de bancs

C'est la Société foncière lyonnaise (SFL), propriétaire de cet ensemble immobilier, qui, pour réaménager cet espace moyennant 200 000 €, a fait appel à Alexis Tricoire, récompensé par le **Janus** du design en 2017 et 2018, label d'excellence reconnu par la profession. Soucieux d'« insuffler la force spirituelle de la nature dans la ville », le designer est connu notamment pour avoir installé une forêt suspendue dans le hall de la gare d'Angers en 2017.

Pour « donner de la vie » à ces cours très minérales, égayées par les bandes orange et bleue appliquées il y a quelques années sur les façades par le plasticien Felice Varini, Alexis Tricoire, 50 ans, a conçu cinq ensembles de bancs en robinier (« bois français imputrescible », précise-t-il) qui, mis bout à bout, serpentent sur 60 m. Agrémentés pour certains d'une tablette ronde en inox prévue pour poser un café ou un ordinateur.

« Un peu comme un bouquet, la végétation surgit du banc », explique le designer qui affirme avoir planté ici 34 espèces de plantes (euphorbes, pâquerettes...) dans de grandes jardinières sur une surface totale de 25 m². Dans la cour principale, un gleditsia triacanthos a pris racine. Le tout pourvu d'un système d'irrigation automatique.

Les cyclistes n'ont pas été oubliés qui bénéficient, dans un angle, d'une spirale métallique pour attacher leur monture. Et pour cause: Alexis Tricoire, qui habite une maison dans le XII^e, ne se déplace qu'à vélo.

Ça boum pour les sœurs Boehm !

IL Y A UN AN ET DEMI, NOUS VOUS PRÉSENTIONS LES SŒURS BOEHM (DESIGN FAX 1053). DEPUIS, LES DEUX JEUNES DESIGNEUSES TRACENT LEUR CHEMIN ET ENCHAÎNENT LES PRIX ET PROJETS INNOVANTS. PORTRAIT.

Sur la scène du Grand Rex, ce 2 avril, lors de la Silver Night 2019, le public n'a d'yeux que pour elles. Nancy et Lou-Anne Boehm viennent de rafler le Trophée SilverEco 2019 catégorie tech pour Maase, un "plaid sensoriel connecté" pour adultes aux vertus relaxantes grâce à des effets lumineux, sonores, chauffants et massants. Âgées de 26 ans, les sœurs jumelles designeuses multiplient les récompenses. Là un *Janus* de la santé décerné par l'Institut Français du Design fin 2018 ; ici, au concours de start-ups EDHEC Entreprendre en avril 2018 ; deux prix "Innovation Sociale" remportés ; trois mois plus tard encore, lauréates du concours de l'incubateur Antropia Essec... Sans oublier le dernier salon Maison&Objet, où les jumelles ont exposé des luminaires et objets déco sous la marque française KNGB Création.

Inséparables sœurs Boehm

"*Nous marchons toujours en pack de deux*", glisse Lou-Anne. "*Si vous nous mettez dans une pièce séparée et nous posez les mêmes questions, sûr que vous aurez exactement les mêmes réponses*", poursuit sa sœur. Physiquement aussi, la ressemblance est frappante : mêmes traits, allure, coiffure... Facile pourtant de les différencier. L'une est blonde, Lou-Anne ; l'autre est brune, Nancy. Mais n'allez pas leur dire qu'elles sont interchangeable. "*Nous avons des personnalités très différentes*", soulignent-elles. "*Nancy est une fonceuse qui est toujours à 100 à l'heure*", explique Lou-Anne. "*Tandis que Lou-Anne est plus posée avec une fascinante capacité d'adaptation à toutes les situations, un vrai caméléon*", sourit l'autre sœur. L'eau et le feu ? Pas vraiment. Leur gémellité leur confère un lien indéfectible. "*On se comprend sans se parler mais quand il faut se dire les choses, on n'hésite pas*", explique Nancy. Ça peut servir lorsque l'on travaille en binôme...

Mode, design et textiles innovants

Le design, les deux jumelles l'ont dans la peau. "*Nous sommes tombées dans la marmite dès l'enfance*", entonnent-elles d'une seule voix. Car, quand l'une commence une phrase, l'autre, généralement, la termine. À 10 ans, elles veulent déjà être designeuses, à 15, intégrer l'école Estienne, ce qu'elles feront après le collège. Puis, c'est la (courte) séparation. Nancy se forme au tissage et à la sérigraphie à l'école Olivier de Serres, Lou-Anne aux structures textiles et aux techniques d'aiguille à Duperré. Elles se rejoignent à l'Institut national des métiers d'art

pour y étudier notamment la plumasserie et chapelierie. Les jumelles s'orientent ensuite vers le numérique : un master consacré à la recherche en design et art numérique pour Lou-Anne et interactions, objets connectés et design UX pour Nancy. Elles se lancent en indépendantes dans la mode, le design et les textiles innovants et naviguent entre workshops d'innovations, créations propres et confection de robes de haute-couture. Les deux sœurs travaillent alors pour de prestigieuses maisons telles Chanel, Saint-laurent, Gucci ou encore Céline. Mais décidément ces filles n'aiment pas être corsetées et aspirent à autre chose. "*L'univers est passionnant mais pas toujours aussi avant-gardiste qu'on l'imagine*", estime Lou-Anne. "*Il y a beaucoup de carcans et peu d'humanité dans les rapports humains*", poursuit Nancy. Alors, les jumelles reprennent leur liberté. Nancy en profite pour aller voir ailleurs et s'échapper en Bulgarie et en Suède où elle travaille dans des start-up sur des textiles interactifs. "*On voulait faire autre chose, être plus utile, entreprendre par nous-même et pour les autres*", explique Nancy. "*On s'est dit : on a de l'empathie débordante et on sait faire des choses avec nos mains, alors lançons-nous !*"

Lou-Anne et Nancy conçoivent ainsi leurs premières créations. En composant et travaillant des matières hybrides, des matériaux composites, de la résine, du silicone, des plumes, de la maille 3D... Des objets connectés étonnants. Elles créent notamment des produits de décoration comme le miroir Shapeshifter orné de plumes thermochromes et des lampes qui changent de couleurs en fonction de la lumière extérieure. Jusqu'à leur création phare, Maase, ce fameux "plaid sensoriel", textile interactif qui chauffe, masse, relaxe et change de couleurs et de sons en fonction des programmes choisis. Pour se faire accompagner, les entrepreneuses se connectent (c'est le cas de le dire) à deux incubateurs (Antropia Essec et le Centre européen des textiles innovants à Tourcoing). "*Au départ, ce devait être un produit de relaxation pour le grand public. Puis, nous avons pris conscience que les besoins étaient immenses dans le milieu de la santé notamment pour les personnes âgées*", indiquent les sœurs qui ont elles-mêmes été "aidantes" avec leur grand-mère durant de nombreuses années.

Un plaid sensoriel testé en Ehpad

Des prototypes sont testés dans six Ehpad dans le cadre de thérapies douces. Résultats : Maase apaise et rassure notamment les patients atteints d'Alzheimer. Le plaid aux vertus thérapeutiques est actuellement à l'essai dans un établissement parisien du groupe Korian (maisons de retraite médicalisées). À la recherche d'investisseurs maintenant que leur structure Studio Twins Paris est sur pied (créée le

mois dernier), leur stratégie B to B s'inscrit dans un marché de 7 000 Ehpad en France et 728 000 résidents qui devrait croître, marché qui, selon plusieurs études, devrait croître de 200% d'ici à 2040. *"Le personnel aussi nous les demande. Tous aspirent à plus de bien-être"*, commente Nancy. Lou-Anne opine : *"Le rôle du designer est d'être tourné vers les autres, d'être toujours à l'avant garde et ne jamais oublier sa responsabilité sociale et environnementale"*. Décidément beaucoup de cœur chez ces Boehm et du baume au cœur pour tous ! ■



Hager mise sur le design avec sa nouvelle gamme gallery

Hager, qui a passé la barre des 2 milliards de chiffre d'affaires en 2018, présentait ce vendredi 12 avril sa nouvelle gamme gallery, une nouveauté qui vise à faciliter le quotidien des installateurs grâce à un mécanisme unique et une nouvelle application. Gallery, c'est aussi une nouvelle offre design qui propose des produits personnalisables aux architectes, designers et particuliers qui souhaitent choisir différentes couleurs et matières. Hager a présenté ce vendredi 12 avril sa nouvelle gamme gallery, qui propose 28 finitions pour plus de design et de personnalisation, mais qui facilite aussi la vie des installateurs grâce à un mécanisme unique pour tous les types d'interrupteurs.

« C'est une gamme unique qui s'adresse à la fois au résidentiel et au tertiaire », souligne Philippe Lemarotel, directeur marketing de l'offre Hager, qui rappelle que les « installateurs ont besoin de produits faciles à installer ».

L'autre atout de cette nouvelle gamme ? Le design et son potentiel de personnalisation, qui offre de multiples combinaisons possibles de couleurs et de matières.

Rendre visible l'invisible » : du blanc vers une palette de couleurs

« Quand on regarde nos ventes, c'est à 80% du blanc », constate le directeur marketing de l'offre, qui explique que Hager veut désormais « rendre visible l'invisible ». Avec cette nouvelle gamme, ce sont 28 finitions disponibles, avec plusieurs couleurs et matières, comme du bois, de la pierre, du verre, de l'inox, de l'aluminium et même du cuir, le tout dans des prix accessibles.

L'interrupteur peut être bicolore, selon le choix de couleur de la plaque et de l'enjoliveur. Les architectes, les designers et les particuliers peuvent donc personnaliser leur demande en fonction de leurs envies (style industriel, scandinave, vintage etc.).

Erwin Van Handenhoven, directeur design, rappelle que l'interrupteur est un « touch-point », l'un des seuls endroits de la maison, avec les robinets et les poignets de portes, que l'on touche et avec lequel on communique : « c'est donc un produit qui doit être bien pensé et agréable à utiliser ».

La gamme gallery, c'est aussi un design sobre et classique, qui pousse Erwin Van Handenhoven à le comparer au style d'Audrey Hepburn, plutôt qu'à celui de Marilyn Monroe. L'interrupteur gallery présente un profil en équerre et un fin trait de lumière optionnel qui peut être utilisé comme témoin indiquant qu'une lumière est allumée ou en signalisation dans le noir. Le directeur design souligne que la gamme a d'ailleurs reçu deux prix : le **Janus** de l'industrie par **l'Institut français du design**, et le Good Design Award par le Chicago Athenaeum.

Plus de connectivité

La gamme gallery peut également être combinée avec coviva, pour tout ce qui est commandés à distance, afin d'allumer ou d'éteindre une lumière, ou encore bénéficier de la fonction Bluetooth pour fonctionner avec les hauts parleurs et les assistants vocaux comme Google Home ou Alexa d'Amazon.

Autre nouveauté Hager : le lancement d'un bandeau d'alerte connecté au tableau électrique, qui notifie l'utilisateur sur son smartphone en cas de dysfonctionnement ou de coupure de courant.

Une nouvelle application pour faciliter la vie des artisans

Hager annonce également avoir lancé sa nouvelle application Hager Ready 2.0, disponible depuis le 25 février 2019, et bien plus pratique que la feuille de papier. Cette application très simple d'utilisation accompagne l'électricien sur le démarrage du chantier et permet à l'installateur d'effectuer un pré-devis en comptant le nombre de prises et de poses nécessaires, tout en prenant en compte les demandes spécifiques des clients (variateur de lumière, volets roulants, détecteur automatique, prise USB etc.). Pour le directeur général Hager France, Stephan Kreutzer, c'est un succès, puisque l'application a déjà été téléchargée 40 000 fois.



Soeurs jumelles, elles sont associées dans une start-up de design

Nancy et Lou-Anne Boehm ont créé un studio de création produits spécialisé dans le textile intelligent. Leur innovation phare, un plaid relaxant, doit être commercialisé auprès d'hôpitaux et d'Ehpad à la fin de l'année.

Lou-Anne Boehm est blonde ; Nancy, sa soeur, brune. Au premier regard, impossible de les confondre. Mais, comme les célèbres « *Demoiselles de Rochefort* », ce sont bien des jumelles. Lou-Anne et Nancy Boehm sont également associées. Toutes deux designers, elles ont travaillé ensemble en profession libérale pendant trois ans, avant de cofonder, ce printemps 2019, Studio Twins Paris .

Sous ce statut d'entrepreneuses leur assurant une totale liberté, elles mènent ensemble différents projets de création produits et de conseil en design. Leur création phare s'appelle MAASE, un « plaid sensoriel » pour adultes aux vertus relaxantes grâce à des effets lumineux, sonores, chauffants et massant.

Une répartition des tâches naturelle

Si elles n'ont pas toujours fréquenté les mêmes écoles, les soeurs Boehm, 26 ans, ont suivi des itinéraires proches dans la mode, le design et le textile innovant. Etant très attachées à leur indépendance, se mettre à leur compte « *en fusionnant leur savoir-faire et leurs compétences* » s'est imposé comme une évidence. Leur lien gémellaire, si particulier, facilite la communication et les prises de décision. D'autant qu'elles n'ont pas attendu la création de leur start-up pour travailler sur des projets communs. « *Nous n'avons pas besoin de nous parler beaucoup*, indique Nancy Boehm. *Les choix sont faits de manière très fluide sans débattre pendant des heures* ». A LIRE AUSSI La Chaise Française mixe design et bon sens paysan

Les start-up qui réussissent le mieux possèdent souvent des équipes aux profils complémentaires. Même si ce n'est pas le cas chez Studio Twins Paris, les soeurs Boehm ne le vivent pas comme un handicap. La répartition des tâches se fait naturellement en fonction des caractères de l'une et de l'autre. Plus fonceuse, Nancy part souvent à l'attaque. « *C'est pourquoi elle gère la recherche de partenaires, la prospection et plus globalement le développement commercial* », explique Lou-Anne, plus apaisée, qui va se concentrer davantage sur le sourcing des fournisseurs et la communication. Chacune apporte à l'autre ses propres savoir-faire techniques, en fonction des projets.

Le plaid sensoriel Maase a été créé par les designers Lou-Anne et Nancy Boehm. - Studio Twins Paris

Un plaid sensoriel pour personnes âgées

Après trois ans d'association, pas de danger de tourner en rond ? « *On essaye de se remettre en question dans un brainstorming permanent* », assure Lou-Anne. Par ailleurs, les entrepreneuses sont connectées à deux incubateurs (Antropia Essecet Centre européen des textiles innovants), un écosystème bienveillant qui les conseille, notamment sur la partie commerciale.

Cet accompagnement les a incité à faire pivoter leur projet de plaid « intelligent ». Lancé avec une approche grand public, MAASE suit maintenant une stratégie BtoB pour associer des professionnels de la santé au développement du produit. Depuis deux ans, plusieurs tests ont été menés dans six EHPAD. Actuellement, le plaid aux vertus thérapeutiques est à l'essai dans un établissement parisien du groupe Korian (maisons de retraite médicalisées).

Par ailleurs lauréates de plusieurs prix (Concours Total Edhec Entreprendre, **Janus** de la Santé), les soeurs Boehm ont ainsi renforcé leur crédibilité pour déclencher l'intérêt de plusieurs groupes

hospitaliers. Leur objectif est maintenant de démarrer la commercialisation de leur plaid d'ici à la fin de l'année.



Stellina, télescope connecté et hybride par Ova Design et Vaonis

Le télescope révolutionnaire Stellina s'est vu décerner en mars 2019 le Red Dot Design Award Best of the Best dans la catégorie Photographie & Équipement. Il s'agit du 4ème prix de design décerné au télescope aux allures du futur. Avant cela, il y a eu l' Observateur du Design (2018), le **Janus** de l'Industrie (2017 et 2018) et le CES Innovation Award

(2018).

Le design de Stellina, hybride entre le télescope et l'appareil photo, est le fruit d'une collaboration avec l'agence Ova Design, bureau de design spécialisé dans l'étude des usages et l'expérience utilisateur. En 2014, lorsque l'idée de Stellina émerge, Cyril Dupuy (fondateur de Vaonis, entreprise basée à Montpellier) l'imagine déjà sous la forme monobloc qu'on lui connaît. Le créateur du télescope du futur sollicite l'agence pour peaufiner sa conception et ses détails. L'équipe de designers cerne rapidement la vision du produit voulue par Cyril Dupuy, ainsi que ses besoins et contraintes. Par leur recherche et travail, ils feront ensemble de Stellina un des produits les plus innovants et esthétiques de sa catégorie.

TECHNOLOGIE

MANUTENTION

Le RX20 de Still, coup de foudre au quai d'Orsay !

C'est à l'unanimité du jury que le RX20 s'est vu attribuer le prix du Janus de l'industrie par l'Institut français du Design et décroche même la mention Excellence. Le prix a été remis dans les prestigieux locaux du Quai d'Orsay.



© Still

Le RX20, un chariot frontal à tout faire d'une maniabilité exceptionnelle.

« Nous sommes très fiers d'avoir obtenu ce prix qui récompense un tout nouveau design et une ergonomie pensée pour un meilleur confort du cariste », explique Pierre Guillaumot, président de Still France. Après avoir obtenu le trophée IFOY 2018 du Chariot élévateur de l'année, le RX20 de Still vient donc d'être à nouveau récom-

pensé par un jury d'experts, composé de professionnels dans des secteurs d'activités divers (design, marketing, technique, distribution...). Qu'avez-vous fait pour améliorer la vie de vos clients ? C'est à cette question que Pierre Guillaumot a dû répondre avant de recevoir le prix. « Still a totalement revisité son chariot best-seller, l'adaptant

aux nouveaux besoins du marché et le dotant d'un grand nombre d'équipements permettant une personnalisation propre à chaque utilisateur », a-t-il expliqué. Le RX20 est un chariot frontal à tout faire offrant une maniabilité exceptionnelle, dont les atouts s'affirment aussi bien en intérieur qu'en extérieur. Il offre un rendement maximal dans toutes les situations, y compris sur les rampes les plus fortes, le tout piloté depuis un poste de conduite à l'ergonomie encore améliorée bien au-delà des normes actuelles. 68 ans après la déclaration Schuman prononcée dans le salon de l'Horloge, le Quai d'Orsay a accueilli le 17 décembre 2018 la cérémonie de remise des labels Janus de l'Institut français du Design

qui célébrait ses 65 ans ; 76 réalisations ont été récompensées dont 14 mentions Excellence attribuées aux réalisations qui optimisent toutes les qualités recherchées aujourd'hui et correspondant aux critères des « 5 E » : Économie, Ergonomie, Esthétique, Éthique et Émotion. La cérémonie était présidée par Jean-Baptiste Lemoine, secrétaire d'État au ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. En France, Still emploie 800 personnes et dispose de 15 agences et près de 30 partenaires répartis sur l'ensemble du territoire national. Still appartient au groupe Kion. ■

Société : Still France
Contact : Lise Gerbet
Tél. : 01 64 17 40 73
E-mail : lise.gerbet@still.fr

Un 'frenchy' à l'international



Janus du Design 2017 et 2018 (Espace de Vie et Industrie), Award Winner du "French Design 100" 2018/2019, finaliste des Talents du Luxe "Bien-être" 2019... ces prix prestigieux distinguent 15 années de recherche et création d'Alexis Tricoire en design avec le végétal, ainsi que son rayonnement du "French Design" à l'international. Dernière création en date, un jardin suspendu dans les Galeries Lafayette de Shangai.

REPORTAGE  AILLEURS

Optique E.Leclerc gagne en visibilité

POUR RÉPONDRE AUX ENJEUX DU MARCHÉ DE L'OPTIQUE, **LECLERC S'EST LANCÉ UN NOUVEAU DÉFI : RENDRE L'OPTIQUE SIMPLE ET ACCESSIBLE À TOUS GRÂCE, NOTAMMENT, À LA DIGITALISATION DU POINT DE VENTE. UN PARTI-PRIS AUDACIEUX, RÉCOMPENSÉ PAR UN JANUS DU COMMERCE.**

PAR PEGGY CARDIN-CHANGIZI



chaque année, et ce depuis 65 ans, l'Institut Français du Design récompense les entreprises et les collectivités les plus innovantes en matière de design qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de « la Personne, l'Industrie et la Cité ». L'édition 2018 a fait la part belle aux acteurs de

la filière optique avec pas moins de 5 Janus décernés : le Janus de l'industrie a été attribué au lunetier jurassien Vuillet Vega ; Essilor et « Ki Et La » ont reçu le Janus de la Santé ; quant au Janus du Commerce, il a été décerné au nouveau concept commercial Optical Factory et à Optique E.Leclerc pour son concept

« Dix sur Dix ». Le jury a notamment apprécié « la relation de conseils avec le client développée autour d'un parcours simple et aéré ».

À LA MODE de chez nous. L'agence Lonsdale (ex AKDV), en charge du projet, a travaillé sur le style de la marque. « Nous avons réalisé un benchmark des tendances, pour finalement proposer un bleu feutré qui rompt avec les codes traditionnels des magasins d'optique et qui fait ressortir le mobilier blanc et les enseignes lumineuses, explique Lucile Habègre, chargée de la création au pôle Architecture et Retail. Nous avons conçu ce concept comme un magasin de mode ou d'accessoires, où l'expérience client est essentielle, notamment grâce au digital ». Si les ventes en mural restent une évidence, l'agence a également proposé un espace de vente central - tout en bois et avec des lumières orange -, dédié aux enfants. « Les meubles hauts au centre d'un magasin d'optique créent la surprise, assure François Hannebicque, directeur de création du pôle Architecture & Retail. Cela nous a



LA BULLE ORANGE, dédiée aux enfants et identifiée par la marque propre « Léo & Mirette », permet aux plus jeunes d'appréhender les essayages de manière ludo-éducative.



POUR SON NOUVEAU CONCEPT, Optique E-Leclerc s'est inspiré des magasins de mode, où l'expérience client est essentielle. Ici, le choix du client s'opère par la forme des montures, conçues comme des enseignes lumineuses intérieures.

aussi obligés à travailler sur des éclairages embarqués ». Ce concept architectural a été inauguré en 2017 dans le centre de la France, alors que l'enseigne de distribution lançait sa marque propre « Dix sur dix ».

GRÂCE AU MIROIR INTELLIGENT, les clients peuvent gérer leur essai de manière autonome et fluide.



LE DIGITAL à l'honneur. En rupture avec les codes habituels du marché, l'agence a créé un concept où les outils digitaux sont au cœur de l'expérience client : casques digitaux – grâce à la réalité virtuelle les casques permettent de simuler les différents traitements de verre dans différents environnements : brouillard, pluie, vision de près ou de loin – le miroir intelligent, un grand miroir divisé en deux parties, à gauche un appareil photo capte le visage sous différents profils, et à droite le vrai miroir restitue les différents essayages. Ce miroir intelligent permet au client de gérer son essai de manière autonome et fluide. Le client peut alors tester de multiples montures, prendre des photos puis rechausser ses lunettes pour visualiser le résultat de ses différents essayages. Après avoir flâné dans la boutique et fait ses premiers choix, le client est pris en charge. « La posture client/conseiller est elle aussi très rupturiste dans l'optique et s'apparente à celle d'un coiffeur visagiste, tous deux face à un miroir magique qui permet de se voir de profil, même sans correction », précise François Hannebicque.

UN ESPACE et une offre segmentés.

Le parcours client est balisé par un affichage dynamique où la signalétique structure de nouveaux espaces : un espace solaire pour favoriser l'achat d'impulsion, une « bulle » dédiée aux enfants (avec un nouveau logo « Léo & Mirette ») et installée au cœur du point de vente permet aux plus jeunes d'appréhender le monde de la lunette de manière ludo-éducative, un rayon pour les lunettes spécifiques et les accessoires, un accueil « contactologie » à proximité de l'atelier, une borne Doctolib facilitant la prise de rendez-vous auprès de professionnels de santé, un espace interactif pour découvrir l'Art de Lunette doté d'un écran tactile pour découvrir la fabrication de lunettes, l'expertise des opticiens... et une salle d'examen. « À la différence de beaucoup de magasins traditionnels qui ont tendance à catégoriser leurs produits par descente de marque, nous avons choisi de ranger nos montures par forme et par prix ». Même traitement pour la marque d'enseigne qui couvre toutes les unités de besoin tant en termes de formes (4 formes distinctes) que de niveaux de prix (4 niveaux : 29 €, 49 €, 99 € et 149 €). « Tous

POURQUOI ON EN PARLE ?

- Ce concept exige des vendeurs opticiens d'être formés en conseils clients.
- L'expérience client repose sur des technologies digitales : miroirs connectés, casques digitaux, bornes, tablettes...
- En rupture avec les codes habituels du marché, E-Leclerc Optique propose une segmentation de l'offre par forme et par prix.



LE BLEU FEUTRÉ fait ressortir le mobilier blanc et les enseignes lumineuses.

ces changements ont rendu indispensable la construction d'une signature relationnelle, qui forme les équipes à prendre en charge le client d'une manière nouvelle intégrant ce parcours d'innovations », insiste Anne-Laure Thorat-Cognet. Tous les vendeurs de l'enseigne sont des opticiens diplômés. Ils bénéficient d'un parcours de formation pour apprendre à conseiller au mieux les clients, tant en visagisme qu'en technique de vente. Ce nouveau concept prévoit d'être déployé dans 200 points de vente d'ici à 2020. ●



Safran : Les innovations Safran s'exposent sur Aircraft Interiors Expo à Hambourg

Paris, le 1er avril 2019

Safran, un des leaders mondiaux des équipements pour intérieurs d'avion, est présent sur les trois espaces d'Aircraft Interiors Expo qui se déroule du 2 au 4 avril 2019 à Hambourg.

Sur le stand principal, Safran Seats présente une large gamme de sièges, pour classes affaire, premium économie ou économie, destinée aux avions courts, moyens et long-courriers. Safran Seats répond aujourd'hui tant aux attentes des compagnies aériennes qui demandent plus d'efficacité opérationnelle, qu'à celles des passagers, plus sensibles au confort à bord. L'utilisation de nouveaux matériaux, les nouvelles technologies d'industrialisation et les travaux menés sur l'ergonomie et le design de ces sièges permettent de satisfaire à cette double exigence.

Dans la maquette de cabine ECOS, Safran Cabin innove et expose de nouvelles solutions d'optimisation de l'espace au service de la sécurité et du confort des passagers et personnels navigants. Sont également présentés des équipements permettant un service en cabine haut de gamme avec la gamme d'inserts de cuisine Nuvo : fours et appareils à boissons de dernière génération. Sur ce même stand, Safran Aerosystems présente les derniers équipements développés, comme le Revolution Toilet, qui dispose d'un nouveau système d'économie d'eau et de rinçage, et dont la maintenance est facilitée.

Sur le salon World Travel Catering Expo (WTCE), Safran Cabin présentera sa gamme de chariots Hybrite S et Sophy, une nouvelle application pour chariots connectés.

Enfin, Safran est également présent dans la zone IFEC (In-Flight Entertainment & Communications), avec les dernières technologies de divertissement et de communication à bord, notamment les nouveaux écrans RAVE (Reliable, Affordable and Very Easy).

A découvrir sur les trois stands Safran

Confort, intimité et personnalisation des sièges de classe affaire

Le siège OPTIMA, pour avions long-courriers Airbus A330 et A350 et Boeing 777 et 787, permet une double optimisation de l'espace : l'implantation en biais offre un accès direct à l'allée pour tous les passagers, et l'espace pour chacun reste optimisé et doté d'équipements de grand confort comme une option lit double. Le siège haut de gamme Skylounge Core est lui développé pour les Airbus A330 et Boeing 787 et offre aux passagers un environnement de vie plus large avec un siège de 20 pouces et une surface de lit à plat. Ces nouveaux sièges disposent également de nombreux éléments de personnalisation pour les compagnies aériennes. Le Skylounge Core s'est d'ailleurs vu décerner le label **Janus** d'excellence par **L'Institut Français du Design** en décembre 2018 car il répond aux cinq critères 'E' du Label : économique, esthétique, ergonomique, éthique et émotionnel.

Pour améliorer encore la qualité du voyage et se différencier, les compagnies aériennes souhaitent offrir plus d'intimité et de confort à leurs passagers en classe affaire. Safran Seats a développé une porte flexible en matériaux souples qui peut être intégrée dans le siège, avec un impact minimum sur l'espace de vie du passager, offrant ainsi une expérience de vol proche de la première classe. Cette porte flexible s'adapte notamment au nouveau siège VERSA, une nouvelle génération de sièges disposés en chevrons dans la cabine. Outre le confort d'une position horizontale avec une intimité renforcée, son implantation permet une optimisation du nombre de passagers.

Les rangements optimisés et des services à bord de qualité

Les coffres à bagages ECOS sont désormais disponibles en version à étagère fixe. Cette variante conserve toute la capacité du coffre ECOS pivotant, et offre une plus grande facilité de chargement. Ces coffres, plus légers, limitent l'encombrement dans la cabine, tout en étant dotés d'une porte facile à fermer. Comme toute la gamme des éléments ECOS, cette version est

disponible en rétrofit sur les Airbus A320.

La nouvelle application SOPHY pour chariots de service est conçue pour améliorer les services en vol : grâce à une simple balise universelle, la compagnie aérienne peut localiser et suivre ses chariots tout au long de leur utilisation. Des informations opérationnelles et commerciales sont ainsi collectées à chaque étape de l'exploitation, comme les transferts, le nettoyage, la qualité des aliments, les stocks et les prévisions de maintenance.

Systèmes de divertissement et d'alimentation électrique

Safran Aerosystems présente au sein de l'espace IFEC du salon, RAVE, un système de divertissement à bord, et doté d'innovations comme un accès à l'audio pour les passagers avec leurs propres casques Bluetooth ainsi que la vidéo haute définition 4K. Le système Rave propose différentes configurations d'écran à contenu intégré et à faible consommation.

Sur ce même espace, une nouvelle génération de systèmes d'alimentation électrique USB de type « A+C In Seat » est aussi exposée. Capables de charger la plupart des appareils électroniques personnels tels que smartphones, tablettes, ordinateurs portables, ces prises peuvent fournir jusqu'à 45 W d'alimentation à chaque passager

Pour découvrir toutes ces nouveautés, visitez Safran sur le stand principal - 7B40 - dans le Hall B7, sur le stand 4C20 de l'IFE, et sur le stand 4E10 de WTCE Expo.



Le smart télescope Stellina collectionne les awards

Le télescope français Stellina s'est vu décerner le Red Dot Design Award, mention Best of the Best, dans la catégorie Photographie & Équipement. Il s'agit du 4e prix de design décerné à Stellina, après l'Observateur du Design (2018) et le **Janus** de l'Industrie (2017 et 2018). Il avait également reçu en janvier 2018 le CES Innovation Award dans la même catégorie.

Le Red Dot Design, une reconnaissance internationale

Le Red Dot Design Award est un prix international de design créé en 1955 en Allemagne pour récompenser les meilleurs designs de produits. Recevant chaque année plus de 5 000 candidatures, au travers de 48 catégories de produits, il s'agit du plus prestigieux concours de design au monde. Le jury est composé d'environ 40 experts venus des quatre coins du globe qui testent, débattent et évaluent les qualités de chaque produit sur des critères tels que le degré d'innovation, les fonctionnalités, l'ergonomie, la solidité / durabilité ou la composante émotionnelle et symbolique. La mention Best of the Best distingue les meilleurs produits dans leur catégorie, pour leur design novateur d'exception. Cette année, seulement 1,5% des participants (80 produits sur 5500) se sont vu gratifier de cet honneur.

Secrets d'inspiration

Le design de Stellina, hybride entre le télescope et l'appareil photo, est le fruit d'une collaboration avec l'agence Ova Design, bureau de design spécialisé dans l'étude des usages et l'expérience utilisateur. En 2014, lorsque l'idée de Stellina émerge, Cyril Dupuy l'image déjà sous la forme monobloc qu'on lui connaît. Le créateur du télescope du futur sollicite l'agence pour peaufiner sa conception et ses détails. L'équipe de designers cerne rapidement la vision du produit voulue par Cyril Dupuy, ainsi que ses besoins et contraintes. Par leur recherche et travail, ils feront ensemble de Stellina un des produits les plus innovants et esthétiques de sa catégorie. Volontairement il y a peu de boutons sur le produit (un seul) notamment pour montrer l'usage ultra-simple et assisté. L'identité de l'objet le rend accessible à tous, il n'a pas une apparence trop technologique (comme les télescopes classiques), c'est un objet robotisé mais il ne fait pas peur.

« Nous souhaitons être en rupture avec les télescopes conventionnels, expliquent ses concepteurs. Stellina est une nouvelle génération de télescope, à ce titre il doit avoir un "form factor" unique. Lorsqu'il est fermé, nous avons une forme épurée et simple, qui vient s'animer automatiquement dès que le bras de l'optique vient s'ouvrir pour aller se positionner en direction des astres à observer. Nous voulions créer la surprise lorsque Stellina se déploie. L'objet se réveille, s'anime pour accompagner les utilisateurs, l'objet connecté devient un compagnon pour vivre une expérience utilisateur nouvelle. »



Eklo Hotels ouvre une adresse à Bordeaux

Le groupe Eklo Hotels, 100% français, déploie depuis sa dernière ouverture à Lille en 2017, un nouveau concept d'hôtellerie.

Au printemps 2019, le groupe ouvrira son adresse phare à Bordeaux où il a transféré son siège depuis deux ans pour la mise en œuvre de ce projet.



@Patriarche

Ouverture d'Eklo Bordeaux Centre Bastide

En mai prochain, une nouvelle adresse viendra animer la rive droite bordelaise, en pleine mutation. Eklo Bordeaux Centre Bastide ouvrira ses portes dans l'éco-quartier Bastide-Niel (tram A Jardin Botanique) et proposera 128 chambres, un bar & restaurant, un espace de co-working et une salle privatisable pour organiser une réunion ou un atelier. Fidèle à son concept d'adresse hybride et atypique, Eklo Hotels accueillera bordelais et voyageurs de passage.

Conçu et construit par Patriarche, architecte du projet, le futur bâtiment s'inscrit parfaitement dans le nouveau quartier en création dessiné par l'architecte urbaniste Winy Maas de l'agence MDRDV. L'architecture atypique du bâtiment donne de la force à l'hôtel et un aspect unique. La forme arrondie de la pointe et les grandes baies vitrées orientées plein sud ont été pensées pour capter la lumière.

Des adresses éco, écolo et conviviales

v Petit prix

Eklo réussit le pari de combiner le meilleur de l'hôtellerie économique et de l'auberge de jeunesse. Etudiants, touristes, voyageurs d'affaires, tous trouvent leur bonheur parmi la grande diversité d'hébergements proposés, à petit prix. Ce sera le cas également à Bordeaux avec une offre très variée : chambre privative, chambre famille, dortoirs et une nouveauté : EkloStudio et EkloAppart en location pour des séjours de moyenne et longue durée.

Eklo s'inscrit dans une démarche éco-responsable, au cœur de ses valeurs, et développe des solutions et partenariats innovants dans les villes où elle s'implante. A Bordeaux, Eklo s'installe au cœur de l'écoquartier de Bastide Niel et sera alimenté par le réseau de chaleur urbain géothermique à la fois durable et responsable. L'hôtel, qui a placé des panneaux solaires sur le toit pour une autoconsommation électrique, prévoit ainsi de belles performances énergétiques et une consommation d'énergie réduite.

Eklo choisit Zéro Mégot, une startup engagée dans l'économie sociale et solidaire ou encore les Détritivores pour proposer une nouvelle solution compétitive de tri et de collecte sélective des

biodéchets.

v Convivial

Avec ses grands espaces communs chaleureux designés par le Studio Janréji (et ayant reçu le **Janus** de l'Espace de Vie 2018 décerné par l'**InstitutFrançaisduDesign**), son restaurant proposant une carte de saison locale 100% fait maison, son espace de co-working, ses espaces de jeu et sa cuisine collaborative, Eklo est bien plus qu'un hôtel : un lieu de vie. On y « chill », on y mange, on y travaille, bref on y vit ! Outre ses clients, ses adresses sont également ouvertes aux habitants et travailleurs du quartier souhaitant passer un moment agréable dans un lieu convivial. Nul doute que bordelais et touristes sauront rapidement s'approprier cette nouvelle adresse et profiter de la programmation du lieu : soirées stand'up, DJ set, soirs de match, ateliers éco-responsables, cours de yoga ...

Eklo Bordeaux en quelques chiffres

- Ouverture mai 2019
- 128 chambres à partir 40€ et 20€ le lit
- Plats à partir de 10€
- Menus complets à partir de 15€
- Petit-déjeuner à 6€

Réservations www.eklohotels.com



PME & RÉGIONS



Christian Richters

DESIGN

Saint-Etienne, terre de design pour les entreprises. // **P. 24**



PMIE & REGIONS

Saint-Etienne, terre de design pour les entreprises

- Alors que la Biennale commence le 21 mars à Saint-Etienne, la Cité du design favorise les partenariats entre designers et entreprises.
- Une filiale privée de l'établissement public va être créée pour développer les transferts de compétences.

DESIGN

Denis Meynard

— Correspondant à Saint-Etienne

A partir du 21 mars, et pour un mois, Saint-Etienne et son bouillonnant écosystème autour du design seront sous les feux des projecteurs. « A Saint-Etienne, le design ce n'est pas qu'une stratégie de marketing territorial », souligne Thierry Mandon, qui a quitté la politique pour prendre en septembre la direction de la Cité du design. L'ex-député PS et secrétaire d'Etat compte renforcer les liens avec les entreprises. Car le design est aujourd'hui partout, de la production, aux usages, en passant par le management.

En juillet, une filiale sera créée au sein de la Cité. Cette future structure commerciale, de statut juridique privé, sera en charge des services aux entreprises et aux collectivités. En plus de ce que fait déjà l'établissement public, elle fera de la prospection, en allant au-devant des entreprises pour les sensibiliser au design, et les accompagner dans la recherche de professionnels et la mise au point de consultations de designers. La Cité sera également

dotée d'une représentation à Paris, où sont concentrés les gros acteurs de la profession.

Mobilier urbain

Pour preuve de sa montée en puissance, la Cité du design a accompagné 312 entreprises l'an dernier, soit plus du double qu'en 2017. « Nous intervenons pour première démarche ou bien pour intégrer le design comme une composante à part entière dans la stratégie de l'entreprise, quelle que soit sa taille », note Isabelle Vêrilhac, qui dirige le pôle Entreprises & Innovations.

Plusieurs entreprises du territoire se sont approprié avec succès cette culture. En premier lieu, des industriels stéphanois renommés du textile médical tels que Thuasne ou Sigvaris, ou la Tôlerie Forézienne, qui a été saluée par le Janus de l'industrie 2018 reçu avec le designer, Alexis Tricoire, pour un ensemble monumental de bancs végétalisés. Elle vient d'investir 1,2 million d'euros dans des équipements de découpe laser, une ligne de

peinture et une ébavureuse (une machine qui assure les finitions des pièces métalliques) pour doper la création de mobilier urbain. L'équipe travaille pour ce marché avec 25 designers différents. « Cela sert aussi notre fabrication traditionnelle de conduits de cheminée qui représente encore 60 % du chiffre d'affaires », explique Joël Lemoine, directeur général de la Tôlerie Forézienne, qui emploie une centaine de salariés.

Usagers

D'autres ont su se rapprocher avec succès de designers pour booster leurs produits. La société de sous-traitance mécanique Ledin s'est associée à Arthur Maneint pour créer un module d'éclairage solaire autonome. Il est en test pour équiper les 68 gares du futur Grand Paris Express. Saint-Romain, le leader de la vaisselle adaptée pour personnes handicapées, met sur le marché la première gamme d'articles d'origine 100 % végétale. De son côté, la start-up Hexadrone, spécia-



lisée dans les drones, et lauréate d'un Red Dot Award, un des prix internationaux les plus renommés, a fait le choix « d'intégrer un étudiant en design dans l'équipe », confie son dirigeant, Alexandre Labesse.

Il n'y a pas que dans le secteur industriel que ça bouge. L'entreprise de services Serenicity a été créée à l'initiative de l'armurier Verney-Carron, qui était allé au-devant des usagers pour dégager des solutions de sécurité. Il va expérimenter pendant six mois dans un quartier populaire de Saint-Etienne des capteurs qui détectent les sons anormaux.

Pas toujours facile de trouver les compétences nécessaires. Le collectif Designer+, qui regroupe 125 designers et métiers associés, aide ses adhérents à acquérir une culture entrepreneuriale et à se regrouper pour répondre aux appels d'offres. Son président, Patrick Defay, regrette que « les PME ne recourent pas suffisamment aux services des designers ». L'ouverture aux PME devrait aussi s'amplifier avec le soutien du Conseil régional d'Auvergne-Rhône-Alpes à hauteur de un million d'euros en 2019.

A Saint-Etienne, tout le monde joue le jeu. La Ville développe ces partenariats designer-entreprises, via l'appel à projets Banc d'essai dans le domaine du mobilier urbain. Les lauréats d'une vingtaine d'œuvres sont exposés dans la ville pendant la Biennale pour être testés par le public et les employés municipaux. « Ensuite, nous faisons l'acquisition de certains de ces prototypes », explique le maire, Gaël Perdriau. Et la métropole, de son côté, intègre un critère de design dans les marchés publics. ■

La Biennale 2019 se veut l'affaire de tous

Avec plus de 250.000 visiteurs attendus, la 11^e Biennale internationale Design Saint-Etienne, qui a lieu du 21 mars au 22 avril, veut faire du design un objet grand public, autour du thème « Me, you, nous. Créons un terrain d'entente ». Point fort du programme : un des pionniers du design numérique, l'Américain John Maeda, présentera pour la première fois hors des Etats-Unis, son rapport annuel sur le design dans la technologie.



Heymann Renault

La passerelle de l'inclusion, imaginé par le designer François Dumas, est le totem de la Biennale.



Communiqué : Eklo Hotels : Le groupe prévoit une quarantaine d'hôtels d'ici 10 ans



Le groupe Eklo Hotels, 100% français, déploie depuis sa dernière ouverture à Lille en 2017, un nouveau concept d'hôtellerie. Au printemps 2019, le groupe ouvrira son adresse phare à Bordeaux où il a transféré son siège depuis deux ans pour la mise en œuvre de ce projet. Un protocole d'accord vient également d'être signé avec la Banque des Territoires en région Occitanie pour une ouverture à Toulouse.

Eklo Hotels fait en effet le choix de s'implanter sur les principales grandes villes françaises pour lesquelles le groupe peut apporter une offre différenciante. Ses implantations sont très urbaines, connectées aux transports en communs, en privilégiant des environnements mixtes (tertiaire, équipements, commerces, logements...). Le groupe vise une quarantaine d'hôtels d'ici 10 ans. Après Bordeaux au printemps, et Clermont-Ferrand en septembre, ouvriront Toulouse donc, Marne-la-Vallée, Roissy, Lyon et Toulon.

Les actionnaires d'Eklo soutiennent le projet de développement et ont investi déjà près de 10 M€ de fonds propres depuis 2011. Une nouvelle augmentation de capital a été réalisée tout début 2018 (pour 3,5 M€) pour financer les projets à venir. Eklo Hotels est soutenu depuis sa création par des partenaires financiers solides et renommés qui accompagnent les projets de développement de façon pérenne et partagent la vision stratégique du groupe.

Contenu sponsorisé :

Prochaines ouvertures d'Eklo Hotels :

BORDEAUX

128 chambres – ouverture mai 2019

CLERMONT FERRAND

92 chambres – ouverture septembre 2019

TOULOUSE

100 chambres – ouverture septembre 2020

MARNE LA VALLE

109 chambres – ouverture fin 2020

ROISSY

152 chambres – ouverture 2021

LYON

110 chambres – ouverture fin 2022

TOULON

100 chambres – ouverture 2022

Le concept d'Eklo : des adresses éco, écolo et conviviales

Fidèle à son concept d'adresse hybride et atypique, Eklo réussit le pari de combiner le meilleur de l'hôtellerie économique et de l'auberge de jeunesse. Etudiants, touristes, voyageurs d'affaires, tous trouvent leur bonheur parmi la grande diversité d'hébergements proposés, à petit prix : chambre privative, chambre famille, dortoirs et une nouveauté initiée à Bordeaux, EkloStudio et EkloAppart en location pour des séjours de moyenne et longue durée.

Avec ses grands espaces communs chaleureux designés par le Studio Janréji (et ayant reçu le **Janus** de l'Espace de Vie 2018 décerné par **l'InstitutFrançaisduDesign**), son restaurant proposant une carte de saison locale 100% fait maison, son espace de co-working, ses espaces de jeu et sa cuisine collaborative, Eklo est bien plus qu'un hôtel : un lieu de vie. On y « chill », on y mange, on y travaille, bref on y vit ! Outre ses clients, ses adresses sont également ouvertes aux habitants et travailleurs du quartier souhaitant passer un moment agréable dans un lieu convivial. Enfin, Eklo s'inscrit dans une démarche éco-responsable, au cœur de ses valeurs, et développe des solutions et partenariats innovants dans chacune des villes où elle s'implante.

A propos d'Eklo Hotels

Eklo Hotels a été fondée en 2011 par Emmanuel Petit, soutenu par Paul Dubrulle et Gérard Pélisson (pionniers de l'hôtellerie de chaîne en Europe et co-fondateurs d'AccorHotels), actionnaires à plus de 50% d'Eklo Hotels et qui participent à titre personnel au projet de développement. D'autres investisseurs privés ont également apporté leur soutien ainsi que leur expérience de l'hôtellerie et de la restauration dans des grands groupes, comme la famille Lameloise ou Olivier Pelat. Olivier Pelat, propriétaire de la société Europequipements, a bâti un grand groupe immobilier comprenant 17 hôtels, de grandes résidences d'habitation, des bureaux et des commerces.



Le groupe Eklo Hotels prévoit une quarantaine d'hôtels d'ici 10 ans

Au printemps 2019, le groupe Eklo Hotels, 100 % français, ouvrira son adresse phare à Bordeaux où il a transféré son siège depuis deux ans pour la mise en œuvre de ce projet. Un protocole d'accord vient également d'être signé avec la Banque des territoires en région Occitanie pour une ouverture à Toulouse.

Eklo Hotels fait le choix de s'implanter sur les principales villes françaises pour lesquelles le groupe estime pouvoir apporter une offre différenciante. Ses implantations sont très urbaines, connectées aux transports en communs, en privilégiant des environnements mixtes (tertiaire, équipements, commerces, logements...). Le groupe vise une quarantaine d'hôtels d'ici dix ans. Après Bordeaux au printemps, et Clermont-Ferrand en septembre, ouvriront Toulouse donc, Marne-la-Vallée, Roissy, Lyon et Toulon.

Les actionnaires d'Eklo soutiennent le projet de développement et ont investi déjà près de 10 M€ de fonds propres depuis 2011. Une nouvelle augmentation de capital a été réalisée tout début 2018 (pour 3,5 M€) pour financer les projets à venir. Eklo Hotels est soutenu depuis sa création par des partenaires financiers solides et renommés qui accompagnent les projets de développement de façon pérenne et partagent la vision stratégique du groupe.

Des adresses éco, écolo et conviviales

Fidèle à son concept d'adresse hybride et atypique, Eklo tend à combiner le meilleur de l'hôtellerie économique et de l'auberge de jeunesse. La diversité d'hébergements proposés (chambre privative, chambre famille, dortoirs et une nouveauté initiée à Bordeaux, EkloStudio et EkloAppart en location pour des séjours de moyenne et longue durée) a vocation à séduire étudiants, touristes et voyageurs d'affaires.

Avec de grands espaces communs chaleureux designés par le Studio Janréji (et ayant reçu le **Janus** de l'Espace de Vie 2018 décerné par l'Institut français du design), son restaurant proposant une carte de saison locale avec du 100 % fait maison, son espace de coworking, ses espaces de jeux et sa cuisine collaborative. Enfin, Eklo s'inscrit dans une démarche éco-responsable, au cœur de ses valeurs, et développe des solutions et partenariats innovants dans chacune des villes où elle s'implante.



Le marché de la cuisine équipée dispose d'un fort potentiel en France.

Antony CINATO est le Directeur de l'enseigne SoCoo'c. Il a d'abord travaillé pendant 9 ans au sein du Groupe Dessange International (Camille Albane, Dessange et Frédéric Moréno), en tant que Directeur Commercial de l'enseigne Frédéric Moréno dans un premier temps, puis comme Directeur du Développement du groupe pour les trois enseignes. Antony Cinato quitte ensuite le domaine de la coiffure mais reste dans le secteur du service de proximité aux particuliers. Il intègre le Groupe April (assurances) et sa filiale MUTANT Assurances en 2007 où il occupe le poste de Directeur du développement pendant 3 ans, puis celui de Directeur de région est pendant 2 ans.

Antony CINATO est le Directeur de la franchise SoCoo'c

AC Franchise : Quelles est la place de l'enseigne SoCoo'c au sein du Groupe Fournier ?

Antony Cinato : « Le Groupe Fournier se compose de trois enseignes : Perene, Mobalpa et SoCoo'c. Perene est l'enseigne premium du Groupe, elle propose des cuisines haut de gamme (15 000 € en moyenne). Mobalpa se place sur le coeur du marché, avec une moyenne de 10 000 € par cuisine équipée. SoCoo'c est la dernière née des enseignes du groupe, elle a été lancée en 2007. Elle se positionne comme spécialiste, sur le marché low cost, en proposant des cuisines pour un panier moyen de 4 500 €. SoCoo'c est une excellente réponse aux besoins nouveaux des consommateurs. L'enseigne se concentre d'ailleurs uniquement sur les cuisines, contrairement aux autres enseignes du groupe, qui proposent également des agencements de salle de bain et de rangements. »

ACF : Quels sont les traits saillants de la marque SoCoo'c ? A qui s'adresse-t-elle ?

AC : « L'enseigne s'adresse à plusieurs cibles mais elle séduit davantage les primo-accédants, désireux de bénéficier d'une cuisine équipée de qualité, **à moindre coût. SoCoo'c**, comme toutes les enseignes du Groupe Fournier, commercialise des produits fabriqués en France. Le Groupe Fournier est ce que l'on appelle un modèle intégré, c'est à dire qu'il est à la fois fabricant et distributeur, et donc maître du développement de ses produits, de la fabrication à la logistique. C'est très rassurant pour les clients.

SoCoo'c amène aussi des méthodes issues de la grande distribution. Les points de vente sont en effet complètement intégrés dans la vente, grâce à des parcours dans les magasins, et la méthode de vente est bien formalisée.

SoCoo'c, c'est aussi une transparence totale sur les prix. Le prix affiché est le prix de vente réel. Le concept SoCoo'c a d'ailleurs été primé deux fois en 2011 : aux trophées Top Com' et au **Janus** du commerce. »

ACF : Comment est implanté le réseau SoCoo'c aujourd'hui et quels sont les objectifs de développement ?

AC : « Le réseau SoCoo'c compte actuellement 40 points de vente en France. Les magasins sont implantés dans des zones d'activité, zones commerciales ou retail park. Le rythme d'ouvertures est actuellement de 10 à 15 par an, et nous avons pour objectif de maintenir la cadence. »

ACF : Quel est le potentiel du marché de la cuisine équipée en France ?

AC : » Actuellement en France, seuls **60% des ménages sont équipés d'une cuisine équipée**, un chiffre assez faible comparé au taux d'équipement des pays référents en Europe, notamment l'Allemagne, qui bénéficie d'un taux d'équipement avoisinant les 85%. Cela représente donc un potentiel intéressant, d'autant que le secteur est en croissance. On assiste à une accélération du renouvellement de la cuisine, phénomène engendré, notamment par l'apparition des émissions télévisées culinaires et de décoration/aménagement de la maison. Les français ont tendance à se recentrer sur leur intérieur, et la cuisine constitue l'une des pièces principales de la maison. »

ACF : Quels sont les axes de développement que vous souhaitez mettre en place ?

AC : » Trois enjeux majeurs se distinguent aujourd'hui. Le premier concerne les franchisés directement. Je souhaite augmenter **le service aux franchisés du réseau SoCoo'c**, notamment à travers la formation et l'animation. Formation initiale et continue des équipes et des collaborateurs, sur le plan technique et commercial. La réalisation des ventes passera aussi par une montée en compétence des équipes d'animation réseau.

Le deuxième enjeu est celui de la communication. Des opérations commerciales multi-locales vont être déployées, dans le but de générer du trafic dans les magasins et de concrétiser des ventes.

Le troisième axe de développement concerne l'outil informatique de gestion. Il est renforcé pour devenir un réel outil de pilotage. Il devient un outil intégré, notamment dans la gestion des marges. »

ACF : En quelques mots, comment pouvez-vous qualifier le métier ?

AC : » Dans notre métier, on vend des projets. La part de l'humain occupe une place très importante, ce n'est pas de la vente à emporter. L'accueil, la proximité, la **qualité des conseils et le Service sont des points essentiels dans la réalisation d'une vente.** »

Interview réalisée par AC Franchise – octobre 2012

Tags: Marketing, Politique, concept, produit, Vie du réseau, de la Franchise

RUBRIQUE ANIMÉE PAR PIERRE BESOMI

INTRALOGISTICS

> DISTINCTION

STILL RX20 COUP DE FOUDRE AU QUAI D'ORSAY !



Pierre Guillaumot, président de STILL France dans les prestigieux locaux du Quai d'Orsay à Paris.

Le RX20 de STILL s'est vu de nouveau attribuer le prix du Janus de l'industrie par l'Institut Français du Design et décroche la mention « Excellence ».

Le prix a été remis dans les prestigieux locaux du Quai d'Orsay. Le RX20 est un chariot frontal à tout faire offrant une maniabilité exceptionnelle, dont les atouts s'affirment aussi bien en intérieur qu'à l'extérieur. Il offre un rendement maximal dans toutes les



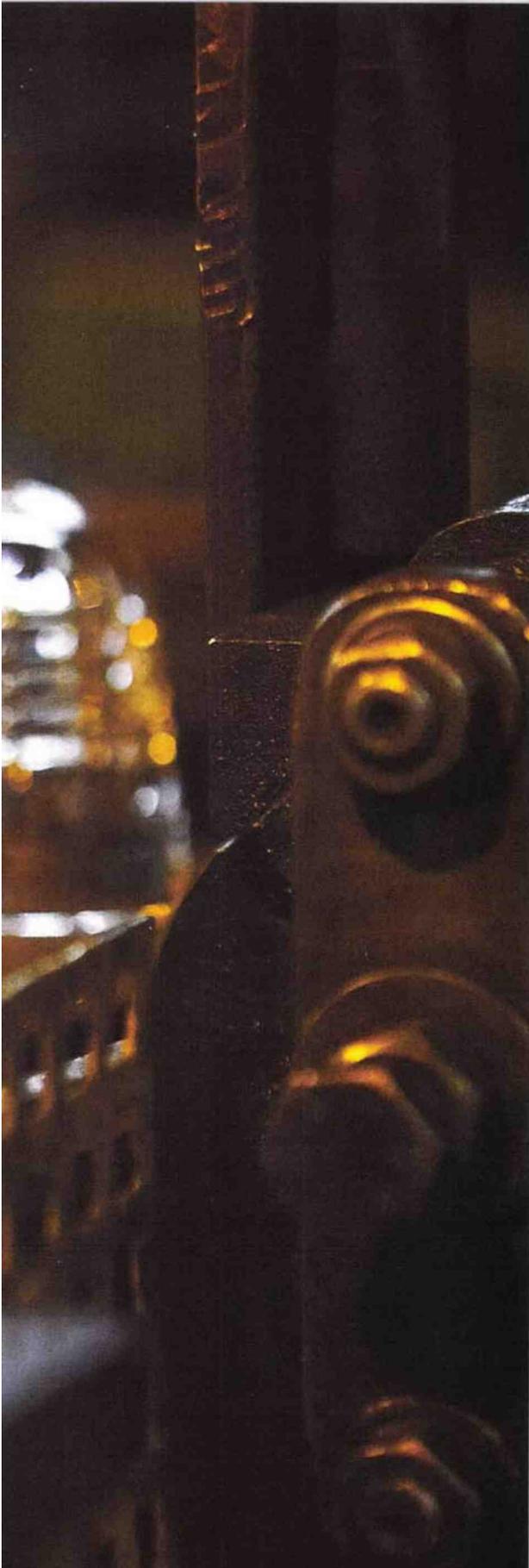
Le RX20 a déjà obtenu le trophée IFOY 2018 du Chariot-élévateur de l'année.

situations, y compris sur les rampes les plus fortes, le tout piloté depuis un poste de conduite à l'ergonomie encore améliorée bien au-delà des normes actuelles. « STILL a revisité son chariot best-seller, l'adaptant aux nouveaux besoins du marché et le dotant d'un grand nombre d'équipements permettant une personnalisation propre à chaque utilisateur », explique Pierre Guillaumot, président de STILL France. » ■



Groupe Arc

L'innovation encore et toujours



tradition GROUPE ARC

L'avantage lorsqu'on est un groupe, c'est que l'on fête autant d'anniversaires qu'il y a de marques, et chez Arc, on en compte quatre pour le grand public et deux autres pour les professionnels. Six au total, soit un agenda très chargé pour les dirigeants du puissant groupe verrier solidement ancré dans sa région d'origine, Les Hauts-de-France, mais qui dispose également de sites de production en Chine, en Russie, aux Émirats Arabes Unis et aux États-Unis.

Texte Victor Jourdon - Photos D.R.

Avec ses 933 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisé en 2018, on peut réellement parler de puissant groupe lorsqu'on évoque Arc, d'autant qu'il se classe au dixième rang des plus grands sites industriels français avec ses 200 hectares de superficie. C'est qu'il faut de la place pour faire travailler plus de 5 200 collaborateurs et abriter les fours nécessaires à la fonte du verre. Car, vous le savez déjà, Arc est un groupe verrier qui rayonne dans le monde entier avec ses marques historiques comme Luminarc, la plus ancienne, Arcopal, sans doute la plus connue, Cristal d'Arques Paris, la plus branchée, et Eclat, la petite jeune qui monte. Ça, c'est pour la partie grand public que l'on retrouve dans tous les types d'enseignes de l'hyper, jusqu'au magasin de déco en passant par Ikea. Du côté des professionnels, il y a Arcoroc, la dure à cuire du groupe. Mais depuis 2008, c'est la marque Chef&Sommelier qui fait le bonheur des professionnels de la gastronomie et de l'œnologie tout en clignant de l'œil vers une clientèle privée très exigeante en termes de design, de qualité et de fonctionnalité.

Malgré des années de succès auprès des ménages français et dans le monde, Arc International accumule néanmoins une dette et se fait racheter en 2015 par le fonds américain Peaked Hill Partners qui rebaptise le groupe tout simplement Arc. Ce nouveau souffle financier permet de repartir à l'assaut des marchés, et notamment à l'export où il a



Un peu d'histoire

1825

C'est à Arques, à deux pas du célèbre clocher de Saint Omer, que s'installe la verrerie Cristallerie d'Arques, petite unité artisanale au savoir-faire réputé dans la verrerie soufflée à la bouche.

1948

L'atelier prend un nouveau visage en utilisant des techniques novatrices avec l'utilisation du premier four à bassin capable de fondre en continu la matière première et de faire le façonnage à plat ou même en creux, puis ensuite de recuire les pièces produites. Une avancée capitale dans la verrerie qui peut enfin produire à cadence élevée.

1958

Création de la marque Arcopal avec la première automatisation de la production de produits en opale. La même année, Arcoroc apparaît et fait merveille pour les usages intensifs tout en répondant aux normes d'hygiène par la non porosité de la matière. Des normes qui ne vont qu'en s'intensifiant au fil des années et assurent la pérennité de la marque auprès des professionnels.

1960

Les premiers verres à pied sortent des fours en totale automatisation. Une véritable prouesse pour l'époque.

1968

Nouvelle avancée technologique mondiale avec la fabrication automatisée des premiers verres à pied en cristallin et naissance de la marque Cristal d'Arques.

2003

Nouvelle usine en Chine.

2004

Nouvelle usine aux Émirats Arabes Unis.

2007

Lancement de 300 nouvelles formes toutes marques confondues.

2008

Le Groupe Arc International lance Chef&Sommelier, une nouvelle marque professionnelle et haut de gamme destinée aux arts de la table.

2010

Apparition de nouveaux matériaux comme le Zenix, extrêmement résistant aux chocs thermiques et mécaniques ainsi qu'aux rayures.

2011

Nouvelle usine en Russie.

2015

Rachat par le fonds PHP.

2016

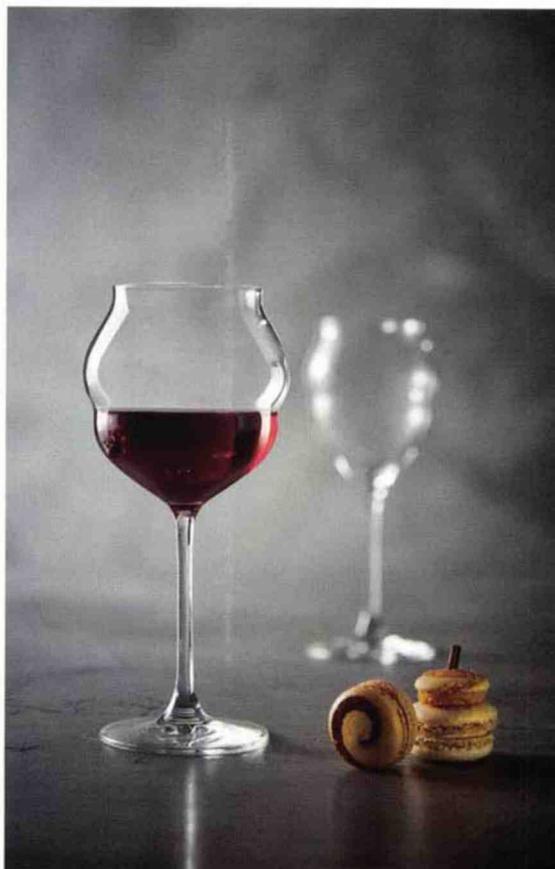
Changement de nom et d'identité visuelle pour le groupe et relance de la marque Arcopal.

2017

Lancement de 300 nouvelles formes toutes marques confondues. Naissance de la marque Eclat et première utilisation du Krysta. Changement de toutes les identités visuelles des marques (logo, packaging, Internet, communication...).

tradition GROUPE ARC

Et notamment le Krysta, un cristallin d'une très grande pureté qui impressionne également par sa sonorité très cristal à l'usage, renforçant ainsi la sensation de luxe. Un cristallin si solide qu'il permet toutes les audaces au niveau des épaisseurs et particulièrement celle des bords, le buvant comme il est appelé dans le monde de la dégustation. On retrouve ce choix draconien des matériaux dans toutes les gammes Chef&Sommelier. La céramique Maxima pour des assiettes d'une grande finesse et pourtant ultra résistantes, tout comme les couverts fabriqués en acier inoxydable de qualité supérieure pour tenir dans le temps et honorer les plus belles tables et même celles de particuliers passionnés d'œnologie et de gastronomie. La marque Chef&Sommelier ne cesse de croître et de faire des émules dans le monde entier permettant ainsi au groupe Arc de retrouver sa place dans l'histoire de la verrerie et de renforcer son image d'art de vivre à la française. ♡





Dans les écoles de design, la branche automobile est une spécialité rare et donc particulièrement recherchée. Elle demande un talent spécifique et une passion toute particulière pour ces objets à part dans le monde du design industriel, avec une grande histoire et une présence visuelle extrêmement forte. Une expertise rarement utilisée dans d'autres domaines, sauf à créer une entité dédiée à des collaborations externes. C'est ce que fait Peugeot depuis 2012 avec le Design Lab, son studio de brand design global au sein de l'ADN (Automotive Design Network), le hub du design du groupe à Vélizy, en collaboration avec les autres bureaux de design de la marque, eux aussi mis à contribution, de Shanghai à São Paulo en passant par San Francisco. On connaît ce genre d'initiatives chez des constructeurs premium comme BMW avec Designworks ou Porsche Design, mais c'est plus rare chez

une marque généraliste, comme un signe fort de sa volonté de monter en gamme. Une activité récompensée de Janus du Design et autres Reddot Award et ponctuée d'incursions dans la Design Week de Milan. Coupes franches, carbone et cuivre, la gamme Onyx (du concept-car du même nom) tient une place à part dans les productions du studio, avec des pièces uniques qui cultivent et déclinent une identité visuelle très marquée.

Dans le Design Lab, le but est de proposer des projets pour tout ce qui sort du domaine de l'automobile, parfois dans des univers restant dans les transports (bateaux avec Beneteau et JFA Yachts, tramways avec Alstom, trains avec Bombardier, hélicoptères avec Airbus, vélos, scooters, trottinettes avec... Peugeot), parfois bien éloignés. Ainsi, le Lab a fait sensation il y a quelques années avec un spectaculaire piano pour la marque Pleyel et un sofa

qui alliait les matières, entre lave organique brute et élégance polie du carbone. Le studio a également travaillé à la définition du design et de l'identité visuelle des montres Pecqueur Conceptuals.

Il se charge aussi bien entendu du design d'objets périphériques siglés du Lion de Sochaux ou, de manière très pragmatique, le lion lui-même, figure géante tournée de manière provocatrice vers le stand Renault au dernier Mondial de l'Automobile de Paris. De quoi établir une identité visuelle forte et reconnue, différenciateur indispensable pour une marque aujourd'hui. D'ailleurs, au-delà du design pur et de ses différentes étapes techniques, le studio peut aussi se charger de stratégie de marque et de communication. Mais un (beau) design n'est-il pas lui-même le meilleur concentré de communication pour une marque et ses produits ?

PEUGEOT

PAR NICOLAS VALEANO

●●● Le guide **Électricité**

L'appareillage, déco, mais surtout techno

Déjà devenu élément de décoration, l'appareillage doit s'adapter aux technologies de l'habitat connecté, qui évoluent à grande vitesse. Connectivité, interopérabilité, et désormais technologie vocale polarisent les recherches.

Maya Pic

► Le virage de la domotique

Jusqu'à présent, le pilotage à distance se faisait via un système sans fil (par un interrupteur radio et télécommande) ou une appli (depuis un smartphone ou une tablette). Ces systèmes devraient vite être distancés par l'essor de la technologie vocale et de l'intelligence artificielle. Selon le cabinet Ovum, le monde, en 2021, comptera plus d'assistants vocaux que d'humains...

16%

Le taux d'équipement connecté dans le résidentiel en France.

Source : Ifop 2018

► Le vocal

Selon un sondage Ifop pour Legrand, 77 % des Français sont intéressés par la commande vocale. Au CES 2019, Legrand a annoncé l'intégration d'Alexa à ses interrupteurs connectés Céliane et Dooxie. Les commandes au terminal Amazon peuvent ainsi être émises depuis chaque pièce.

► Déco

Si la technologie domine dans l'évolution des produits, l'esthétique n'est pas en reste. Pour preuve, la nouvelle gamme Gallery de Hager, récompensée par les Janus de l'Industrie et Good Design Award 2018. Ses atouts : plaque bimatière, profil lumineux, mécanisme sécable, 2 modules en 1...

► Les configureurs

Le site mon-interrupteur.fr de Legrand ou l'appli pour tablette Hager Switch : les fabricants proposent des outils d'aide pour les électriciens. Ceux-ci peuvent visualiser les interrupteurs à partir de photos du futur emplacement, configurer des installations, imprimer des listes de matériel, et bien sûr partager avec leurs clients pour faciliter l'avant-chantier.

► À distance

Superflue, la commande à distance d'une lampe d'appoint ? Elle peut être pratique, quand l'éclairage est difficile d'accès. L'interrupteur Tyxia 6610 de Delta Dore se fixe sur le cordon de la lampe et se pilote (marche/arrêt) par smartphone. Il s'utilise aussi comme un interrupteur classique.

Schneider Electric



D'inspiration africaine, la marque de baskets de ces Azuréens séduit la planète mode

Lancée comme un simple projet d'études par un jeune couple d'anciens élèves de Skema Business School, cette marque de chaussures séduit grâce à son design qui fait la part belle aux détails en wax. Une manière de lier la passion d'Aurélie et Nicolas pour la mode et l'Afrique. Aurélie Gisclon et Nicolas Raudrant ont bien fait d'aller aux États-Unis, après avoir obtenu leur diplôme à Skema Business School, à Sophia Antipolis.

De l'autre côté de l'Atlantique, le couple a donné naissance à un joli bébé nommé Wibes. À Raleigh, en Caroline du Nord, pendant un semestre, ils planchent sur la création d'une marque de sneakers, pour les besoins de leur cursus.

Ce qui aurait pu seulement rester un exercice se transforme en aventure professionnelle pour eux. La première.

En août 2016, leur start-up voit le jour. Ils aiment les belles matières, suivent les tendances d'un oeil, sans pour autant être des fous de mode. Il faut apprendre, et vite. Puis trouver une source d'inspiration.

Pour eux, ce sera l'Afrique. Nicolas, aujourd'hui âgé de 28 ans, est né en Côte d'Ivoire, tandis que le paternel d'Aurélie travaille sur ce continent depuis plus de vingt ans.

De toutes les matières, c'est le wax (made in Côte d'Ivoire) qu'ils préfèrent. Ce tissu très prisé dans l'Afrique subsaharienne fait office de signature sur toutes leurs créations.

ÉTHIQUE, ÉCOLOGIQUE ET PREMIUM

"On a commencé à chercher des manufactures. On a tâtonné, mais on a les bons partenaires maintenant", assure Aurélie, 22 ans.

Wibes se veut éthique, écologique et haut de gamme à la fois. Des termes qui suscitent le scepticisme, à force d'être utilisés à tort et à travers.

Les deux jeunes entrepreneurs plaident la bonne foi. Ils proposent des chaussures "les plus écologiques possible", produites au Portugal et entre 130 et 160 euros la paire.

Cela donne des modèles en toile biologique, caractérisés par leur teinte beige. Ainsi que d'autres en coton et polyester entièrement recyclés.

La semelle, commune à toutes les références, embarque 15 % de gomme recyclée. Les cuirs choisis, eux, sont ceux qui nécessitent le moins de métaux lourds durant le processus de tannage.

Pourquoi ne pas avoir opté pour la version vegan ? "Parce que la durabilité n'est pas la même, la matière est moins résistante", répond la co-fondatrice niçoise de Wibes.

UN JANUS SOUS LA SEMELLE

En plus d'assurer le marketing et la communication, elle a aussi réalisé les premières baskets.

"Je me suis débrouillée pour dessiner les modèles. J'aime beaucoup faire ça, mais je limitais la prise de risques. Pour notre nouvelle collection, on a été rejoints par Julian Magne. C'est un designer franco-ivoirien, qui a notamment travaillé pour Lanvin. C'est un ami d'enfance de Nicolas, ils se sont retrouvés il y a peu et Julian est devenu associé."

Fin décembre, le trio a déjà eu l'occasion de déboucher le champagne. À Paris, la jeune griffe azurienne a reçu un **Janus**, un label d'excellence délivré par **l'Institutfrançaisdudesign**.

Une année à gros enjeux

Une distinction qui salue les gammes Akwaba et N'Zassa, issues de leur collection pilote. L'année devrait démarrer fort pour Wibes.

"On a déjà vendu trois cents paires à des distributeurs, en l'espace d'un mois et demi. Ce serait

bien d'en écouler environ dix fois plus en un an. Mais l'enjeu, pour nous, ce sera avant tout de trouver un distributeur en France. Pour le moment, nous ne sommes présents que sur de petits marketplaces. Très prochainement, on franchira une autre étape en ouvrant un site de vente en ligne", expose Aurélie.

Après un premier round au Who's Next, un rendez-vous parisien où les professionnels de la mode venus du monde entier font leurs emplettes, Wibes ira pointer le bout de ses tennis à Londres en février. Un autre événement déterminant.

Facebook: Wibes



15 idées pour aménager l'espace sous l'escalier

Étroit, difficile d'accès, l'espace sous l'escalier est compliqué à aménager. Ces quelques mètres carrés peuvent pourtant être optimisés pour y créer des rangements, installer une bibliothèque, un coin bureau, ou une petite cuisine. Voici 15 suggestions pleines d'astuces. On renonce souvent à occuper cet espace exigü, pas toujours simple d'accès. La surface située sous l'escalier représente pourtant quelques mètres carrés qui, bien aménagés, s'avèrent être un vrai plus dans un intérieur. Et il suffit parfois de pas grand-chose pour transformer cet espace perdu en un coin pratique et fonctionnel.

Dans l'entrée, dans le salon ou encore au sous-sol, il existe plusieurs solutions pour aménager le dessous d'un escalier. Le plus simple est sans doute d'en faire un espace de rangement. Étagères et placards y trouvent en effet facilement leur place, et s'accommodent sans mal de cette configuration complexe. Dans une pièce à vivre, on peut également y caser une bibliothèque, un petit coin bureau, ou encore y aménager le coin télé. En fonction de l'espace disponible, il est aussi possible d'y installer une petite buanderie, ou même une cuisine.

Avec un peu d'imagination et quelques idées astucieuses, optimisez vous aussi cette surface pleine de potentiel. Voici 15 aménagements malins pour s'inspirer.

15 idées pour aménager l'espace sous l'escalier

Un coin TV installé sous l'escalier dans le salon

Glissé sous les marches, ce meuble TV, qui fait aussi office de bibliothèque, permet d'utiliser intelligemment ce petit espace, mais aussi de dégager de la place dans le salon. Cette installation sur-mesure offre en effet une belle surface de rangement sans empiéter sur la pièce à vivre.

Un coin TV installé sous l'escalier dans le salon

Un coin bureau aménagé sous l'escalier

Entre l'entrée et le séjour, ce petit coin bureau a facilement trouvé sa place sous l'escalier. Aménagé aux dimensions de l'alcôve, il dispose en plus de nombreux rangements, installés sous les marches. L'espace est ainsi occupé au mieux, et la pièce à vivre profite ainsi d'une véritable zone de travail.

Un coin bureau aménagé sous l'escalier

Une cuisine aménagée sous l'escalier

Discrètement installée sous l'escalier, cette cuisine a su occuper tout l'espace disponible. La grande hauteur a ici permis d'aménager des placards hauts, optimisant ainsi au maximum l'angle de la pièce. Une façon astucieuse d'exploiter cette surface et de laisser un maximum de place tout autour.

Une cuisine aménagée sous l'escalier

La litière du chat cachée sous l'escalier

Grâce à une petite ouverture réalisée en bas de la porte, minou dispose d'un petit coin tranquille pour se coucher ou, pourquoi pas, aller faire ses besoins. Dissimulée sous l'escalier, sa litière disparaît ainsi du passage et le chat peut se rendre aux "toilettes" sans déranger ni être dérangé. C'est malin !

La litière du chat cachée sous l'escalier

Un buffet glissé sous l'escalier

Disposé le long du mur sous l'escalier, ce buffet tout en longueur offre une belle surface de rangement se fait facilement oublier. C'est aussi autant de place qu'il n'occupera pas dans le salon,

libérant ainsi de l'espace pour autre chose. Autre bonne idée : des étagères murales pour optimiser au mieux cet endroit.

Un buffet glissé sous l'escalier

Une buanderie aménagée sous l'escalier

Il y avait tout juste la place d'y caser un lave-linge et un sèche-linge, mais le dessous de l'escalier est parfait pour improviser un petit coin buanderie. Même sobrement aménagé, l'espace est fonctionnel et facilement accessible.

Une buanderie aménagée sous l'escalier

Un bureau d'appoint sous l'escalier

Un plateau posé sur deux caissons de rangement, quelques étagères murales et une jolie chaise de bureau, et voilà un espace de travail sur-mesure savamment aménagé sous l'escalier. Pour travailler confortablement et voir bien clair, on n'oublie pas d'installer une petite lampe.

Un bureau d'appoint sous l'escalier

Un meuble hi-fi sous l'escalier

Et si l'espace sous l'escalier faisait partie intégrante de l'aménagement du salon ? Malgré sa pente, il peut accueillir un meuble bas pour la télévision, ou une série d'étagères accueillant chaîne hi-fi ou console de jeu. Avec ou sans portes de placard, selon la décoration du salon, ils permettent également de disposer quelques objets de déco.

Un meuble hi-fi sous l'escalier

Sous l'escalier, une série de petits rangements astucieux

La famille s'agrandit, ses besoins changent aussi ! Pour garder un système parfaitement modulable, il suffit d'installer des étagères, et de les garnir au gré des envies : bannettes en plastique, paniers en osier, boîtes en carton, casiers en métal... Le tout s'empile et se compile à l'infini.

Sous l'escalier, une série de petits rangements astucieux

Un bureau et ses rangements sous l'escalier

L'espace sous l'escalier offre un coin tranquille, isolé du reste de la pièce principale. Idéal pour y installer un petit bureau ! Une table d'appoint ou des tréteaux, quelques étagères suspendues sous les marches, et le tour est joué.

Un bureau et ses rangements sous l'escalier

Des placards sur mesure sous l'escalier

Pour optimiser l'espace au maximum, rien ne vaut des placards sur mesure. Adapté parfaitement aux dimensions de votre escalier, ils cacheront tiroirs, étagères et même penderie. Portes battantes ou système coulissant ? A vous de choisir.

Des placards sur mesure sous l'escalier

Un escalier qui inclut des rangements

Malin, l'escalier. La petite PME aveyronnaise qui le produit a même été récompensée d'un **Janus** de l'industrie 2011 ! Novesca n'est plus seulement un escalier, mais un meuble à part entière, qui cache une multitude de rangements, composables à l'infini et en fonction de vos besoins.

Un escalier qui inclut des rangements

Une étagère spéciale cave et scellier sous l'escalier

Sous l'escalier qui descend à la cave aussi, il y a un espace perdu. Et pourquoi ne pas aménager un rangement pour les bouteilles, bien au frais ? Les étagères modulables Feel s'adaptent à la hauteur et à la profondeur disponibles, mais aussi, bien sûr, au nombre de bouteilles !

Une étagère spéciale cave et scellier sous l'escalier

Un coin lecture confortable sous l'escalier

Si l'escalier forme une zone trop éloignée du reste de la pièce principale, pourquoi ne pas y installer un coin lecture ? Justement situé à l'écart de l'agitation, équipé d'un fauteuil confortable et d'une lampe de lecture, et éventuellement décoré d'un tableau, il accueillera les moments de détente...

Un coin lecture confortable sous l'escalier

Un dressing sous l'escalier

Des étagères, des tringles, des tiroirs... Composer un dressing sur-mesure permet d'occuper au mieux l'espace sous l'escalier et de tirer le meilleur profit de cette surface atypique.

Un dressing sous l'escalier



DELISSEA

Infosvin le 04/02/2019

Nous relayons avec plaisir l'information suivante:

Un duo pour la Saint Valentin

Le coffret de 2 tasses Lungo de DELISSEA



Pour célébrer dès le matin cette journée particulière, pourquoi ne pas surprendre l'Autre dès le saut du lit par les effluves épurés et les arômes complexes qu'offrira, ce jour-là, votre café préféré grâce aux exceptionnelles tasses du coffret duo DELISSEA Lungo.

Leur design intérieur permet, lors de la chute du café, un développement olfactif très aromatique, par une double turbulence, sans pour autant abîmer la mousse qui conserve sa densité.

Les sens s'éveillent, les papilles sont en fête, le breuvage est soudain plus subtil, son goût plus délicat. Chaque gorgée s'avère riche de saveurs intenses et d'émotion, comme une caresse...!

DELISSEA Lungo Un moment rare de volupté et de plaisir à deux où le mot « dégustation » prend tout son sens !

Arnaud Baratte, le créateur-designer de DELISSEA vient de recevoir le Label **Janus** du Sensoriel 2018, label d'excellence décerné par **l'InstitutFrançaisduDesign**, pour la dimension émotionnelle et sensorielle qu'offre la technicité de sa collection de tasses DELISSEA.

Coffret Premium de deux tasses Lungo de 20cl.

Prix de vente 29€ TTC

En vente (port en sus) sur le site : www.delissea.com

AB Design Concept & Création

Arnaud Baratte tél : 06 29 14 53 71

Contact presse : Isabelle de Boisguilbert tél : 06 11 84 02 60



Logistique
LE RX20
DE STILL
REÇOIT UN
JANUS DE
L'INDUSTRIE

C'est à l'unanimité du jury que le RX20 de Still a reçu le prix du Janus de l'industrie décerné par l'Institut français du Design, en décrochant la mention "Excellence". Ce prix a été remis, en décembre, dans les prestigieux locaux du Quai d'Orsay.

Après avoir obtenu le trophée Ifoy 2018 du chariot-élévateur de l'année, le RX20 de Still a donc été à nouveau récompensé par un jury d'experts, composé de professionnels de secteurs d'activités divers (design, marketing, technique, distribution...). Le RX20 est un chariot frontal à tout faire qui offre une maniabilité élevée et dont les atouts s'affirment aussi bien en intérieur qu'en extérieur. Il propose un rendement maximal dans toutes les situations, y compris sur les rampes les plus fortes, le tout piloté depuis un poste de conduite à l'ergonomie encore améliorée, au-delà des normes actuelles.

Au total, 76 réalisations ont été récompensées lors de cette cérémonie, dont 14 mentions "Excellence". Les produits sont évalués selon cinq critères (les "5E") : économie, ergonomie, esthétique, éthique et émotion.



Pierre Guillaumot, président de Still France.

Design. Quand Michel Buffet réinventait l'expérience du voyage

Dans une monographie publiée en novembre, Guillemette Delaporte nous fait découvrir le travail de Michel Buffet, un designer industriel qui a notamment, avec sa société Vecteur Design Industriel, essayé de réinventer l'expérience du voyageur. Dans les avions, les bateaux, mais aussi dans le transport ferroviaire, il a marqué de son empreinte les Trente Glorieuses.



Marie Cardon, Michel Buffet et Clément Rousseau devant la maquette du MI79 à la CEI, à la fin des années 70.

Michel Buffet est de cette génération d'artistes ingénieurs qui a inventé le design industriel et dont le cheminement créatif a accompagné les Trente Glorieuses. La spécialiste des Arts décoratifs et du design Guillemette Delaporte s'est plongée dans cette œuvre protéiforme et a publié chez Norma Éditions une belle monographie qui, en un peu plus de 300 pages, revient sur une carrière longue d'un demi-siècle.

Connu pour ses lampes, des luminaires à réflecteur, qu'il dessine dans les années 50, de l'applique au lampadaire, il réinvente la diffusion de la lumière.

Mais il a également prêté son génie à la cause du transport, notamment de ceux qui les utilisent. Avions, bateaux, sous-marins, funiculaires et naturellement, trains, ses créations sont montées à bord de pratiquement tous les moyens de transport. Du TGV au métro de Caracas, en passant par la salle de contrôle du

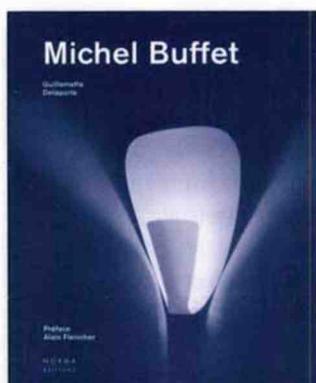
projet Transmanche aux RER A et B ou aux Sprinter néerlandais, il a beaucoup œuvré dans l'industrie ferroviaire.

Alain Fleischer, photographe, cinéaste et écrivain, explique, dans la préface qu'il signe de l'ouvrage, toute la complexité de la création dans ces espaces restreints et contraints par de nombreux paramètres techniques : « C'est sans doute mon rapport personnel à la photographie et au cinéma qui me font considérer la création de luminaires comme la "spécialité"

la plus artistique du design industriel. Cette origine de mon intérêt pour l'œuvre de Michel Buffet m'a également permis d'apprécier certaines de ses autres créations, notamment celles destinées à toutes sortes de moyens de transport : en effet, ceux-ci ont en commun avec le cinéma qu'ils sont aussi liés au mouvement, au déplacement, réel ou imaginaire. Tout comme le spectateur d'un film, le passager d'un avion ou d'un train est assigné à place fixe pour une du-

rée donnée, pendant laquelle il effectue un voyage. Une part importante de l'œuvre de Michel Buffet concerne le mobilier, les aménagements, le décor, de divers moyens de transport modernes (avion, le train, le métro...) où les contraintes sont particulièrement exigeantes: sécurité et confort d'un côté, poids et encombrement minimum de l'autre.»

Michel Buffet est né à Paris en 1931. Guillemette Delaporte rappelle qu'il «naît et passe sa prime enfance place de La Trinité à Paris, à deux pas de la gare Saint-Lazare, et que, tout jeune, il est fasciné par les locomotives à vapeur, ces monstres fumants qui laissent échapper d'impressionnantes volutes empanachées et des escarbilles». Attiré par l'art, comme par la technologie, il intègre l'École nationale supérieure des arts décoratifs. En 1953, il sort diplômé de la section «Architecture intérieure». Il a déjà alors rencontré un certain succès avec l'édition et l'exposition de son lampadaire B 211, dessiné alors qu'il était encore étudiant. Mais c'est au service militaire qu'il aborde pour la première fois la question de l'ergonomie, une réflexion qui sera l'un des fils rouges de son travail.



«Miche Buffet» de Guillemette Delaporte. Préface Alain Fleischer. Norma Éditions. Prix: 55 euros.



Masque avant du MP59, avant et après rénovation, par Vecteur Design Industriel (1989).



L'identité visuelle intérieure et extérieure du TGV la Ligne de Cœur Paris - Lausanne par Vecteur Design Industriel (1996).

Il y a notamment amélioré l'usage de l'instrument de triangulation pour le service météorologique de l'armée. Libéré de ses obligations militaires, il intègre la Compagnie américaine de l'esthétique industrielle (CEI). La rencontre avec le designer et graphiste franco-américain Raymond Loewy, fondateur en 1952 de la CEI, est déterminante. Jeune, Michel Buffet fut un fervent lecteur de l'ouvrage de référence de Loewy La Beauté se vend mal. Il deviendra l'un des associés de la compagnie américaine pendant près de 30 ans. Il y dirige le département «Architecture industrielle et transport». À partir de la fin des années 60, Michel Buffet commence à se pencher sur le ferroviaire à une période des Trente Glorieuses où la vitesse et le

confort deviennent deux valeurs emblématiques pour la classe moyenne, alors que ce concept était jusqu'alors l'apanage des plus aisés. Plusieurs projets prometteurs, n'ont certes jamais été réalisés, mais ils ont nourri la réflexion du designer.

En 1977, la société des chemins de fer néerlandais contacte la CEI pour le matériel roulant du Sprinter, ces trains qui relient les destinations régionales aux grandes villes des Pays-Bas. Au même moment en France, la SNCF et la RATP s'allient pour la construction des deux premières lignes d'un tout nouveau réseau reliant Paris et sa banlieue, le Réseau express régional (RER). Michel Buffet va réaliser les aménagements intérieurs et signer la livrée qui habille l'extérieur des rames.

Entre 1980 et 1983, Caracas se dote d'un réseau de métro. Un projet dans lequel Michel Buffet va mettre tout son talent et qui constitue un autre jalon important dans sa carrière. C'est lui qui pilote l'ensemble du projet au nom de la CEI. Infrastructure, matériels roulants, signalétique et identité du réseau, il a un œil sur tout.

Avec son agence et bureau d'études créés en 1985, Vecteur Design Industriel, il fait de la recherche et développement et conçoit des biens d'équipement, particulièrement dans le domaine du transport ferroviaire, aéronautique (Concorde, Airbus A340) et maritime.

En 1987, un concours est lancé dans le cadre du projet de tunnel sous la Manche, alors qu'un accord entre les deux nations a été signé l'année précédente. Il assure l'aménagement des salles de contrôle routier et ferroviaire dans les deux pays, à Calais et à Folkestone.

Entre 1986 et 1989, il travaille sur le masque avant du MP59, une mise à jour du métro sur pneus mis en service en 1958. En 1988, il participe à la création des nouvelles rames BOA, où on peut circuler de bout en bout et remporte en 88 un Janus de l'industrie pour son strapontin Assis/Debout.

Avec ses 350 illustrations, ce livre nous permet d'apprécier toute la diversité du travail du designer et même si tous les projets présentés ici n'ont pas tous été réalisés, ils montrent le foisonnement créatif d'un homme qui a su conjuguer un esprit des plus cartésiens à d'une âme d'artiste. Cette monographie permet également d'apprécier toute la beauté d'un trait qui fait de chaque croquis une véritable œuvre d'art.

S.D.

Le Sea Drive Concept récompensé

La planche de bord du futur



Peugeot et Bénéteau se sont associés pour définir les tableaux de bord des futurs bateaux.

Bénéteau s'est associé avec Peugeot Design Lab pour définir ce que pourrait être le poste de pilotage du futur des bateaux à moteur du groupe. Le point de départ a été le Peugeot I.Cockpit, installé sur plus de cinq millions de véhicules, et qui centralise toutes les informations de conduite et d'état de marche, en proposant des accès intuitifs et simples à chaque fonction. Rapporté à la plaisance, le I.Cockpit devient le Sea Drive Concept, une

planche de bord minimaliste réalisée en matériaux nobles (cuir, chrome) avec bien sûr l'essentiel, l'interface Ship Control, un ordinateur de bord qui assiste la navigation autant que la vie à bord et permet d'accéder aux informations du bateau : navigation, régime du moteur, contrôle du niveau des batteries et réservoirs, climatisation, éclairage ou Hi-Fi. Le Sea Drive Concept vient d'être récompensé par un Janus, un label décerné par l'Institut français du design.

■ LE SEA DRIVE CONCEPT RÉCOMPENSÉ

Présenté au Nautic 2017, le Sea Drive Concept, un poste de pilotage développé conjointement par Peugeot, qui s'est inspiré de son i-Cockpit®, et par Bénéteau, qui faisait appel à sa technologie Ship Control®, a reçu le 17 décembre dernier le Janus de la prospective, un label décerné par l'Institut français du Design. Le jury a salué la coopération entre designers automobiles et nautiques.

LES JANUS 2018

Courir et Éram parmi les lauréats

L'Institut Français du Design récompense depuis les années 50 les initiatives de marques et d'entreprises dans les domaines de la création, du commerce et de l'industrie en leur octroyant le label Janus. 76 lauréats du monde de la mode et de la beauté figurent au palmarès de l'édition 2018. Parmi eux les enseignes Éram et Courir. Éram, en partenariat avec la société Unistudio qui a conçu le procédé, a suscité l'intérêt pour Atelier 27 : il s'agit d'un service de personnalisation en magasin offrant la possibilité à la cliente de faire créer un talon imprimé en 3D (450 choix) en moins d'une heure (l'Essentiel n° 187 daté Septembre 2017).



Des talons imprimés en 3D chez Éram.

Le nouveau concept de magasin Courir, baptisé Wood, se caractérise par un aménagement de bois clair, doublé d'un espace connecté, et l'envie d'attirer davantage les femmes en magasin pour l'enseigne de sneakers. Celle-ci indique avoir augmenté ses ventes de 20 % grâce à ce nouveau concept.



Le nouveau concept de magasin Courir.

Notre prochaine enquête terrain s'intéressera à une sélection de magasins du détail multimarque de l'**Aveyron**. Parution en avril 2019.



Epta France innove dans le meuble réfrigéré

La filiale française du groupe, dont le siège et le gros de la production sont localisés à Hendaye, est un partenaire privilégié des enseignes de distribution... Après avoir largement contribué à la généralisation des vitrines frigorifiques et des installations sur mesure dans la GMS, Epta s'est signalée ces derniers mois par plusieurs déploiements de consignes réfrigérées dans des magasins de proximité. Alors que le modèle de l'hypermarché en périphérie des villes semble avoir du plomb dans l'aile, les magasins, points-retrait et autres drives de proximité ont le vent en poupe. Ces 10 dernières années, pas moins de 2.300 nouveaux points de vente auraient ouvert leurs portes dans les centres-villes de l'Hexagone. Des magasins qui, de plus en plus, proposent des services à valeur ajoutée comme l'ouverture 24h/24, le retrait de colis ou le fameux « click and collect ». Le tout vient compléter les offres de livraison à domicile des géants de la distribution. Epta France, ex-Bonnet-Névé, fournisseur de mobilier frigorifique à destination des enseignes, a bien saisi les enjeux de cette petite révolution. Il y a deux ans, la filiale hendayaise de l'italien Epta s'était déjà distinguée par la démarche d'écoconception de sa dernière génération de vitrines verticales « 100% façade verre ». Depuis, elle a mis le paquet sur sa dernière innovation, la solution « EPTAbricks », récompensée il y a un an d'un « **Janus** de l'industrie », le troisième en trois années pour Epta France. Une solution qui repose autant sur le principe des consignes réfrigérées que sur la « suite logicielle » associée, laquelle inclut monitoring à distance des casiers (pour leur réservation mais aussi leur maintenance), écran de communication digital permettant le retrait des articles, et enfin programme d'interface avec les web-marchands des enseignes. Un point-retrait du frais à Anglet... Après le temps des distinctions honorifiques, 2018 paraît avoir été celui des premiers déploiements notables sur le terrain. L'été dernier, l'entreprise a notamment communiqué sur l'emblématique installation de 77 casiers sur le drive urbain de Leclerc en centre-ville d'Anglet. Ce point de retrait « nouvelle génération » est adossé à un Leclerc Express. Comme celui de Biarritz, il est approvisionné par le drive principal d'Anglet (récemment reconstruit et modernisé). Ce « Drive Lockers » d'Anglet est tout bonnement le premier (et le seul) de France pour Leclerc : l'expérimentation vient compléter le fort développement des « drives piétons » de l'enseigne, qui vient tout juste d'ouvrir son premier relais dans Paris. On sait qu'Epta a également équipé de 30 casiers un point Intermarché parisien de 35 m², ouvert 24h/24. Cette autre enseigne serait la plus avancée sur le sujet, avec au moins dix magasins équipés. On devine que ces deux exemples d'installations ne sont pas les seuls menés à bien par Epta France, et que ce système de casiers pourrait devenir une alternative plus que crédible à la livraison à domicile. En parallèle, l'entreprise a évidemment continué de « relooker » les magasins traditionnels, en particulier dans le Sud-Ouest. Depuis fin 2017, Epta France a équipé le Carrefour de Bayonne, les Intermarché d'Albi et de Montauban et le Leclerc d'Urrugne. Epta soigne sa stratégie RH... On rappelle qu'Epta France avait réalisé 223 M€ de chiffre d'affaires en 2017 (en croissance de 8,8 %), et qu'elle emploierait aujourd'hui un bon demi-millier de personnes sur ses deux sites. Celui d'Hendaye, qui s'étend sur plus de 40.000 m², regroupe lignes de production robotisées, centre de formation, showroom et bureaux hébergeant les fonctions supports, dont un pôle R&D de 40 personnes. À Chatou, dans les Yvelines, cohabitent une partie des fonctions commerciales, un bureau d'études et les équipes multidisciplinaires d'EptaConcept, branche de l'entreprise qui conçoit des espaces de vente personnalisés autour du mobilier frigorifique d'Epta. On notera enfin qu'en dépit de discussions récurrentes avec les syndicats, Epta France a aussi produit quelques efforts en matière de politique RH. En 2018, l'entreprise a pris une part active dans le premier forum de l'emploi d'Hendaye, tandis que dans le cadre de la lutte contre les troubles musculo-squelettiques, elle propose depuis plusieurs années à ses salariés des séances d'ostéopathie et des formations d'éveil au corps. Plus d'informations sur le site internet d'Epta – cliquez ici



Une histoire de bambou et de reconversion : la story de Déambulons

Saviez-vous que le bambou pousse en France? Qu'il est un matériau d'avenir? Qu'il se renouvelle à toute vitesse, qu'il n'exige ni eau, ni engrais pour vivre? Quand Jean-Baptiste Dubois a réalisé l'immense potentiel du bambou, il a mis en pause sa carrière dans le marketing et s'est lancé dans le projet « Déambulons » en 2015. Son atelier est spécialisé dans le design d'espaces et la création de structures sur-mesure en bambou. C'est de l'éco-conception, du 100% made in France! Ce passionné d'architecture s'est formé tout seul pour ensuite construire des œuvres et scénographies, à la fois gracieuses, légères et solides. Ses cocons en bambou ont même été récompensés par le label **Janus 2016 de l'Institut Français du design**. On lui a posé des questions sur son parcours et ainsi essayé de comprendre comment il est passé de l'idée à l'action, du marketing aux bambous. Quel a été ton parcours avant de monter Déambulons ? J'ai fait une école de commerce à l'EDHEC BBA à Lille. Grâce à cette école, j'ai fait un échange étudiant à Bangkok, puis un stage de fin d'études au Vietnam où je m'occupais de monter un bar pour expatriés à Saigon. J'ai ensuite fait un Master sur les cultures d'Asie du Sud-Est puis je me suis impliqué dans une ONG en Thaïlande pendant deux ans avant de revenir travailler à Paris. J'ai été chargé de marketing web pour le groupe Darty et ensuite responsable marketing pour Les Jardins de Gaïa, une marque de thé bios. C'est en Asie du Sud-Est que tu as découvert les qualités du bambou ? Oui, lors d'une expérience en ONG, dans l'association IECD (Institut Européen de Coopération et de Développement) au cœur de l'ethnie Karen, au Nord de la Thaïlande. C'était en pleine campagne, il n'y avait ni électricité, ni eau courante et j'étais pratiquement le seul étranger. L'objectif était de monter un centre de formation agricole de A à Z : je m'occupais, entre autres, des plans d'aménagement et de recruter les pros'. Je suis resté jusqu'à l'ouverture de l'école. Je me suis rendu compte que là-bas, le bambou servait à tout construire, c'est un matériau de base. Dès que l'on construit une maison ou un outil, on va couper du bambou. Je les accompagnais souvent dans les bamboueraies chercher la matière ! Pourquoi as-tu décidé de monter Déambulons ? Après 6 ans d'expériences en France dans le marketing, j'ai cherché ce que je voulais faire. Je voulais créer une entreprise depuis toujours. Je suis passé par plusieurs idées, j'ai même travaillé sérieusement sur un projet de restauration avec des grands-mères, mais au bout de six mois de réflexion, je ne me sentais pas à ma place. Je voulais faire quelque chose de plus créatif. J'avais depuis toujours été passionné d'architecture et de design. Je me suis souvenu de mon passage en Thaïlande et puisque je savais comment transformer et travailler le bambou, j'ai creusé le sujet. Je me suis souvenu de mon passage en Thaïlande et puisque je savais comment transformer et travailler le bambou, j'ai creusé le sujet. Qu'as-tu découvert ? Quel a été le déclic pour passer de l'idée à l'action ? Je me suis rendu compte que quasiment personne ne travaillait le bambou alors qu'il pousse chez nous, en France ! C'est pourtant un matériau qui a un énorme potentiel en matière d'aménagement, d'architecture et de déco'. J'ai trouvé un livre à la médiathèque, Architecture Naturelle, un livre sur le Land Art pour lequel j'ai eu un coup de cœur. Mon intérêt pour l'architecture s'est confirmé en lisant ce livre. Par ailleurs, petit, j'avais aussi été scout, je fabriquais des cabanes dans les bois, j'adorais ça. Je me suis vraiment dit que j'étais fait pour me lancer dans ce type de projet ! Comment t'es-tu formé ? Je me suis formé tout seul car il n'existe pas vraiment de formation, il n'y a pas d'école ou de filière de transformation du bambou. Le bambou est un matériau singulier, il se travaille différemment que le bois par exemple. C'est entre autres pour ça que l'on passe beaucoup de temps à remettre en question les dispositifs, les façons de faire et on invente encore beaucoup. On fait tout de A à Z, on recrée nous-mêmes une filière en fait. Sur Internet je me suis inspiré de projets existants, de vidéos filmées en Asie et en Amérique du Sud. J'ai pris le temps de regarder ce que faisait ces pays qui ont des milliers d'années d'histoire du bambou ! En France, j'ai aussi passé un an à contacter des personnes pour les rencontrer, discuter de mon projet, connaître leur point de vue, me construire un réseau et en apprendre plus sur le bambou. Pour discuter avec d'autres professionnels, j'avais aussi sous-loué une partie d'un atelier de menuiserie. Les menuisiers m'aidaient parfois et me donnaient des conseils. Je me suis formé sur Internet. Je me suis inspiré de projets existants, de vidéos filmées en

Asie et en Amérique du Sud. J'ai pris le temps de regarder ce que faisait ces pays qui ont des milliers d'années d'histoire du bambou!



Les échos de l'économie choletaise

Ageneau dans la Sarthe

Dans un communiqué, le Choletais Ageneau Group, spécialisé dans le transport, la logistique et la formation, annonce avoir ouvert une agence à Arnage, près du Mans, sur un site de 6 000 m². Le transporteur aux 430 salariés (55 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2017), basé à Cholet, est déjà implanté à Angers, Nantes, en région parisienne et à Bordeaux. La société familiale recrute bien entendu des chauffeurs routiers pour accompagner ce développement. Chauffeurs qu'Ageneau Group peut former au sein de son propre centre de formation ouvert l'an passé à Andrezé.

100 salariés à Mediapilote

L'agence de conseil en communication choletaise Mediapilote a ouvert deux nouvelles agences dernièrement et intégré une agence de Saint-Brieuc. Une dynamique qui a entraîné le recrutement d'une vingtaine de salariés supplémentaires, dépassant la barre des 100 collaborateurs en janvier, et une hausse du chiffre d'affaires de près d'un tiers. De nouveaux projets d'ouverture et de déploiement sur le territoire sont prévus dans prochains mois, selon le fondateur et président du directoire Pierre Rochouane, qui prévoit de « dépasser les 140 collaborateurs à la fin 2019 ».

Année au top pour GCA

Les 120 responsables vente du groupe choletais GCA (53 concessions, 810 collaborateurs pour 585 millions d'euros de chiffre d'affaires) se sont réunis en

séminaire du 11 au 14 janvier à Agadir (Maroc). L'occasion pour le PDG David Gaist de faire le bilan d'une année 2018 « exceptionnelle ». Outre le rachat de BMW-Mini à Meaux en avril et de la société Livry Auto Sport (deux sites, 36 salariés pour un chiffre d'affaires de 24, 3 millions d'euros), les ventes du premier distributeur français Toyota et Lexus ont fortement progressé : 18 071 véhicules neufs vendus (3 500 unités de plus, soit une progression de 19, 50 % par rapport à 2017) et 14 129 véhicules d'occasion vendus (+ 22 %).

Charal s'en sort bien

Le site Capital. fr relaie une étude du Crédoc annonçant que « la consommation moyenne est désormais de 135 grammes par jour, soit 18 de moins qu'il y a dix ans ». En cause : le prix, des considérations de santé et une image dégradée de la filière. Dans cet article, Stéphanie Bérard-Gest, directrice marketing à Charal (1 000 salariés à Cholet), assure néanmoins que le chiffre d'affaires du site de Cholet se maintient depuis trois ans au-dessus de 900 millions d'euros. De bons résultats portés notamment par des produits innovants comme le tendre de boeuf et le boom du steak haché, qui pèse désormais plus de la moitié des ventes de Charal, filiale du groupe Bigard, leader français du secteur.

Un Janus pour Eram et Bénéteau
L'Institut français du design a décerné ses trophées Janus qui récompensent la démarche des industriels en direction du design. Le groupe Bénéteau, implanté à

Cholet via son chantier Jeanneau, a reçu un Janus de la prospective pour avoir transposé un concept automobile sophistiqué à l'univers nautique : travail du cockpit, poste piloté à distance à partir d'une tablette amovible...

Eram a reçu un Janus du commerce pour Atelier 27, un service qui permet de personnaliser ses talons de chaussures en moins d'une heure via une technologie d'impression 3D.

E-vone brille à Las Vegas

E-vone, filiale du groupe Eram basé à Saint-Pierre-Montlimart, a reçu dernièrement au CES de Las Vegas un prix d'innovation dans la catégorie « Tech for a Better World » (« technologie pour un monde meilleur »). Comme nous l'avions déjà présenté dans nos colonnes, E-vone développe une chaussure connectée pour les seniors et personnes fragiles, capable de donner l'alerte en cas de chute. Les chaussures doivent être rechargées tous les quatre mois environ. La chaussure, encore en phase de test, sera commercialisée au printemps sur la base d'un abonnement mensuel de 34, 90 €.

Envoyez vos informations économiques à fabien.leduc@courrier-ouest.com.



Les 120 responsables vente du groupe



*choletais GCA se sont retrouvés en
séminaire à Agadir. Photo GCA*





Un Janus du design pour le chariot RX 20 de Still



Mention excellence à l'unanimité pour le chariot RX20 du constructeur Still. *"Still a totalement revisité son chariot best-seller, l'adaptant aux nouveaux besoins du marché et le dotant d'un grand nombre d'équipements permettant une personnalisation propre à chaque utilisateur"*, a souligné Pierre Guillaumot, président de Still France, qui avait déjà obtenu le trophée Ifoy 2018 du chariot élévateur de l'année pour le même produit.

Un chariot revisité

Le RX 20 est un chariot frontal offrant une maniabilité exceptionnelle : il offre un rendement maximal dans toutes les situations, y compris sur les rampes les plus fortes, le tout piloté depuis un poste de conduite à l'ergonomie encore améliorée, au-delà des normes actuelles.



URL :<http://www.twitter.com>

PAYS :France

TYPE :Médias sociaux



► 28 janvier 2019

> Version en ligne



stratlog

@stratlog

4818

Tweets

29

Following

3524

Followers

Sur SL : Un Janus du design pour le chariot RX 20 de Still <https://t.co/p7mIQP4gGS>
<https://t.co/L0UCyPYAU7>

Sur SL : Un Janus du design pour le chariot RX 20 de Still
<https://t.co/p7mIQP4gGS> <https://t.co/L0UCyPYAU7>



Un duo de tasses Lungo de Delissea pour la Saint-Valentin

Accueil Gastronomie Actus produits Duo de tasses Lungo de Delissea pour la Saint-Valentin



- Gastronomie
- Actus produits

Par Henri Yadan

Amateurs de café, profitez d'un moment rare de volupté et de plaisir, à découvrir à deux dès le matin du 14 février. Le mot dégustation prendra alors tout son sens avec les fragrances suaves, les effluves épurées et les arômes complexes que vous offrira votre café préféré grâce aux tasses Lungo du Coffret Delissea. Leur design intérieur, récompensé par le label **Janus** du Sensoriel décerné par l'Institut du Design, permet un développement olfactif homogène, sans pour autant nuire à la densité de la mousse. De quoi éveiller vos sens et vos papilles à chaque gorgée riche en saveurs. 29 € le coffret. www.delissea.com



Facebook Twitter Google+ Pinterest WhatsApp

article précédent Christian Etchebest fait mouche sur les Bateaux Mouches article suivant Air France à la table de Fauchon Henri Yadan

Dans la même rubrique**Du même auteur**



Vodka Nadé, un voyage des saveurs entre Bordeaux et Cognac



La noix de Pili premium Mount Mayon : l'or jaune des Philippines



Arnaud LALLEMENT : poularde



Cafetière à piston, le petit noir comme au Vietnam



Christelle GAUGET : Salade italienne



Arnaud LALLEMENT : Pamplemousse, biscuit rose de Reims



STILL décroche le prix du Janus de l'industrie

Après avoir obtenu le trophée IFOY 2018 du Chariot élévateur de l'année, le RX20 de STILL remet ça en remportant le prestigieux prix du **Janus** de l'industrie avec la mention « excellence ». La cérémonie qui était présidée par Jean Baptiste Lemoyne, secrétaire d'Etat au ministère de l'Europe et des Affaires étrangères a récompensé 76 réalisations dont 14 avec la mention "Excellence" attribuées aux réalisations qui correspondaient aux critères des «5E» : Economie, Ergonomie, Esthétique, Ethique et Emotion. Pierre Guillaumot, Président de STILL France. Le RX 20 est un chariot frontal, très maniable aussi bien en intérieur qu'en extérieur. Le poste de conduite a été totalement repensé pour être encore plus ergonomique. « STILL a totalement revisité son chariot best-seller, l'adaptant aux nouveaux besoins du marché et le dotant d'un grand nombre d'équipements permettant une personnalisation propre à chaque utilisateur » a expliqué Pierre Guillaumot, Président de STILL France. Commentaires 0 commentaires



Still récompensé pour son chariot RX20



L'acteur mondial dans le domaine des appareils de manutention Still avait déjà obtenu, avec son RX20, le trophée IFOY 2018 du chariot élévateur de l'année. Il a gagné, le 17 décembre 2018, le prix **Janus** de l'industrie de **l'Institutfrançaisdudesign** remis par un jury composé de professionnels divers (design, marketing, technique, distribution...). Parmi les 76 réalisations récompensées, Still fait partie des 14 lauréats à avoir reçu la mention « Excellence », attribuée aux réalisations correspondant aux critères des «5E» : économie, ergonomie, esthétique, éthique et émotion. « Nous sommes très fiers d'avoir obtenu ce prix qui récompense un tout nouveau design et une ergonomie pensée pour un meilleur confort du cariste », commente Pierre Guillaumot, président de Still France.

Un chariot frontal revisité

Le RX20 se présente comme un chariot élévateur utilisable aussi bien en intérieur qu'en extérieur, avec un rendement optimisé, y compris sur les rampes les plus fortes. L'ergonomie de son poste de conduite a d'autre part été améliorée au delà des normes. « Still a totalement revisité son chariot best-seller, l'adaptant aux nouveaux besoins du marché et le dotant d'un grand nombre d'équipements permettant une personnalisation propre à chaque utilisateur », détaille Pierre Guillaumot.



Sa tasse révolutionnaire sublime le café



À «cinquante balais» comme il dit en évoquant son âge, Arnaud Baratte n'a rien perdu de sa veine créatrice et de son enthousiasme entrepreneurial. Il y a quelques années, il avait fait sensation avec la conception d'un verre à vin particulièrement original (Hélicium) inspiré du fonctionnement des éoliennes observées à l'occasion d'une balade dans la montagne tarnaise.

Concrètement, le verre était doté de trois pales verticales à l'intérieur, qui avaient vocation à oxygéner le nectar et à en exhaler ses arômes en procédant à une rotation du pied. Il parlait alors de son invention comme d'un accélérateur d'arômes. Il a quelque peu fait évoluer le concept en l'adaptant à un autre breuvage pour lequel on évoque aussi la notion de cru, «de nez et où on parle aussi de persistance en bouche»: le café.

Breveté à l'international

Déliisséa*, c'est une tasse qui reprend son concept initial mais cette fois pour le café. «Souvent, quand on boit un café, on reste sur une certaine amertume en bouche. Avec mon système, breveté à l'international, qui oxygène le café, il y a moins d'amertume et davantage de mousse. On peut évoquer un développement organoleptique du café.»

Comme pour le verre Hélicium, tout se passe à l'intérieur de la tasse, avec une spirale qui conduit la trajectoire du café et favorise ainsi la libération des arômes. «L'avantage de ce système c'est qu'il rend le sucre superflu puisque l'amertume est nettement atténuée», précise Arnaud Baratte qui a mis des mois à concevoir une tasse «pensée dans les moindres détails», du fond «concave qui permet une double oxygénation» en passant par un pied en trois points qui améliore la stabilité et évite la rétention d'eau au lave-vaisselle.

Sans oublier la trajectoire du café jusqu'à la langue, qui a été étudiée pour arriver opportunément en milieu de langue. Enfin, la tasse Delissea est ambidextre avec une anse stylisée qui convient aussi bien aux droitiers qu'aux gauchers.

Le ministre séduit

Cette tasse a séduit jusqu'au ministère des Finances! Une démonstration a permis à Arnaud de conquérir Mounir Mahjoubi, le secrétaire d'État au numérique, lors d'une rencontre à Bercy. En outre, Arnaud Baratte a été récompensé du **Janus** du sensoriel par **l'Institutfrançaisdudesign**. Décerné après celui qu'il avait reçu pour l'Hélicium, le mois dernier lors d'une réception au Quai d'Orsay.



HOP! et l'agence Brandimage récompensées par le JANUS de la Marque

La compagnie aérienne HOP! et l'agence Brandimage ont reçu le Label de **L'InstitutFrançaisdu Design**, le **JANUS** de la Marque 2018. Créé en 1953, le **JANUS** est un label d'excellence, parrainé par le Ministre de l'Industrie et du Commerce extérieur et reconnu par les professionnels du design. Il récompense les Entreprises et Collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de la Personne, l'Industrie et la Cité. Le **JANUS** de la Marque récompense une stratégie globale et la mise en oeuvre d'un système cohérent de signes et de points de contacts avec toutes les parties prenantes (clients, salariés, fournisseurs, prescripteurs, médias, influenceurs, etc...). Les experts du jury ont évalué l'adéquation de la réponse créative innovante apportée au cahier des charges de HOP!. La marque « HOP! » évoque la rapidité et la facilité avec laquelle les voyageurs peuvent se déplacer en France et en Europe proche. Synonyme d'agilité, HOP! véhicule sa capacité à rebondir et à s'adapter aux besoins des clients. Accolé à un point d'exclamation penché, qui symbolise le décollage d'un avion, HOP! marque sa volonté d'être toujours dans l'action et la mobilité. La couleur rouge réaffirme son positionnement dynamique et évoque la passion, l'engagement et la force de caractère en adéquation avec l'audace de son nom. Hélène Abraham, Directrice Commerciale Marketing et Produits au sein de l'activité court-courrier d'Air France appelée HOP!, a déclaré : « Nous sommes ravis de voir l'agence Brandimage récompensée pour son travail sur le territoire de marque HOP!. Le succès de la compagnie aérienne est en partie le résultat du travail autour de la marque réalisé avec Brandimage, qui nous accompagne depuis la création de la compagnie aérienne il y a 5 ans. La marque HOP! est appréciée par nos clients et reconnue comme la marque représentative du court-courrier, adossée à la caution d'Air France avec « La proximité en France par Air France. ». Alain Doré, Directeur de Création de Brandimage, a ajouté : « Une équipe de décideurs, un positionnement engagé, un nom signifiant, une identité volontaire, un territoire agile, simple et efficace voilà un défi gagnant récompensé doublement par son succès côté clients et par ce **JANUS** de la Marque. Les Belles Marques se remarquent et l'agence Brandimage est fière d'accompagner HOP! ». HOP! en chiffres • Le réseau de vols domestiques le plus dense d'Europe • 600 vols quotidiens vers 50 escales desservies • Une centaine d'avions de 48 à 212 sièges • Des tarifs à partir de 49 €* TTC l'aller simple (hors Corse) • 13 millions de passagers transportés par an • Plus de 140 lignes à l'été 2018 • 5 navettes au départ de Paris-Orly : Bordeaux, Marseille, Montpellier, Nice et Toulouse • 2 principaux hubs en France : Lyon (25 lignes) et Paris-Orly (24 lignes) • Plus de 8 500 salariés au service des clients, au sol comme en vol Les clients peuvent effectuer leur réservation sur les sites internet de www.hop.com et www.airfrance.fr, appeler le centre d'appels HOP! au 0892 70 22 22** ou le centre d'appels Air France au 3654***, ou encore se rendre dans un point de vente Air France ou dans une agence de voyage. #EnModeAvion, HOP! sur les réseaux sociaux : • Twitter : @hopinfos • Facebook : hop.com • LinkedIn : HOP! Air France • Instagram : @HOP_EnModeAvion* Hors frais de service. Tarif soumis à conditions et à disponibilités. Billet non remboursable. Voir sur le site www.hop.com** Service 0,35 € / min + prix d'un appel. Horaires d'ouverture : 7j/7, 365j/an de 06h30 à 21h00 du lundi au vendredi, de 09h30 à 18h00 le samedi et de 09h30 à 20h00 le dimanche*** Service 0,35 € / min + prix d'un appel. 7j/7, 365j/an, de 06h30 à 22h00 Brandimage, groupe conseil international d'architectes et de designers de positionnement de marque, conçoit et créé des marques de performance. Brandimage fait partie de l'activité Développement de marques de SGK. SGK appartient à Matthews International Corporation (NASDAQ GSM: MATW). Brandimage accompagne les marques pour révéler leur personnalité à travers une approche multidisciplinaire et transversale en développant des produits, des services et des espaces qui créent une expérience unique et un lien émotionnel fort avec l'être humain.



5 objets pensés pour améliorer la maison

Ils ont été pensés pour nous faciliter le quotidien. Ces objets de la vie courante ont été récompensés pour leur design innovant, et ont séduit le jury de **L'Institutfrançaisdudesign**. Zoom sur les lauréats des **Janus** 2018 qui révolutionnent l'univers de la maison. Quel est le point commun entre le bidon Teisseire, la DS, le Bleuet de Campingaz, l'Airblade de Dyson ou encore le Vélib' de JC Decaux ? Ils ont tous reçu un **Janus**. Chaque année, **L'InstitutfrançaisduDesign** récompense les designers, qu'il s'agisse de petites start-ups ou de leaders de l'industrie. Créé en 1953, le label vient de fêter ses 65 ans, et continue de récompenser les meilleures réalisations en termes de design, c'est-à-dire celles qui favorisent le mieux-vivre. Le palmarès des **Janus** 2018 n'a pas fait exception, avec des lauréats issus de tous les horizons. Pour décerner ses prix, le jury s'appuie sur 5 critères déterminants baptisés les "5 E" : économie, esthétique, ergonomie, éthique et émotion. Vingt-quatre réalisations ont ainsi été labellisées, dans des domaines aussi variés que la santé, les lieux de vie, ou encore les services... Dans l'univers de la maison, quelques innovations ont retenu l'attention de Maison à part. Tasse à café, interrupteurs nouvelle génération, sol souple... Zoom en images sur ces créations conçues pour vous faciliter le quotidien.

SWINCAR TUTOIE L'EXCELLENCE

Frédéric Rolland

DRÔME - Allan L'INSTITUT FRANÇAIS DU DESIGN (IFD) VIENT DE DÉCERNER UN JANUS À LA SWINCAR E-SPYDER CONÇUE ET ASSEMBLÉE DANS LA DRÔME. SÉDUIT PAR SES NOMBREUSES QUALITÉS ET CONSIDÉRANT QU'ELLE RÉPONDAIT PARFAITEMENT AUX 5 CRITÈRES CLÉS DU DESIGN, LE JURY LUI A ÉGALEMENT ATTRIBUÉ UNE MENTION « EXCELLENCE ».

P rès de 70 ans après la déclaration Schumann prononcée dans le Salon de l'Horloge (déclaration qui, rappelons-le, a jeté les bases de la communauté européenne), le Quai d'Orsay a accueilli le 17 décembre 2018 la cérémonie de remise des labels Janus de l'Institut Français du Design, lequel qui célèbre d'ailleurs cette année ses 65 ans d'existence.

Parmi les quelque 76 réalisations récompensées lors de cette cérémonie présidée par Jean Baptiste Lemoyne (secrétaire d'Etat au ministère de l'Europe et des Affaires étrangères), l'une d'elle, la swincar, est originaire de la Drôme et plus exactement d'Allan.

Fruit de l'imagination pour le moins fertile de Pascal Rambaud, la swincar a été conçue pour changer la relation de la mobilité à l'environnement tout en apportant de la sécurité, de la facilité et du plaisir du fait notamment de son architecture pendulaire (laquelle

joue sur la répartition des masses et sur le point d'équilibre) et de sa géométrie particulière (l'articulation et la totale indépendance de ses « segments » permettant de grands débattements), ce qui lui permet de prendre des dévers en toute quiétude.

La swincar a été pensée pour être à la fois ludique, esthétique, pratique et écologique. D'où son architecture, pour le moins originale.

C'est dans un des salons du Quai d'Orsay où, pour rappel, est implanté le Ministère des affaires étrangères, que le père de la swincar, Pascal Rambaud (à gauche sur la photo) s'est vu récompensé par l'IFD le 17 décembre dernier.

Assemblée à Portes-Lès-Valence au sein du pôle e-mobilité dont s'est doté le groupe Reyes, la swin-car est, rappelons-le, entre autres caractéristiques techniques, équipée de 4 moteurs électriques (1 par roue) avec système de récupération d'énergie en phase de décélération et de freins à disques.

Lors de cette même cérémonie, la swincar s'est également vue attribuée une des 14 mentions "Excellence" décernées aux réalisations qui optimisent toutes les qualités recherchées aujourd'hui et correspondant aux critères clés des « 5E » : économie, ergonomie, esthétique, éthique et émotion. ■

HAUT-RHIN**L'ACTU****68 / EQUIPEMENT/HABITAT : Barrisol innove dans la climatisation**

Le spécialiste alsacien des plafonds tendus BARRISOL / T : 03.89.83.20.20 (*raison sociale : NORMALU, siège à Kembs/68, 130 salariés, CA : 25 M€*), connaît le succès avec une des ses innovations : Barrisol Clim. Cette solution technique promeut une climatisation invisible, homogène et silencieuse qui permet aux plafonds et murs de diffuser de l'air refroidi par de toutes petites fentes, créant ainsi un échange thermique sur l'ensemble des parois revêtues de la toile Barrisol. Selon le média **Traces Ecrites**, Barrisol Clim a remporté le 17/12/2018 un **Janus** du design et de l'industrie, preuve de son ingéniosité. www.barrisol.com

Peugeot et Beneteau se retrouvent autour d'un concept

Le Sea Drive Concept, conçu par Peugeot Design Lab pour Beneteau a reçu ce Label décerné par L'Institut Français du Design lors de la cérémonie qui s'est tenue le 17 décembre au Quai d'Orsay, à Paris. Le jury a apprécié l'ergonomie et l'esthétique épurée de ce poste de pilotage, inspiré du Peugeot i-Cockpit®, ainsi que sa technologie connectée Ship Control® développée par Beneteau. Il a également salué la coopération des designers automobiles et nautiques pour concevoir ce qui pourrait annoncer l'avenir du poste de pilotage dans le nautisme. Cette planche de bord favorise le plaisir, l'agilité et la concentration des navigateurs. Son style est sobre, avec un nombre de touches réduit à l'essentiel. Ses matériaux nobles, cuir Nappa surpiqué et chrome satiné des touches, ainsi que la qualité de sa réalisation sont issus du savoirfaire de Peugeot. « Nous sommes fiers de recevoir le JANUS de la prospective. Il récompense la coopération de Beneteau et Peugeot au service des plaisanciers. L'innovation fait partie de l'ADN des deux marques. Le Sea Drive Concept allie la technologie Ship Control® et l'ergonomie de l'i-Cockpit » a déclaré Luca Brancaleon, directeur général de Beneteau. ■



Lunetterie. L'entreprise Vuillet-Véga de Morez primée pour une charnière de monture incassable



Gérard Vuillet et sa fille Cécile qui a rejoint l'entreprise familiale (© ©IFDJA NUS2018-Quai d'Orsay)

Chaque année, l'**Institut Français du Design** décerne le label « **Janus** » à des entreprises et des collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de « la Personne, l'Industrie et la Cité ».

Le jury a décerné, cette année, 76 labels dans les domaines de l'industrie, du commerce, de la santé, de l'espace de vie, de la cité, de la prospective, et également de la marque, du sensoriel, des composants et matériaux, du service, de la mode et du bien-être.

L'entreprise familiale morézienne Vuillet-Véga présidée par Gérard Vuillet, a reçu un « **Janus** » dans le domaine de l'industrie pour la charnière de la monture Sign 450.

Entreprise du patrimoine vivant



Sans vis et sans soudure (© ©IFDJA NUS2018-Quai d'Orsay)

Sans vis et sans soudure avec une branche flex, cette charnière qui a été développée en interne est en acier inoxydable et incassable.

C'est la troisième fois que l'entreprise est récompensée par l'**Institut Français du Design** dans cette catégorie, après 2002 et 2005.

« Ce label n'est pas très connu du grand public, mais il constitue un argument commercial auprès des opticiens ».

Révélaient une continuelle volonté d'innover pour l'entreprise créée il y a 175 ans, qui s'est forgée sa réputation sur son savoir-faire dans le domaine de la monture en métal.

Une monture en métal qui connaît d'ailleurs un important regain actuellement. Gérard Vuillet est très attaché aux labels attribués à son entreprise, en évoquant également le label « Entreprise du patrimoine vivant », ainsi que le label « Origine France Garantie » attribué par le Bureau Veritas.

« Ils sont reconnus par nos clients à l'export, mais aussi par les consommateurs car ils constituent un gage de qualité et garantissent un savoir-faire français », poursuit le chef d'entreprise qui propose quatre collections.

35 % à l'export

Très haut de gamme « Premium Gérard Vuillet », propose des montures soignées, comprenant des laques royales, des branches en bois, des perles de culture...

Haut de gamme la collection « Prestige », s'appuie sur des montures plaquées or très design. « Prima Linea », est une collection générique et plus classique qui conserve la tradition morézienne, avec comme autrefois, des montures de différentes tailles.

Quant à la collection « Sign » qui a été primée lors de la remise des labels au Quai d'Orsay, elle comprend des montures plus colorées, plus dynamiques et s'adresse en particulier aux jeunes.

L'entreprise qui emploie 20 personnes, et qui est parmi les plus anciennes entreprises de la vallée, vend 35 % de sa fabrication à l'export.



La remise des labels a eu lieu au Quai d'Orsay à Paris. (© ©IFDJA NUS2018-Quai d'Orsay)



L'entreprise Vuillet-Véga primée pour une charnière de monture incassable

Monique Henriet

Le lunetier jurassien a été récompensé pour sa monture « Sign 450 » comprenant des charnières sans vis et sans soudure.

Chaque année, l'Institut Français du Design décerne le label « Janus » à des entreprises et des collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de « la Personne, l'Industrie et la Cité ». Le jury a décerné, cette année, 76 labels dans les domaines de l'industrie, du commerce, de la santé, de l'espace de vie, de la cité, de la prospective, et également de la marque, du sensoriel, des composants et matériaux, du service, de la mode et du bien-être.

L'entreprise familiale morézienne Vuillet-Véga présidée par Gérard Vuillet, a reçu un « Janus » dans le domaine de l'industrie pour la charnière de la monture Sign 450. La remise des « Lagnus » a eu lieu au Palais d'Orsay. Ci-contre, Gérard Vuillet et sa fille Cécile qui a rejoint l'entreprise familiale ainsi que la monture primée. ©IFDJA-NUS2018-Quai d'Orsay entreprise du patrimoine vivant
Sans vis et sans soudure avec une

branche flex, cette charnière qui a été développée en interne est en acier inoxydable et incassable. C'est la troisième fois que l'entreprise est récompensée par l'Institut Français du Design dans cette catégorie, après 2002 et 2005. « Ce label n'est pas très connu du grand public, mais il constitue un argument commercial auprès des opticiens ». Révélant une continuelle volonté d'innover pour l'entreprise créée il y a 175 ans, qui s'est forgée sa réputation sur son savoir-faire dans le domaine de la monture en métal. Une monture en métal qui connaît d'ailleurs un important regain actuellement. Gérard Vuillet est très attaché aux labels attribués à son entreprise, en évoquant également le label « Entreprise du patrimoine vivant », ainsi que le label « Origine France Garantie » attribué par le Bureau Veritas. « Ils sont reconnus par nos clients à l'export, mais aussi par les consommateurs car ils constituent un gage de qualité et garantissent un savoir-faire français », poursuit le chef d'entreprise qui propose quatre collections.

35 % à l'export

Très haut de gamme « Premium

Gérard Vuillet », pro-pose des montures soignées, comprenant des laques royales, des branches en bois, des perles de culture...

Haut de gamme la collection « Prestige », s'appuie sur des montures plaquées or très design. « Prima Linea », est une collection générique et plus clas-sique qui conserve la tradition morézienne, avec comme autrefois, des montures de différentes tailles.

Quant à la collection « Sign » qui a été primée lors de la remise des labels au Quai d'Orsay, elle comprend des montures plus colorées, plus dynamiques et s'adresse en particulier aux jeunes. L'entreprise qui emploie 20 personnes, et qui est parmi les plus anciennes entreprises de la vallée, vend 35 % de sa fabrication à l'export. ■

**92 / HIGH-TECH : myBrain Technologies distingué**

MYBRAIN TECHNOLOGIES (siège à Issy les Moulineaux), société conceptrice du casque d'entraînement cérébral Melomind, qui permet à ses utilisateurs d'obtenir des informations quant à ses activités cérébrales afin de mieux les contrôler, **vient d'obtenir pour cette innovation un Janus de la Santé 2018 qui lui a été remis par l'INSTITUT FRANCAIS DU DESIGN** / T : 01.45.63.90.90. www.mybraintech.com



Ces produits ont reçu le label Janus, référence du design

Magazine

Naviguez au clavier

Précédent Suivant



Créé en 1953 par un arrêté ministériel, le label **Janus** récompense les meilleures réalisations en terme de design dans différentes catégories qui s'orientent toutes sur le "vivre-mieux".

© Dyson



Le Petit Casino remporte le label Janus du Commerce 2018



"Le petit Casino" réinvente le commerce de proximité en capitalisant sur la marque historique Casino

Pionnière du commerce de proximité français depuis 1898, l'enseigne "Le petit Casino" couvre tout le territoire français pour répondre encore mieux aux clients au pied de chez eux. C'est à partir de la force de ses

racines historiques que Casino proximités a entrepris, en 2017, de moderniser cette enseigne âgée de plus d'un siècle afin de remettre le client, les produits et la promotion au coeur de ses préoccupations.

La proximité urbaine de Casino a retrouvé son ancrage profondément social, savoir son attractivité et son lien affinitaire en allant à la rencontre des clients pour leur proposer une offre enrichie et une plus grande valorisation des produits frais, des fruits et légumes, et de la restauration au quotidien.

"Le petit Casino" s'appuie sur la marque de distributeur Casino, plébiscitée par les clients pour sa qualité et particulièrement bien positionnée en Bio et nutri-santé. A travers ces engagements forts, l'offre proposée par "Le Petit Casino" est complète et innovante, tout en rendant accessible le "bien manger" au plus grand nombre.

"Au pied de chez moi" : une boutique marchande et conviviale ancrée dans son quartier et au plus proche du client

"Le petit Casino" s'inscrit au coeur des villes en recréant l'esprit d'une rue marchande tout en "n'étant pas loin". C'est un lieu de vie ouvert avec des produits dedans-dehors, pratique, facile d'accès proposant une nouvelle expérience d'achat ainsi qu'une offre adaptée aux besoins aujourd'hui, mais également des offres promotionnelles dynamiques permanentes, répondant aux attentes de bonnes affaires de ses clients.

Véritable espace de vie tourné vers l'humain, "Le petit Casino" est un magasin confortable, où le client vient faire ses courses mais aussi et surtout échanger en toute confiance avec son commerçant. Ce nouveau magasin de quartier donne l'importance de la relation client-commerçant avec la volonté de recréer du lien social dans les villes et les quartiers.

"C'est avant tout un lieu de vie où commerçants et clients tissent du lien autour du comptoir (élément clé du nouveau concept) et partagent un moment convivial dans un environnement chaleureux." relate Francisco, gérant à Charavines (38).

"C'est aussi un commerce animé et marchand qui réinvente chaque jour la relation client autour d'offres promotionnelles uniques et qui redonne au produit toute sa place." explique Pascal, gérant à Toulouse Route de Castres (31).

"Le petit Casino" est une offre complète de services mais également de produits locaux et de saison. L'enseigne remet ainsi à l'honneur les richesses de nos terroirs en réhabilitant les circuits courts et les partenariats durables avec de petits producteurs locaux.

Un réel succès auprès des clients... mais pas seulement !

L'enseigne vient d'être récompensée par **l'InstitutFrançaisduDesign** à travers l'obtention du "**Janus** du Commerce". Ce prix récompense depuis 1953 les enseignes et les marques cherchant à "humaniser" la relation commerciale et à améliorer le parcours du consommateur. 5 critères ont ainsi été évalués : économie, esthétique, ergonomie, éthique et émotion. La dimension collaborative du concept a également été particulièrement saluée (design, architecture, graphisme, pilotage et coordination).

Une enseigne qui a le vent en poupe

Fort de ses 150 magasins passés sous nouveau concept et repartis sur l'ensemble du territoire Français, l'enseigne "Le petit Casino" ne compte pas s'arrêter en si bon chemin et ouvrira trente magasins supplémentaires à fin 2019.



Schmidt décroche le label d'excellence Janus de l'Industrie pour son concept d'aménagement Latitude

Partager :

■ Spécialisé dans la distribution de meubles de cuisine, salle de bains et rangement, ainsi que de l'électroménager, le groupe Schmidt, mondialement célèbre, a récemment décroché le label d'excellence Janus de l'Industrie décerné par le jury pluridisciplinaire de l'Institut Français du Design pour son concept d'aménagement baptisé Latitude et co-développé avec Bruno Acchione, designer.



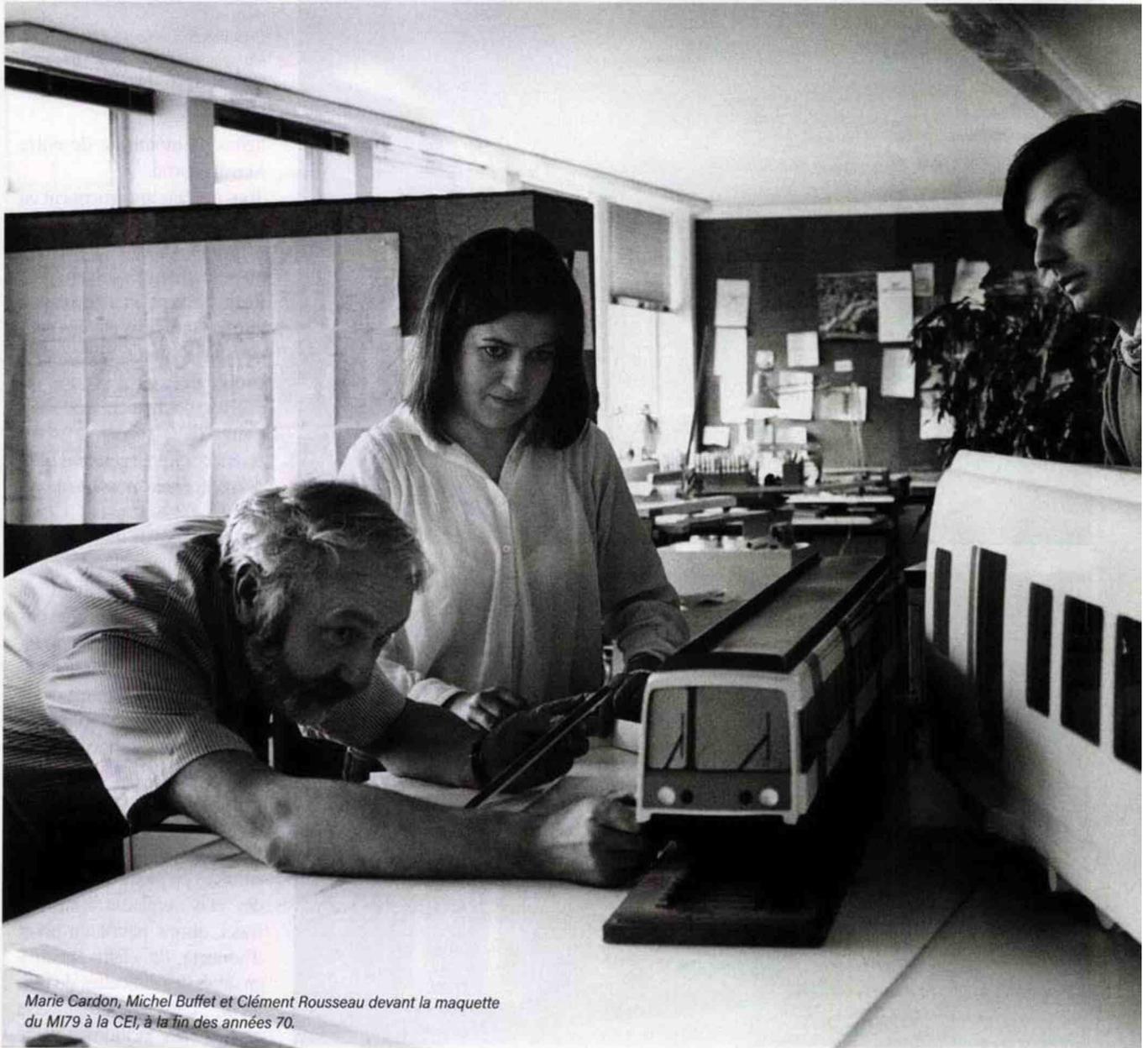
Ce concept d'aménagement intérieur pour les meubles de cuisines, modulable, est une solution d'aménagement proposée par Schmidt pour répondre aux besoins de stockage et d'organisation des consommateurs dans les tiroirs. Simple, ludique et beau, ce système co-développé par le designer Bruno Acchione, s'adapte aux meubles sur-mesure de la collection **SCHMIDT**, mais aussi et surtout aux évolutions des consommateurs dans leur quotidien. Inspirée des coordonnées Latitude et Longitude, le concept « **Latitude** » permet de créer des espaces et sous espaces petits ou grands comme l'explique Bruno Acchione : « *Comprendre les contextes, les habitudes, les comportements des gens par l'observation permet de remarquer les petites choses auxquelles nous ne prêtons jamais attention* ».

Première marque européenne de cuisines et premier exportateur français de meubles de cuisine, le réseau Schmidt compte aujourd'hui plus de 450 magasins répartis dans 25 pays, dont 5 pays européens. En 2017, 27 magasins Schmidt ont ouvert leurs portes à travers toute l'Europe. Chaque centre conseil porte la volonté d'un service irréprochable et le désir d'apporter des réponses au plus près des attentes des clients.

José Kossa, Toute la Franchise ©

Partager :

■ Créer une surveillance par email



Marie Cardon, Michel Buffet et Clément Rousseau devant la maquette du MI79 à la CEI, à la fin des années 70.

Design

Quand Michel Buffet réinventait l'expérience du voyage

Dans une monographie publiée en novembre, Guillemette Delaporte nous fait découvrir le travail de Michel Buffet, un designer industriel qui a notamment, avec sa société Vecteur Design Industriel, essayé de réinventer l'expérience du voyageur. Dans les avions, les bateaux, mais aussi dans le transport ferroviaire, il a marqué de son empreinte les Trente Glorieuses.



Masque avant du MP59, avant et après rénovation, par Vecteur Design Industriel (1989).

Michel Buffet est de cette génération d'artistes ingénieurs qui a inventé le design industriel et dont le cheminement créatif a accompagné les Trente Glorieuses. La spécialiste des Arts décoratifs et du design Guillemette Delaporte s'est plongée dans cette œuvre protéiforme et a publié chez Norma Éditions une belle monographie qui, en un peu plus de 300 pages, revient sur une carrière longue d'un demi-siècle.

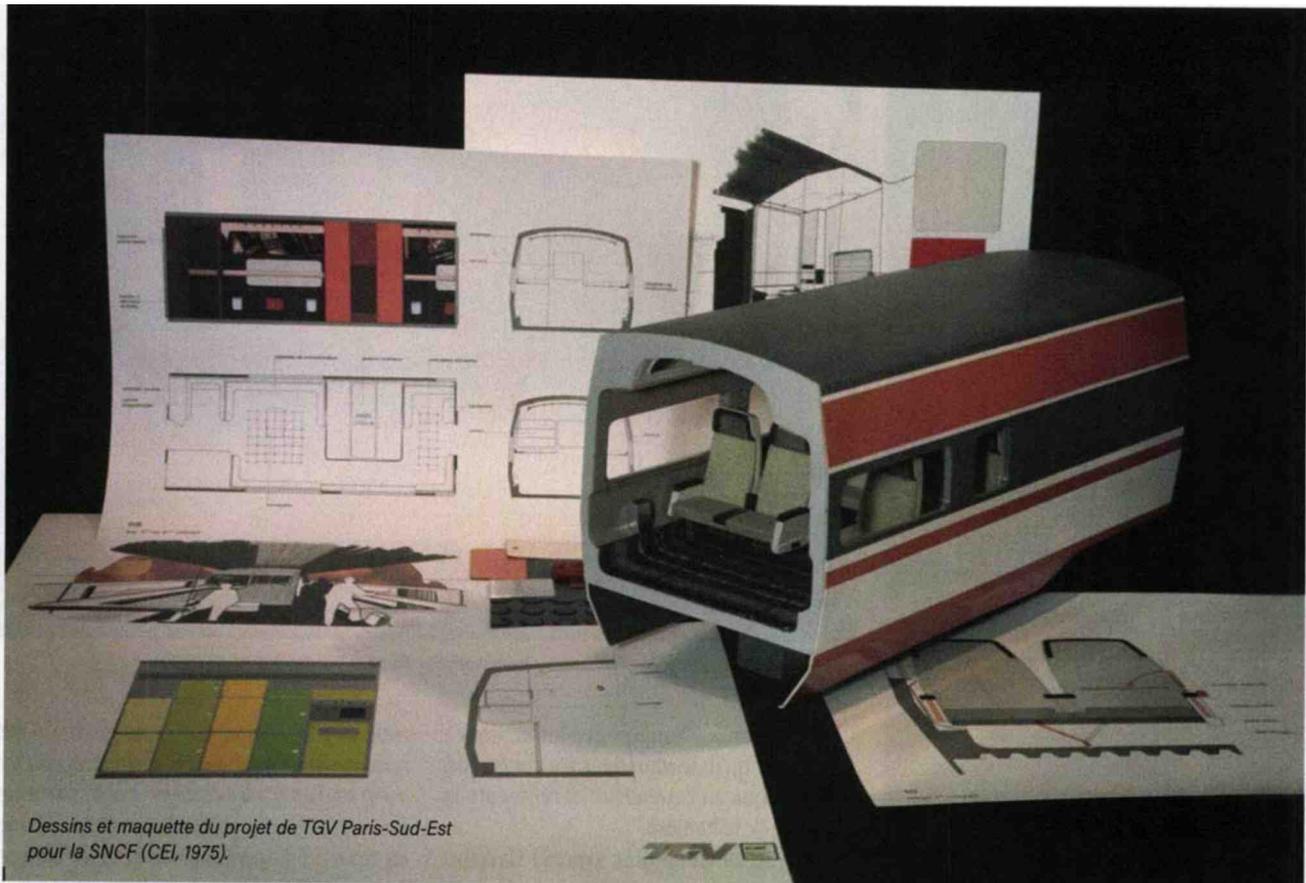
Connu pour ses lampes, des luminaires à réflecteur, qu'il dessine dans les années 50, de l'applique au lampadaire, il réinvente la diffusion de la lumière.

Mais il a également prêté son génie à la cause du transport, notamment de ceux qui les utilisent. Avions, bateaux, sous-marins, funiculaires et naturellement, trains, ses créations sont montées à bord de pratiquement tous les moyens de transport. Du TGV au métro de Caracas, en passant par la salle de contrôle du projet Transmanche aux RER A et B ou aux Sprinter néerlandais, il a beaucoup œuvré dans l'industrie ferroviaire.

Alain Fleischer, photographe, cinéaste et écrivain, explique, dans la préface qu'il signe de l'ouvrage, toute la complexité de la création dans ces espaces restreints et contraints par de nombreux paramètres techniques: « C'est sans doute mon rapport personnel à la photographie et au cinéma qui me font considérer la création de luminaires comme la "spécialité" la plus artistique du design industriel. Cette origine de mon intérêt pour l'œuvre de Michel Buffet m'a également permis d'apprécier certaines de ses autres créations, notamment celles destinées à toutes sortes de moyens de transport: en effet, ceux-ci ont en commun avec le cinéma qu'ils sont aussi liés au mouve-

ment, au déplacement, réel ou imaginaire. Tout comme le spectateur d'un film, le passager d'un avion ou d'un train est assigné à place fixe pour une durée donnée, pendant laquelle il effectue un voyage. Une part importante de l'œuvre de Michel Buffet concerne le mobilier, les aménagements, le décor, de divers moyens de transport modernes (l'avion, le train, le métro...) où les contraintes sont particulièrement exigeantes: sécurité et confort d'un côté, poids et encombrement minimum de l'autre. »

Michel Buffet est né à Paris en 1931. Guillemette Delaporte rappelle qu'il « naît et passe sa prime enfance place de La Trinité à Paris, à deux pas de la gare Saint-Lazare, et que, tout jeune, il est fasciné par les locomotives à vapeur, ces monstres fumants qui laissent échapper d'impressionnantes volutes empanachées et des escarbilles ». Attiré par l'art, comme par la technologie, il intègre l'École nationale supérieure des arts décoratifs. En 1953, il sort diplômé de la section « Architecture intérieure ». Il a déjà alors rencontré un certain succès avec l'édition et l'exposition de son lampadaire B 211, dessiné alors qu'il était encore étudiant. Mais c'est au service militaire qu'il aborde pour la première fois la question de l'ergonomie, une réflexion qui sera l'un des fils rouges de son travail. Il y a notamment amélioré l'usage de



Dessins et maquette du projet de TGV Paris-Sud-Est pour la SNCF (CEI, 1975).

l'instrument de triangulation pour le service météorologique de l'armée. Libéré de ses obligations militaires, il intègre la Compagnie américaine de l'esthétique industrielle (CEI). La rencontre avec le designer et graphiste franco-américain Raymond Loewy, fondateur en 1952 de la CEI, est déterminante. Jeune, Michel Buffet fut un fervent lecteur de l'ouvrage de référence de Loewy *La Beauté se vend mal*. Il deviendra l'un des associés de la compagnie américaine pendant près de 30 ans. Il y dirige le département « Architecture industrielle et transport ». À partir de la fin des années 60, Michel Buffet commence à se pencher sur le ferroviaire à une période des Trente Glorieuses où la vitesse et le confort deviennent deux valeurs emblématiques pour la classe moyenne, alors que ce concept était jusqu'alors l'apanage des plus aisés. Plusieurs projets prometteurs, n'ont certes jamais été réalisés, mais ils ont nourri la réflexion du designer.

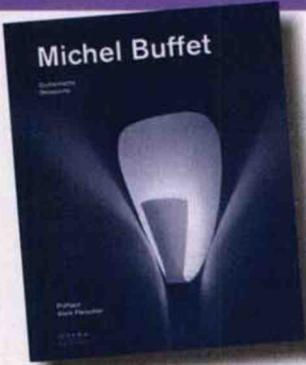


L'identité visuelle intérieure et extérieure du TGV la Ligne de Cœur Paris - Lausanne par Vecteur Design Industriel (1996).

Photos © Norma Éditions

En 1977, la société des chemins de fer néerlandais contacte la CEI pour le matériel roulant du Sprinter, ces trains qui relient les destinations régionales aux grandes villes des Pays-Bas. Au même moment en France, la

SNCF et la RATP s'allient pour la construction des deux premières lignes d'un tout nouveau réseau reliant Paris et sa banlieue, le Réseau express régional (RER). Michel Buffet va réaliser les aménagements intérieurs et si-



*« Miche Buffet »
de Guillemette
Delaporte.
Préface
Alain Fleischer.
Norma Éditions.
Prix: 55 euros.*

gner la livrée qui habille l'extérieur des rames. Entre 1980 et 1983, Caracas se dote d'un réseau de métro. Un projet dans lequel Michel Buffet va mettre tout son talent et qui constitue un autre jalon important dans sa carrière. C'est lui qui pilote l'ensemble du projet au nom de la CEI. Infrastructure, matériels roulants, signalétique et identité du réseau, il a un œil sur tout.

Avec son agence et bureau d'études créés en 1985, Vecteur Design Industriel, il fait de la recherche et développement et conçoit des biens d'équipement, particulièrement dans le domaine du transport ferroviaire, aéronautique (Concorde, Airbus A 340) et maritime. En 1987, un concours est lancé dans le cadre du projet de tunnel sous la Manche, alors qu'un accord entre les deux nations a été signé l'année précédente. Il assure l'aménagement des salles de contrôle routier et ferroviaire dans les deux pays, à Calais et à Folkestone.

Entre 1986 et 1989, il travaille sur le masque avant du MP59, une mise à jour du métro sur pneus mis en service en 1958. En 1988, il participe à la création des nouvelles rames BOA, où on peut circuler de bout en bout et remporte en 88 un Janus de l'industrie pour son strapontin Assis/Debout.

Avec ses 350 illustrations, ce livre nous permet d'apprécier toute la diversité du travail du designer et même si tous les projets présentés ici n'ont pas tous été réalisés, ils montrent le foisonnement créatif d'un homme qui a su conjuguer un esprit des plus cartésiens à d'une âme d'artiste. Cette monographie permet également d'apprécier toute la beauté d'un trait qui fait de chaque croquis une véritable œuvre d'art.

Samuel DELZIANI

COUPS DE COEUR 2018

De très bonnes Wibes
La startup fondée par deux passionnés de la mode et de l'Afrique conçoit des sneakers premiums et éthiques aux touches colorées du wax ivoirien. Lancée depuis plus d'un an, la marque Wibes a gagné ses premiers galons dans l'univers de la mode. Fondée par Aurélie Gisclon et Nicolas Raudrant, la société développe des sneakers élégants à partir du tissu africain wax. Des réalisations qui ont permis à Wibes d'être récompensée du label JANUS de la Mode 2018-2019 décerné par l'Institut Français du Design. Ces sneakers distribués en Afrique et bientôt sur leur site marchand, devraient aussi arriver prochainement dans des points de ventes niçois. Pour chaque paire de Wibes achetée, c'est une journée d'étude qui est financée pour une jeune fille et femme de l'Association internationale des femmes en Côte d'Ivoire.

L'éthique, c'est chic
L'application Fred propose d'instaurer une plus juste rétribution des chauffeurs VTC. Parmi les startups qui auront marqué l'année 2018, nous aurions pu citer Silicon Mobility et sa levée de fonds de 10 M\$ ou encore Mi, l'application de rencontres 100% niçoise, mais c'est vers Fred VTC, symbole de la mouvance Tech for Good, que porte notre coup de coeur. A sa tête, la jeune anglaise Mira McLean a souhaité mettre une touche d'éthique dans la multitude d'applications VTC disponibles. Fred permet de garantir une

rétribution minimale aux chauffeurs en respectant le tarif préconisé par leurs syndicats. Les utilisateurs peuvent quant à eux voyager bon marché sur la Côte d'Azur grâce à un principe de parrainage synonyme de kilomètres gratuits.

PMR libres comme l'air
L'entreprise Lilimouv' est spécialisée dans le transport de personnes à mobilité réduite. Une vocation pour son fondateur Emmanuel Garcia. De Cannes à Menton, de Nice à La Brigue, il sillonne, seul, les routes du département au volant de son véhicule adapté : perte d'emploi et histoire familiale ont conduit Emmanuel Garcia à créer en 2016 Lilimouv'. Outre quelques contrats avec des EHPAD, ce sont surtout les particuliers qui font directement appel à ses services : fauteuil roulant, poussette, et même voyageurs ultrachargés, l'auto permet de conduire des touristes à l'aéroport, des résidents de maisons d'accueil spécialisées chez eux pour le week-end... Enthousiaste et lucide, Emmanuel Garcia : « je ne fais pas ça pour être millionnaire, mais pour assurer un service que j'estime important ». ■



Schmidt reçoit le Janus de l'Industrie

-
-
- Toutes les actualités des Franchises Habitat
-
- Schmidt reçoit le Janus de l'Industrie



SCHMIDT ET CUISINELLA Le sur-mesure n est plus un luxe

Le groupe SCHMIDT distribue des meubles de cuisine, salle de bains et rangement, de l'électroménager

Demander une documentation Voir la fiche enseigne

Schmidt a reçu le Janus de l'Industrie pour son concept d'aménagement « Latitude » par le Jury de l'InstitutFrançaisduDesign. Il s'agit d'un concept d'aménagement intérieur pour les meubles de cuisines modulables, et co-développé avec Bruno Acchione, designer.

Cette solution répond aux besoins de stockage et d'organisation des clients dans les tiroirs. Concept simple et ludique, il s'adapte aux meubles sur-mesure de la collection Schmidt et aux évolutions des consommateurs dans leur quotidien.

« Comprendre les contextes, les habitudes, les comportements des gens par l'observation permet de remarquer les petites choses auxquelles nous ne prêtons jamais attention », explique Bruno Acchione.

Dernières actualités de la franchise SCHMIDT ET CUISINELLA



Schmidt Groupe Elu Service Client de l'Année
News publiée le 16/11/2018

Schmidt Groupe sur le petit-écran
News publiée le 01/10/2018

Le label « Relations Fournisseurs et Achats Responsables » obtenu par Schmidt Groupe
News publiée le 28/07/2018

Schmidt Groupe reçoit le prix de l'Excellence Digitale
News publiée le 10/07/2018

Les partenaires Schmidt Groupe conviés à une immersion
News publiée le 19/06/2018



3 informations startup à retenir ce 2 janvier 2019



Les 5 lauréats du concours Végépolys 2018 dévoilés

Le pôle de référence sur la production de végétaux respectueux de l'environnement et de la santé, Végépolys a dévoilé le résultat de la 3^{ème} édition de son concours dédié aux startups sur le thème de la production végétale de demain. La solution de mesure automatique du temps de travail des agriculteurs d'APTIMIZ, la technologie de

biocontrôle pour lutter contre les maladies pathogènes des plantes de GREEN IMPULSE et l'application par géolocalisation permettant de planter au bon endroit de FLORATLAS ont reçu les prix « Création », tandis que le logiciel de calcul de la quantité d'eau nécessaire à chaque microparcelle d'un terrain de LIEBEARTH s'est vu récompensé du prix « Développement ». Enfin, la création d'un sérum permettant d'habiller les fleurs d'un effet luminescent d'AGLAE a reçu le prix « Coup de coeur » du jury ».

myBrain Technologies reçoit le label « Janus de la Santé 2018 »

Melomind, le casque d'entraînement cérébral de myBrain Technologies, a obtenu le label « Janus de la Santé 2018 », décerné par l'Institut Français du Design, et cela, après avoir reçu le « Prix National du Design français 2019 » de l'Observateur du Design. L'entreprise française spécialisée dans les solutions neurotechnologiques myBrain Technologies a conçu son casque pour renforcer la relaxation et réduire le stress au travail. Développé en collaboration avec l'Institut du Cerveau et de la Moëlle Épinière (ICM), le casque audio Melomind comporte une technologie EEG qui permet de transmettre à l'utilisateur les variations de son activité cérébrale via bluetooth à une application mobile, pour lui permettre d'en prendre conscience et d'apprendre à la contrôler.

« Nous sommes très honorés de rejoindre le club des entreprises reconnues pour faciliter l'intégration par le design d'objets de très haute technologie dans la vie quotidienne. Cette double récompense atteste de notre recherche constante pour associer avec finesse les dernières avancées technologiques issues des neurosciences à une utilisation simple et performante de Melomind. Ces caractéristiques nous ont permis d'acquérir une expertise unique pour mieux gérer le stress, améliorer la qualité de vie et le bien-être au travail. » se réjouit Yohan Attal, PhD, Président co-fondateur de myBrain Technologies.



Distribution et services

Janus du service et du commerce pour Tarkett

Tarkett a reçu le Janus 2018 du service pour son étude approfondie de l'environnement et de la perception de la couleur chez l'enfant. En collaboration avec 45 spécialistes internationaux, Tarkett a en effet interrogé une quarantaine d'enfants sur l'impact émotionnel de la couleur et son effet sur leur comportement. Le fabricant de revêtements de sol a également reçu le Janus du commerce pour le concept de son atelier du Marais à Paris, défini avec 5.5 Designers et dédié aux architectes et designers. Rappelons que le Janus est un label officiel de design, créé en 1953 et longtemps parrainé par les ministres de l'Industrie et du Commerce.

RÉCOMPENSE

Janus 2018 : les revêtements à l'honneur



Le 17 décembre dernier se déroulait la cérémonie de remise des **Janus** au Quai d'Orsay, à Paris. Créé en 1953, le **Janus** est un label officiel de design parrainé par le ministère de l'Industrie et du Commerce extérieur et reconnu par les professionnels du design. Il récompense les entreprises et les collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de la personne, de l'industrie et de la cité. Suite à un partenariat avec l'Ademe pour l'étude de la mention éco-design, les jurés s'engagent désormais à récompenser des entreprises et des projets éco-responsables. Cette année, trois entreprises de revêtements ont reçu la récompense

symbolisée par la statuette de **Janus**, dieu antique aux deux visages qui se nourrit de sa mémoire et de son expérience pour se tourner vers l'avenir. Barrisol et la créatrice Chantal Thomass ont reçu le **Janus** de l'industrie avec mention excellence pour la lampe Butterfly. Cette suspension en forme de papillon est munie de deux ailes inclinables diffusant un éclairage doux à faible consommation énergétique grâce à l'utilisation de LED. L'association des savoir-faire de Barrisol et de Chantal Thomass a permis la création d'un produit léger et aérien avec une toile biosourcée et imprimable. Ce luminaire a été conçu en partenariat avec l'ingénieur

éclairagiste Osram. La mise en commun des savoir-faire a particulièrement été appréciée par le jury.

Parallèlement, Barrisol a reçu le **Janus** de l'industrie pour sa solution Barrisol Clim au design intégré. Silencieux, invisible et homogène, ce système offre une température de pièce constante, sans aucun courant d'air et tout en assurant un design fidèle à la marque spécialisée dans les plafonds tendus grâce à ses possibilités de décors et à l'absence d'élément technique disgracieux.

De son côté, doublé gagnant pour Tarkett. L'entreprise a reçu le **Janus** du service pour son étude sur l'environnement et la perception de la couleur chez l'enfant, mettant en exergue l'impact émotionnel de la couleur et son effet sur le comportement des utilisateurs. Elle est par ailleurs lauréate du **Janus** du commerce pour la création de l'Atelier Tarkett et l'approche de la matière que l'entreprise y mène. Fruit d'une collaboration entre le fabricant de revêtements de sol et le studio de design 5.5, l'Atelier Tarkett, situé dans le III^e arrondissement de la capitale, se définit « *comme une extension du bureau de l'architecte et du designer* » et se veut être un espace d'échange et de co-création. Enfin, Gerflor a reçu le **Janus** de la santé pour son système Clic révolution création. Il s'agit de lames vinyles associant un clic vertical au sol afin de faciliter la pose du matériau. L'objectif : proposer des solutions plus rapides et écologiques aux professionnels et aux particuliers et permettre la réduction des accidents. ♦



© Gerflor

Pose de lames vinyles avec le système clic de Gerflor



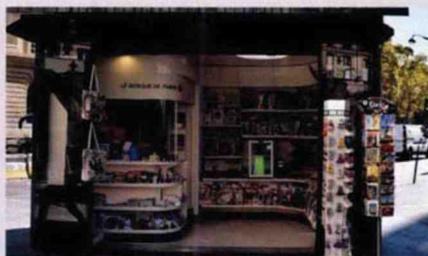
© Tarkett

L'Atelier Tarkett présente les produits de l'entreprise.



Janus de la Cité

Le nouveau kiosque de presse de Paris est primé



Le design de Matali Crasset a inspiré le jury du Concours des prix Janus 2018, organisés par l'Institut du Design. Il a choisi de récompenser sa conception des nouveaux kiosques de presse de la Ville de Paris. On peut remarquer que l'espace optimisé et modulaire met en avant une architecture respectueuse du patrimoine parisien. Les jurés ont aussi apprécié que dans le paysage urbain de la Capitale, après les kiosques 1900 et 1970, le kiosque 2018 offre de nouveaux services et de nouvelles fonctions aux Parisiens.

Magnisense décroche le label Janus de la Santé 2018

Magnisense, société qui développe, enregistre, fabrique et commercialise les tests MiAG® mobiles et connectés pour le diagnostic d'urgence des maladies cardiovasculaires, annonce avoir reçu le label Janus de la santé 2018 de l'Institut français du design, aux côtés du groupe Silamir. Cette innovation permet le diagnostic d'urgence des maladies cardiovasculaires à partir de quelques gouttes de sang, en quantifiant des biomarqueurs cardiaques et en envoyant les résultats vers l'hôpital en temps réel. « Nous sommes ravis d'avoir gagné ce label, déclare Lyse Santoro, directeur général de Magnisense. MiAG® est un produit unique de haute technologie qui contribue à construire la médecine de demain : une médecine d'urgence, de proximité, préventive et connectée. MiAG® permet le premier diagnostic mobile et connecté au monde pour ne perdre aucune minute en situation d'urgence. Le test de diagnostic est réalisé en marchant, en courant, en déboulant des escaliers ou dans une ambulance lancée à pleine vitesse. Chaque minute compte ! » La société a déjà obtenu le marquage CE de deux premiers tests MiAG® en Europe pour le diagnostic de l'infarctus du myocarde et de l'insuffisance cardiaque. L'accès au marché de ces tests est facilité par le fait qu'ils sont remboursés. Un troisième produit marqué CE arrivera sur le marché prochainement. Les tests MiAG® ont reçu le label du prix de l'Observateur 2019 (le grand prix annuel du design français), qui conforte leur caractère innovant.



 **MOBOTIX**

Lauréat des Janus 2018

Le 17 décembre 2018, Mobotix s'est vu décerner le label d'excellence « **Janus** du Service ». Un prix qui récompense le design qui consiste à concevoir des interfaces hommes-machines (IHM) inhérentes à la conception des produits ou des lieux eux-mêmes, en scénarisant tous les points de contacts avec les usagers (interfaces matérielles et immatérielles). Sur ces principes, Mobotix s'est vu récompensé pour ses caméras connectées et cyber-sécurisées à l'angle de prise de vue conséquent. Robustesse, qualité de l'optique, puissance du zoom et gestion des données ont séduit le jury. Mais ce sont surtout les capacités de ses caméras, dopées à l'IoT, à s'intégrer de manière sécurisée dans tout type d'environnement et ainsi renforcer la sécurité des usagers qui ont retenu l'attention. www.mobotix.com/fr



Un rebond sur des tendances porteuses

Emblème de la gastronomie française - la baguette devrait être candidate à l'inscription au patrimoine mondial de l'humanité établi par l'Unesco -, le pain subit une baisse tendancielle de la consommation. Mais les entreprises de la BVP profitent de l'essor d'offres nouvelles, dont les sandwiches, et se développent à l'export.

► Le marché

Bien qu'en régression régulière – le nombre d'établissements est passé de plus de 45 000 en 1975 à moins de 30 000 aujourd'hui –, la boulangerie artisanale représente encore près de 59% du marché du pain, contre 32% pour la boulangerie industrielle et 9% pour les ateliers intégrés des GMS. En termes de circuits de distribution, on retrouve des proportions analogues avec 62% des volumes pour la boulangerie artisanale, 12% pour les panétries (un réseau de plus de 3 500 « points chauds », réalisant un milliard d'euros de chiffre d'affaires avec des enseignes comme Paul, la Mie Câline, Brioche Dorée, etc.), 18% pour les hypermarchés et 8% pour les supermarchés. Globalement, le pain représente les deux tiers des achats consacrés à la BVP, devant la viennoiserie, 18%, et la pâtisserie, 16%. Mais cet important marché connaît une situation paradoxale.

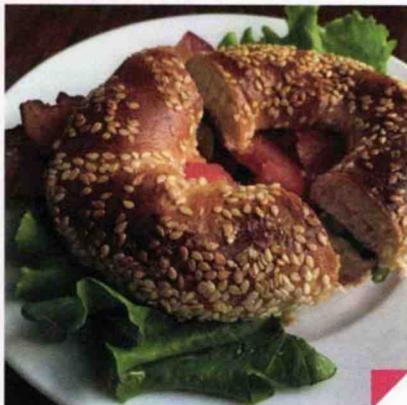
► Les enjeux

Selon une étude de CSA pour l'Observatoire du pain, « les Français aiment le pain mais sous-



estiment largement ses bienfaits ». Exemple : près d'un tiers est persuadé que le pain « fait grossir ». La proportion monte à 47% chez les 18-24 ans et à 41% chez les foyers à revenus élevés. « Idée reçue », rétorque l'Observatoire : « le pain est un aliment à privilégier car il est pauvre en matière grasse et apporte des glucides complexes, des protéines végétales et des fibres indispensables ». Le nutritionniste Patrick Serog vient à son appui, rappelant que « la population

française est en carence de glucides complexes ». Pire : ne pas manger de pain pourrait engendrer une prise de poids « car il est souvent remplacé par des aliments moins qualitatifs et plus gras ». Quand on regarde l'évolution des statistiques de consommation, on comprend cette montée au créneau de cet Observatoire qui regroupe les acteurs de la filière farine-pain (meuniers et boulangers). La consommation de pain en France est en diminution continue depuis plus de soixante ans. Dans les années 1950, un Français en consommait en moyenne 330 grammes par jour. En l'an 2000, cette consommation avait fondu de plus de la moitié, à 160 grammes. Et depuis, la tendance, même si elle s'est ralentie, se poursuit pour atteindre 120 grammes en 2015. Les adolescents et les femmes se situent même en dessous de cette moyenne, à 110 grammes. Si la consommation reste régulière dans 98% des cas, seulement 40% des consommateurs ont conservé l'habitude d'en manger au moins deux fois par jour. En cause, la baisse du pain au petit-déjeuner, voire au dîner, ainsi que la réduction du nombre de repas.



► L'actualité

Un phénomène vient toutefois en renfort du secteur : l'essor du marché des sandwiches, soit via la restauration rapide, soit au sein même du commerce de détail. Avec l'engouement retrouvé pour le burger, donc pour les buns, voire l'émergence de recettes plus pointues (bagels, etc.), le pain trouve ainsi des relais dans des formes de consommation modernisées. Selon une étude du Crédoc réalisée en 2016, 21% du pain consommé chez les adolescents proviennent de sandwiches, contre 11% pour les adultes. Ces proportions étaient, respectivement, de 18% et 10% en 2013. Et selon Gira Conseil, il s'en est vendu 2,4 milliards d'unités en 2017 en France, en hausse de 1,7% par rapport à l'année précédente. En outre, côté boulangerie industrielle, l'offre évolue dans un sens plus qualitatif : alors que le pain cru surgelé est passé de 57% à 50% des volumes, le précuit surgelé est monté de 26 à 35% entre 2012 et 2016. En viennoiserie, le cru surgelé conserve toutefois sa domination avec 74% des volumes produits, devant le

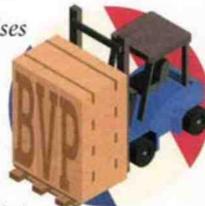
préemballé (21%). Le marché est également porté par de nouveaux créneaux très porteurs comme les pains spéciaux, régionaux ou encore, bien sûr, l'essor de gammes biologiques. Selon l'Agence Bio, ces dernières ont connu – tous circuits confondus – une croissance de 20% en 2017.

► Les acteurs

Le secteur de la boulangerie, viennoiserie et pâtisserie (BVP) industrielle regroupe, selon la Fédération des Entreprises de Boulangerie (FEB), 270 entreprises en France où elles emploient plus de 40 000 salariés. 32% du pain, 80% de la viennoiserie et 40% de la pâtisserie consommés en France en sont issus. Elles réalisent 8,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires, avec une croissance de 13,5% en cinq ans, dont deux milliards (23,5%) sont exportés vers l'Allemagne, le Royaume-Uni, la Belgique, l'Irlande, l'Espagne ou les Pays-Bas. On remarque aussi un démarrage des échanges en dehors d'Europe. Malgré d'importants mouvements de concentration, le secteur compte encore un grand nombre d'intervenants de tailles fort diverses.

BVP INDUSTRIELLE : FICHE D'IDENTITÉ (CA en 2017)

270 entreprises
 + 40 000
 salariés



8,5 Mrd €
 de chiffre d'affaires
 dont 2 Mrd € à l'export.

Source : FEB

UNE TENUE EN SEL RESPECTÉE

Le rapport de la Commission d'enquête sur l'alimentation rendu public le 2 octobre 2018 préconise, dans sa dixième proposition, de « fixer, dès à présent, la teneur maximale en sel des produits de panification à 18 grammes par kilo de farine ». La Fédération des Entreprises de Boulangerie a répondu aux rapporteurs que, « depuis les préconisations de l'Anses et de l'Afssa de 2002, l'ensemble du secteur industriel s'est mis en conformité afin de réduire la teneur en sel des produits de panification. Les entreprises de la fédération sont déjà quasiment toutes à ces taux ».



Parmi ses principaux acteurs, on retrouve Neuhauser repris, en 2014, par le groupe Soufflet qui achève sa restructuration, Délifrance, filiale du groupe Vivescia (fusion des groupes coopératifs Champagne Céréales et Nouricia, voir encadré également ci-dessous), le belge Vandemoortele qui s'est étoffé de Panavi en 2008, Holder plus connu pour son enseigne Paul, Bridor, filiale industrielle du groupe Le Duff (Brioche Dorée...), Pasquier, Daunat, La Boulangère, Menisiez, Jacquet...

UNE PRÉSENCE INTERNATIONALE

La BVP industrielle exporte près du quart de sa production hors de France. Filiale de Vivescia, Délifrance a poussé la démarche jusqu'à développer des restaurants-boulangeries « à la française » dès 1983. Pilotée par Délifrance Franchise International, son enseigne compte aujourd'hui environ 350 points de vente dans dix pays, dont par exemple bientôt cinquante au Japon. En 2015, elle a lancé un nouveau concept, « Boulangerie & Bistro », qui vient de se voir décerner un *Janus* du commerce par l'Institut du Design pour son expansion internationale. 52 établissements l'ont déjà adopté.

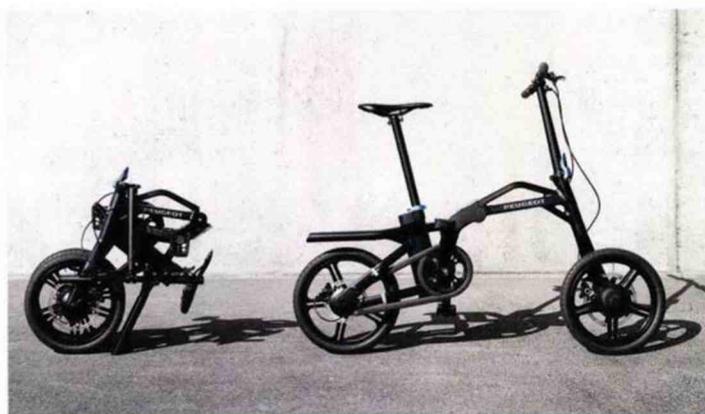
À Jakarta, en Indonésie >



© DR

© DR

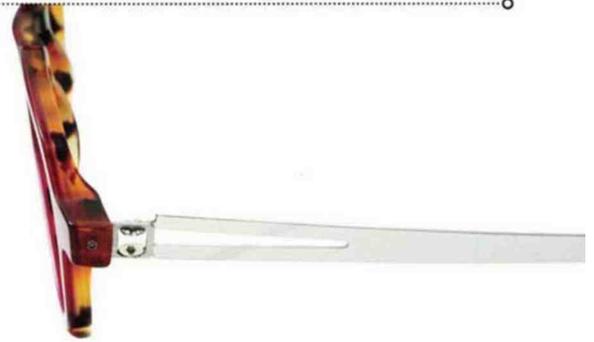
© DR



Le Trophée Janus du design pour le VAE pliant Peugeot

L'Institut Français de Design a attribué le Trophée Janus 2018 au vélo pliant électrique Peugeot eF01. Le jury a été convaincu par le concept de mobilité multimodal facilité par la simplicité et la rapidité du mécanisme de pliage. Le eF01 a été développé par le Peugeot Design Lab (*lire Sport Design janvier 2017*). Plier et déplier un vélo relève souvent du casse-tête. « Habituellement, cela prend entre 20 et 45 secondes pour les meilleurs modèles et ce n'est jamais très ergonomiques. Le nôtre se manipule en 6 secondes et peut se plier dans n'importe quel ordre », nous indiquait Cathal Loughnane, chef du Peugeot Design Lab. « Le design, c'est mettre en harmonie ce qui normalement s'oppose. Pour trouver la bonne harmonie, nous sommes partis du geste. Nous avons commencé par dessiner le mouvement le plus simple pour l'utilisateur et identifié trois gestes, qu'une couleur vient matérialiser. Ensuite, nous nous sommes servis du poids pour que le vélo se plie ou se déplie tout seul, sans avoir à lutter. La manœuvre doit être instinctive, s'il y a besoin de lire le mode d'emploi c'est que le produit est mal conçu ! » ■





◀ LA MONTURE SIGN 450 RÉCOMPENSÉE

Le 17 décembre dernier, la cérémonie de remise des labels Janus de L'institut français du design, s'est tenue dans le salon de l'horloge du Quai d'Orsay. Parmi les 76 réalisations lauréates cette année, le lunetier Vuillet Vega a été récompensé par un Janus de l'industrie pour son modèle Sign 450. Cette monture avec branches en inox, sans vis, sans ressort et sans soudure a retenu l'attention du jury pour son système de charnière innovant. ▼



Un produit innovant au défi de l'insuffisance cardiaque

Plasturgie - Plastibell, fabricant de dispositifs médicaux spécialisé dans l'injection plastique, a participé à la conception, à l'industrialisation puis à la production de la cassette à usage unique du dispositif MIAG. Destiné au secteur de la cardiologie, ce DM de la société Magnisense a été couronné de succès par deux prix d'excellence : le prix **Janus** 2018 de la Santé et le label 2019 Observateur du design. **Janus** est un label d'excellence qui récompense les Entreprises et Collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de la Personne, l'Industrie et la Cité. Quant à l'Observateur du design, prix national du design français, il récompense chaque année les réalisations les plus emblématiques des designers à l'international.

Le dispositif MIAG (The Mobile Diagnostic) est le premier lecteur mobile connecté au monde permettant le diagnos-



Source : Magnisense

Le partenariat entre Magnisense et Plastibell s'étend également sur la phase de production en série du dispositif MIAG.

tic d'urgence des maladies cardiovasculaires en 15 minutes, à partir de quelques gouttes de sang et avec un envoi des résultats vers l'hôpital en temps réel. « L'Insuffisance cardiaque (IC) touche plus de 1 150 000 personnes en France avec une prévalence de 2,3 %. Un diagnostic précoce est essentiel pour orienter ra-

pidement la prise en charge du patient », explique Lyse Santoro, Directrice Générale de Magnisense.

MIAG a été développé à partir de la technologie propriétaire de Magnisense basée sur l'utilisation de nanoparticules magnétiques (MIAték) comme étiquette de marquage. L'échantillon biologique est

déposé dans la fenêtre de dépôt d'une cassette à usage unique et migre par capillarité le long de cette cassette. La réaction biologique s'effectue pendant la migration : des billes magnétiques, préalablement absorbées dans la cassette, se fixent spécifiquement sur le marqueur à doser de l'échantillon biologique.

Lorsque la cassette est ensuite insérée dans la tête de lecture du lecteur, les signaux spécifiques super-paramagnétiques engendrés par les billes magnétiques sont mesurés. Ils sont directement proportionnels à la quantité de marqueurs fixant spécifiquement les billes sur la cassette.

« Le partenariat entre Magnisense et Plastibell dès la phase de design a permis un développement efficace de la cassette à usage unique de notre produit MIAG », souligne Lyse Santoro. eg

Stand C42
www.plastibell.com



Schmidt : réception du Janus de l'industrie

-
-
- Toutes les actualités des Master Franchises
-
- Schmidt : réception du Janus de l'industrie



SCHMIDT ET CUISINELLA Le sur-mesure n est plus un luxe

Le groupe SCHMIDT distribue des meubles de cuisine, salle de bains et rangement, de l'électroménager

Demander une documentation Voir la fiche enseigne

Schmidt Groupe a reçu le Janus de l'industrie pour son concept d'aménagement Latitude de la part du Jury Pluridisciplinaire de l'Institut Français du Design. Il s'agit d'un concept d'aménagement intérieur pour les meubles de cuisines.

La solution d'aménagement que propose Schmidt répond aux besoins de stockage et d'organisation de consommateurs dans les tiroirs.

« Comprendre les contextes, les habitudes, les comportements des gens par l'observation permet de remarquer les petites choses auxquelles nous ne prêtons jamais attention », explique Bruno Achchione – designer de Latitude.

Dernières actualités de la franchise SCHMIDT ET CUISINELLA



Schmidt Groupe obtient le label Elu Service Client de l'Année 2019

News publiée le 06/11/2018

Nouvelle campagne de sponsoring TV pour Schmidt

News publiée le 03/10/2018

Schmidt Groupe récompensé par le prix de l'Excellence Digitale

News publiée le 04/07/2018

Une immersion organisée pour les partenaires Schmidt

News publiée le 13/06/2018

Schmidt Groupe primé par un Trophée d'Argent

News publiée le 04/06/2018



Janus du Commerce : Casino récompensé



Les prix **Janus**, organisés par l'Institut du Design, ont récompensé cette année le groupe Casino dans la section "commerce", pour son concept "Le Petit Casino".

Il s'agit d'un petit format de magasin ouvert sur une rue marchande. Le prix souligne le binôme entre identité visuelle et design commercial se reposant sur un commerce incarné par une personnalisation du "couple de gérants-commerçants", une offre et un positionnement fortement axés sur le "local", une offre complète (produits et services) pour le quotidien des habitants des villes et petites métropoles régionales. Ce concept fait partie de la remise à plat de la stratégie de l'offre de Casino qui entend redevenir une enseigne leader du marché urbain avec 600 magasins en 2020.



Schmidt reçoit le Janus de l'industrie pour son concept d'aménagement Latitude

Le jury pluridisciplinaire de l'Institut Français du Design a décerné le label d'excellence Janus de l'Industrie à Schmidt pour son équipement intérieur Latitude. Ce concept d'aménagement modulable a été co-développé avec Bruno Acchione, designer. Latitude est une solution proposée par Schmidt pour répondre aux besoins de stockage et d'organisation des consommateurs dans les tiroirs. Simple et ludique, ce système s'adapte aux meubles sur-mesures mais aussi et surtout aux évolutions des consommateurs dans leur quotidien. Inspiré des coordonnées Latitude et Longitude, il permet de créer des espaces et sous espaces petits ou grands. «Comprendre les contextes, les habitudes, les comportements des gens par l'observation permet de remarquer les petites choses auxquelles nous ne prêtons jamais attention», explique Bruno Acchione, designer de Latitude.



L'enseigne Schmidt reçoit une nouvelle distinction pour un concept d'aménagement innovant



Acteur majeur du secteur des meubles de cuisine et de salle de bains, des solutions de rangement et de l'électroménager, Schmidt continue de se distinguer par la qualité des articles commercialisés et l'esprit innovant de ses solutions d'aménagement. L'enseigne a été récompensée par **l'Institut Français du Design** par le label d'excellence **Janus** de l'Industrie pour la collection « Latitude », des articles d'aménagement de cuisine conçus par les professionnels de Schmidt et le designer Bruno Acchione.

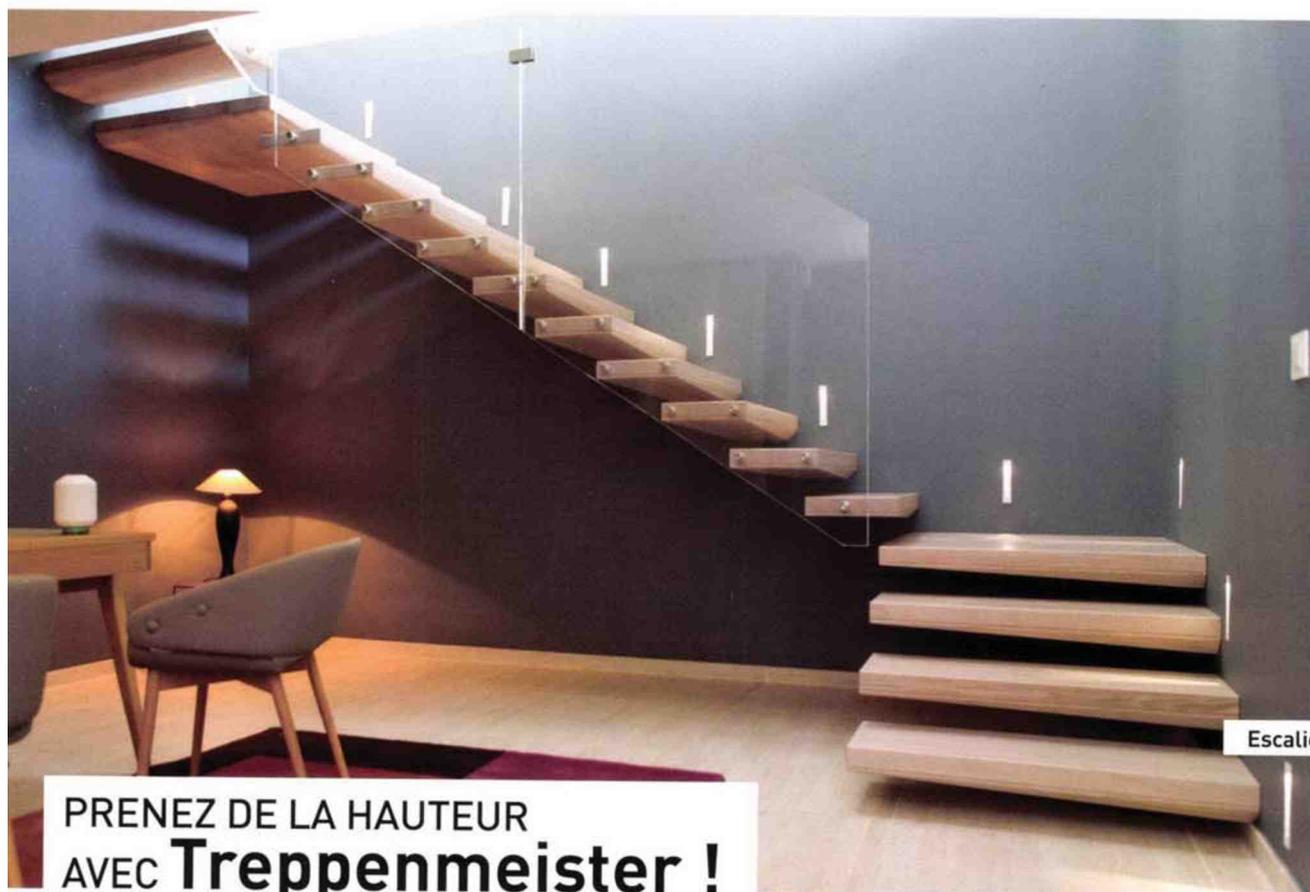
Le réseau Schmidt s'adapte aux besoins des consommateurs en proposant des mobiliers pratiques et de qualité optimale

Conscients de devoir toujours se distinguer par rapport à la concurrence, les professionnels Schmidt innovent pour proposer des meubles et rangements de cuisine ingénieux. La collection « Latitude » rentre dans ce cadre avec des rangements conçus pour optimiser les espaces et offrir des espaces de stockage plus importants.

Ce concept a permis au réseau Schmidt, premier distributeur de cuisines en Europe avec plus de 450 représentations dans 25 pays, de recevoir une distinction de taille, celle du label d'excellence **Janus** de l'industrie. Une récompense qui ne peut que sensibiliser davantage les collaborateurs de l'enseigne à proposer des articles innovants pour une clientèle de plus en plus exigeante.

Pour ce nouveau concept, Schmidt a fait appel au designer Bruno Acchione qui a contribué à la réussite de la collection Latitude : « Comprendre les contextes, les habitudes, les comportements des gens par l'observation permet de remarquer les petites choses auxquelles nous ne prêtons jamais attention », témoigne le designer.

Patrick Rucart
observatoiredefracfranchise.fr



Escalier EGO

PRENEZ DE LA HAUTEUR AVEC **Treppenmeister !**

L'excellence d'une prestation haut de gamme

Treppenmeister, inventeur de l'escalier suspendu en bois et leader dans ce secteur, est le plus grand groupement de fabricants d'escaliers d'Europe. Prix Janus 2017 de l'industrie, il réunit aujourd'hui 98 acteurs.

Tous ses produits sont personnalisables et fabriqués sur-mesure avec des matériaux nobles. Forte de plus de 40 ans d'expérience, cette marque allemande a sélectionné une cinquantaine des meilleurs artisans menuisiers français pour couvrir l'ensemble du territoire. Elle assure une fabrication locale et un suivi de qualité pour chaque projet, de la conception en 3D à la pose. Grâce à son Centre de recherche et développement, Treppenmeister est à la pointe de l'innovation. Ses escaliers sont d'une solidité extrême : chaque marche peut supporter un poids compris entre 1,6 et 1,9 tonne ! La sécurité est également une priorité : Treppenmeister a ainsi été le premier fabricant d'escaliers à obtenir l'Agrément Technique Européen. Enfin, pour votre confort, le travail de son laboratoire d'essai a permis de réduire au maximum les nuisances sonores.

**CRÉATEUR DE TENDANCES
 POUR DES ESCALIERS
 À VOTRE IMAGE**



Escalier VIVA

En matière de décoration, l'escalier suspendu donne le ton ! Aérien et moderne, il offre une identité forte à votre habitat. Véritable insuffleur de styles, Treppenmeister propose à ses clients des gammes variées pour satisfaire les envies d'aujourd'hui et anticiper celles de demain. Que vous aimiez le design épuré, le style scandinave ou l'esprit loft industriel, votre escalier Treppenmeister sera unique et saura sublimer votre intérieur !

www.treppenmeister.fr



En route vers le record du siècle, le mandat de la semaine, solidarité en cette fin d'année

Les ascenseurs du 79 Champs-Élysées#51 – Dernier Œil de la rédaction de l'année ! On rembobine les actus de la semaine. Comme tous les vendredis, CFNEWS IMMO & INFRA passe en revue toutes les petites et grandes annonces (hors opérations financières) qui ont animé et fait parler le marché ces derniers jours. Le record ! Ce n'est pas 30 Md€ qui pourraient être investis sur le marché français de l'immobilier d'entreprise mais peut-être 32 Md€ et ce serait du jamais vu ! C'est en tous cas ce que prédit déjà Savills, qui note que l'année 2018 restera comme celle qui aura vu, pour la première fois, le marché français franchir la barre des 31 Md€ investis. Pour cet expert du conseil immobilier, une telle performance du marché de l'investissement témoigne d'une double attractivité : celle des actifs immobiliers, qui apparaissent comme des placements conservant un rendement intéressant pour un niveau de risque maîtrisé ; et celle du marché français qui, dans un environnement international très incertain, séduit de plus en plus d'investisseurs étrangers. Le meilleur exemple ? L'acquisition du 79 Champs-Élysées par le fonds souverain Norges Bank, pour plus de 610 M€. Tout un symbole de cette confiance ! Le mandat de la semaine Capital 8 constitue l'un des plus grands centres d'affaires de la capitale. C'est celui remporté par HumaKey. La structure fondée par Stéphane Bureau et Thierry Henry fin 2015, se voit confier le property management de Capital 8, actif emblématique du QCA parisien détenu depuis cette année par Invesco Real Estate. HumaKey va assurer la gestion locative, technique et comptable de cet ensemble de 45 000 m² occupés par des locataires de renom, ainsi que la coordination de l'ensemble des espaces communs et services. HumaKey, qui gère aujourd'hui un portefeuille d'une trentaine d'actifs, va mettre en place une équipe dédiée pour cet actif prestigieux, « qui formera sous l'animation de Thierry Henry, directeur général une véritable équipe projet avec Invesco ». Les chiffres les plus éloquentes de cette fin d'année L'un des grands cartons de 2018, c'est le coworking. C'est bien parti pour continuer en 2019 à Paris, et s'étendre avec force aux régions françaises. D'après BNP Paribas Real Estate, la demande placée pour ce type d'espaces dans les grandes métropoles représente déjà quelque 75 000 m² en 2018, et plusieurs acteurs souhaitent déjà se positionner l'an prochain, « avec plus de 33 000 mètres carrés de projets d'espaces de coworking envisagés », selon Jean-Laurent de La Prade, directeur général adjoint de BNP Paribas Real Estate Transaction France, en charge des régions. Autre carton non démenti de ces dernières années : la pierre-papier. Entre 2014 et 2018, le niveau de capitalisation des SCPI a progressé de plus de 60 % et l'actif net des OPCI a été multiplié par plus de sept, nous révèlent Mazars et l'Aspim dans leur étude comparative sur la stratégie et les indicateurs clés utilisés par les FIA immobiliers grand public. Saviez-vous qu'en juin dernier, les prix de l'immobilier de luxe parisien avaient augmenté de 3,5 % sur un an et que les acheteurs internationaux représentent actuellement 16 % du marché contre 9 % en 2016 ? C'est ce que nous révèle Savills dans sa dernière étude sur ce prestigieux segment. L'ambiance est beaucoup moins à la fête chez les commerçants. Le Procos a publié les performances des enseignes spécialisées en plein mouvement des "Gilets jaunes". Constat : le CA à surface comparable recule de 6,8 %, alors que le début du mois avait été porté par une météo favorable et le Black Friday. Depuis début décembre, la fréquentation est aussi en baisse : - 12,5% et pas de report sur internet. Solidaires ! La jeune pongiste Icade a décidé de soutenir la jeune pongiste de 14 ans Prithika Pavade pour les JO 2024. La foncière cotée va la parrainer, en la soutenant financièrement jusqu'aux Jeux Olympiques pour lui apporter un soutien matériel. Une convention qui se matérialise aussi par un partenariat avec le club de tennis de table de Saint-Denis, dans lequel la jeune athlète s'entraîne. Le Crédit Foncier et la Caisse d'Épargne Hauts-de-France ont mis en place le premier prêt de 40 M€, à taux fixe et sur une durée de 40 ans, en faveur de Partenord Habitat. On rappelle que ce dernier est rien moins que le deuxième office public de l'habitat de France, avec plus de 46 000 logements et près de 100 000 personnes logées dans le département du Nord. A noter que Natixis est intervenu en qualité d'arrangeur sur cette opération. Belle initiative aussi au sein du groupe Gambetta, qui crée son Organisme Foncier Solidaire (OFS) et lance la première opération en Bail Réel Solidaire (BRS) en partenariat avec l'établissement public foncier PACA et la

commune de La Croix-Valmer (83). Belle initiative aussi du côté de la Chaire Immobilier et Développement durable de l'Essec Business School, qui crée son Grand Prix Essec de la Ville solidaire et de l'Immobilier responsable. Dans la foulée, elle a lancé son premier appel à candidatures. La remise des prix se tiendra le 3 juin 2019 à l'Hôtel de Ville de Paris. C'est gagné Shopping Promenade à Amiens Après le trophée CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), le Shopping Promenade d'Amiens de Frey s'est vu décerner le label "**Janus** du Commerce" par **l'Institut Français du Design**, qui a aussi attribué le label "**Excellence Janus**" pour la rénovation du centre commercial La Vache Noire, à Arcueil, détenu par AEW. Attention chantier La Panouse à Marseille Eiffage Immobilier lance les travaux d'une opération résidentielle au coeur du domaine de La Panouse à Marseille, en visant une livraison au S2 2020. L'ensemble, acquis en totalité en vefa par CDC Habitat, comptera une résidence Happy Senior (groupe Duval) de 120 logements et 25 logements intermédiaires. Une opération conçue en BIM et qui sera certifiée NF Habitat HQE. Encore une vaste opération de réhabilitation lourde lancée en plein coeur de La Défense : Spie Batignolles IDF s'affaire au renouveau du Balzac, un immeuble de bureaux de plus de 15 000 m2 implanté dans le quartier Esplanade Nord au 10, place des Vosges. La branche immobilière de HSBC, HSBC REIM, a retenu l'offre de ce groupe pour le pilotage et la réalisation des travaux du macro-lot comprenant installation de chantier, logistique, gros œuvre et corps d'états architecturaux. Easyhotel Quelques semaines après l'annonce de son arrivée dans l'Hexagone, l'enseigne hôtelière économique easyHotel fait part d'un premier projet en Île-de-France, de plus de 200 chambres près de l'aéroport Paris-Charles de Gaulle. Un projet soumis à l'obtention du permis de construire et la signature d'accords définitifs attendus en 2019. Construit par Linkcity, ce premier easyHotel français devrait être livré à l'horizon 2020. Franklin a conseillé Aviva Investors Real Estate France dans la négociation et la rédaction des accords avec le groupement de promoteurs animé par Sogelym Dixence Holding, pour le développement de la partie tertiaire du projet les Lumières Pleyel à Saint-Denis (au maximum 91 000 m2 répartis sur cinq immeubles). Le groupement des promoteurs était conseillé par DLA Piper. C'est lancé Avant-Seine à Saint-Ouen-sur-Seine BNP Paribas Immobilier démarre la commercialisation du programme Avant-Seine, 252 logements neufs en accession et 59 logements sociaux, en plein coeur du quartier des Docks, au croisement des rues Victor Hugo et Ardouin à Saint-Ouen-sur-Seine. Livraison au 1er semestre 2021. C'est loué L'immeuble Ibox de veloppe par Gecina dans le 12e arrondissement de Paris C'est en tous cas entièrement pré-commercialisé pour l'immeuble Ibox de Gecina, à Paris 12. Le nouveau preneur : l'Esma, l'autorité européenne des marchés financiers, qui occupera 9 000 m2 et rejoint la liste des locataires de cet actif, aux côtés d'AccorInvest, de Dataiku, et d'Exponens Conseil & Expertise Comptable. Un nouveau bail effectif en octobre 2019, quelques mois après la livraison de l'immeuble au premier trimestre. Commercialisation entièrement terminée aussi pour une autre foncière cotée : Argan, qui loue la dernière cellule vacante (5 800 m2) de son site de St-Ouen-l'Aumône à l'enseigne de déco NV Gallery. Cet entrepôt de 30 000 m2, livré en 2016, accueille aussi La Maison du Whisky et Djeco. Du côté des foncières privées, c'est Proudreed qui boucle cette semaine avec la location de l'immeuble Terracotta, sur son site strasbourgeois du Parc des Forges. Le preneur est 2CRSI, sur 4 250 m2. Ruban coupé Mahanakhon AccorHotels a ouvert son tout premier hôtel de luxe Orient Express à Bangkok King Power Mahanakhon, qui proposera 154 chambres, dont 9 suites et 2 penthouses, ainsi qu'un étage entièrement dédié au bien-être, comprenant piscine extérieure, jacuzzi, et spa aux couleurs de la marque. A Rennes, Réalités a inauguré la résidence Panorama de 54 logements, dessinée par les Ateliers Mathieu Laporte et doublement récompensée lors des Pyramides d'Argent de la région Bretagne. Ils arrivent pour la nouvelle année Jean-Philippe Torre - Aerium Aerium complète encore son équipe en recrutant Jean-Philippe Torre (ex Nexity Conseil et Transactions), en tant que directeur de la commercialisation et de la transaction. Après six ans et demi au coeur du plus grand projet d'infrastructures européen, celui du réseau Grand Paris, Benoît Labat, directeur de la valorisation et du patrimoine, quitte la Société du Grand Paris pour rejoindre la société Kareg IM, dont l'ambition est de contribuer au renouveau urbain et la transformation immobilière enclenchés par le Grand Paris Express. Sylvain Michel a été nommé directeur de la promotion région Paca pour le promoteur Gambetta et intègre le comité exécutif. Il aura en charge la responsabilité du fonctionnement et du développement des agences de Nice et de Marseille. Retrouvez également notre 50e, 49e, 48e, 47e,..."(Œil de la rédaction" !! Il ne nous

reste plus qu'à vous souhaiter de passer de très (très) joyeuses fêtes de fin d'année!



Trois entreprises des Pays de la Loire primées aux Janus

Décernés par **l'Institut Français du Design**, ces trophées récompensent la démarche des industriels en direction du design. Trois entreprises des Pays de la Loire viennent d'être primées. Le groupe

Bénéteau reçoit un **Janus** de la prospective pour le Seadrive Concept élaboré avec Peugeot Design Lab. Sa démarche consiste à transposer un concept automobile sophistiqué à l'univers nautique et abouti à un rendu innovant technologiquement : travail du cockpit, poste piloté à distance à partir d'une tablette amovible... Eram reçoit un **Janus** du commerce pour Atelier 27. Développé avec Unistudio, Atelier 27 est un service via lequel l'utilisateur peut personnaliser ses talons de chaussures en moins d'une heure via une technologie d'impression 3D. Ki et La est récompensée d'un **Janus** de la santé pour ses lunettes Crazyg-Zag. La startup nazairienne a développé avec Design intégré une gamme de lunettes ultra résistantes et éco-responsable, adaptée aux enfants de 6 à 12 ans

<https://www.agence-api.fr/cache/1/a/f/5/8/1af58ce740c3127dd016a5468e4ae32a3e83354f.png?v=125>

<https://www.agence-api.fr/cache/9/4/d/6/9/94d695a45d4186cc7c5d7971b3ad58577ab79377.png?v=125>

<https://www.agence-api.fr/cache/f/e/b/d/0/febd0b247a0f874c05b4c62e2a3dddc50221d6aa.png?v=125>

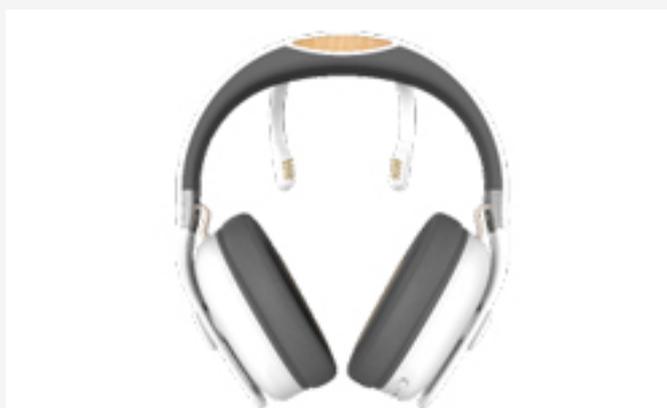
Janus

Trois entreprises des Pays de la Loire sont primées aux trophées qui récompensent la démarche des industriels en direction du design. Il s'agit de Bénéteau pour le Seadrive Concept qui transpose un concept automobile sophistiqué à l'univers nautique, d'Eram pour Atelier 27 et la personnalisation de talons via l'impression 3D et Ki et La pour Crazyg-Zag sa gamme de lunettes éco-responsable adaptée aux enfants.

■



MyBrain Technologies doublement récompensé pour Melomind



MyBrain Technologies, entreprise française spécialisée dans les solutions neurotechnologiques visant à améliorer la qualité de vie au travail et le bien-être des personnes, annonce aujourd'hui avoir obtenu le label « **Janus** de la Santé 2018 », décerné par **L'Institut Français du Design**, après avoir reçu le « Prix National du Design français 2019 » de l'Observateur du Design, pour son casque d'entraînement cérébral Melomind, dédié au renforcement de la relaxation et à la réduction du stress au travail.

Développé en collaboration avec l'Institut du Cerveau et de la Moëlle Épinière (ICM), le casque Melomind, utilisant le procédé du neurofeedback, a été salué pour son design épuré, alliant prouesse technologique et ergonomie. Ce casque audio doté d'une technologie EEG est capable de transmettre à l'utilisateur des variations de son activité cérébrale, pour lui permettre d'en prendre conscience et d'apprendre à la contrôler. Deux électrodes sèches localisées sur les écouteurs au niveau des mastoïdes transmettent en temps réel via Bluetooth les signaux EEG à une application mobile (tablette ou smartphone) qui accompagne l'utilisateur dans son programme d'entraînement à la relaxation.

Martin Vandendriessche, Designer industriel chez myBrain Technologies, commente : « *En réalisant le design de Melomind, j'ai repensé l'ergonomie d'un casque d'électroencéphalographie habituellement utilisé en milieu clinique, pour en faire un produit accessible au grand public, pour un usage quotidien. Je suis très heureux que **L'Institut Français du Design** et l'Observateur du Design aient salué notre travail d'esthétisme, d'ergonomie et d'innovation technologique en nous décernant le **Janus** de la Santé ainsi que le Prix National du Design français 2019* ».

Yohan Attal, PhD, Président co-fondateur de myBrain Technologies, se réjouit : « *Nous sommes très honorés de rejoindre le club des entreprises reconnues pour faciliter l'intégration par le design d'objets de très haute technologie dans la vie quotidienne. Cette double récompense atteste de notre recherche constante pour associer avec finesse les dernières avancées technologiques issues des neurosciences à une utilisation simple et performante de Melomind. Ces caractéristiques nous ont permis d'acquérir une expertise unique pour mieux gérer le stress, améliorer la qualité de vie et le bien-être au travail.* »

<http://www.mybraintech.com/>

**MARNE****► L'ACTU****51 / BOULANGERIE INDUSTRIELLE/URBANISME COMMERCIAL : Délifrance et Frey distingués**

Au cours la cérémonie des Janus, organisée ce lundi au Quai d'Orsay, l'Institut français du design a labellisé la chaîne internationale de restaurants boulangers Délifrance. L'enseigne du GROUPE VIVESCIA / T : 03.26.78.62.00 (siège à Reims/51) a reçu le Janus du commerce. Le GROUPE FREY / T : 03.26.49.52.52 (siège à Bezannes/51) a reçu le même label pour son centre commercial de plein air « Shopping Promenade Cœur Picardie », ouvert il y a un an à Amiens. Le Janus est un label d'excellence qui récompense les Entreprises et Collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de la Personne, l'Industrie et la Cité. www.vivescia.com / www.frey.fr



Deux emballages/conditionnements récompensés à la 65^e édition des Janus

Depuis 65 ans, l'InstitutFrançaisduDesign décerne les labels Janus. Le label récompense les meilleures réalisations en terme de design ; celles qui favorisent le «vivre-mieux» porté par des projets collaboratifs entre entreprises et concepteurs.

Depuis un partenariat avec l'Ademe pour l'étude de la mention éco- design décernée pendant 5 ans, les jurés s'engagent à récompenser les entreprises et les projets éco-responsables.

Le label Janus se décline aujourd'hui en 13 univers d'usage. Le Janus de la Santé avec mention Excellence a distingué la solution Zeneo et le Janus de l'Industrie a récompensé le rouge à lèvres La Bouche Rouge rechargeable et éco-responsable.

Crossject/Capital Innovation. Zeneo est un dispositif unique au monde d'injection de solutions médicamenteuses sans aiguille. L'usage intuitif et simple permet une administration personnelle ou d'urgence, sans nécessiter la présence de professionnels soignants.

La Bouche Rouge/Design Intégré. La Bouche Rouge innove dans le secteur cosmétique en créant un rouge à lèvres aux teintes personnalisables et qui répond aux enjeux du développement durable. L'environnement est intégré dans la conception du rouge à lèvres. L'ambition du produit portée par cette nouvelle marque de luxe, est fondée «sur un acte social responsable».

"Reproduction interdite sauf accord écrit d'Emballage Digest ou mention du support "



Frey et Délifrance labellisés Janus

Récompenses Frey et Délifrance labellisés Janus Au cours la cérémonie des Janus, organisée ce lundi au Quai d'Orsay, l'Institut français du design a labellisé la chaîne internationale de restaurants boulangers Délifrance. L'enseigne du groupe Vivescia (siège à Reims) a reçu le Janus du commerce. Le groupe Frey (siège à Bezannes) est honoré du même label pour son centre commercial de plein air « Shopping Promenade Cœur Picardie », ouvert il y a un à Amiens. Chaque année, l'Institut Français du Design (IFD) récompense les entreprises et collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de « la personne, l'industrie et la cité ». marne Calamité sécheresse reconnue Le comité national de gestion des risques en agriculture (CNGRA) qui s'est réuni la semaine dernière a examiné 39 demandes de calamité sécheresse. Les prairies de douze départements ont été reconnues en totalité ou partiellement en état de calamité agricole. Parmi eux, figure la Marne. Les douze départements bénéficieront d'un montant d'indemnisation de plus de 101, 5 millions d'euros. Les arrêtés permettant le versement des premiers acomptes vont être pris dans les prochains jours. Les exploitants sinistrés des zones reconnues disposeront alors de 30 jours pour déposer ou télédéclarer leur demande d'indemnisation. ■



Le vélo pliant néo-rétro de Peugeot récompensé

Le premier vélo pliant Peugeot est né il y a plus d'un siècle. Il s'est démocratisé en 1976, époque où l'on parlait de « bicloune », sous l'impulsion d'Andrew Ritchie, fondateur de la société Brompton Bicycle. 42 ans après, le vélo pliant Peugeot eF01 est récompensé par le **JANUS** de l'industrie, c'était hier au Quai d'Orsay. Peugeot et le vélo, c'est comme Peugeot et l'auto, sans oublier la moto. Une référence dans le monde des deux et quatre roues. Alors que l'enseigne propose une belle gamme de vélos vintage baptisée « LEGEND » et qu'elle s'apprête à ressortir 2 modèles de motos dévoilés sur le dernier Mondial de la Moto de Paris, l'enseigne française s'enorgueillit du prix **JANUS** de l'industrie pour son vélo pliant eF01. Le vélo PEUGEOT eF01 récompensé par le **JANUS** de **l'Industriel** **Institut Français du Design** a décerné ce label d'excellence au vélo pliant à assistance électrique PEUGEOT eF01 lors de la cérémonie qui s'est tenue le 17 décembre au Quai d'Orsay, à Paris. Le concept de mobilité « dernier kilomètre » du vélo, la simplicité et la rapidité de son pliage ainsi que son rapport qualité/prix ont séduit le jury. Les designers du Studio PEUGEOT Design Lab ont imaginé ce système de pliage et la compacité optimales de ce vélo, afin de faciliter son usage multimodal.



Mes belles startups, reines de Noël

En quête d'idées surprenantes ou originales pour vos cadeaux de Noël ? Découvrez de jeunes pousses innovantes et promouvez le made in France ! Food, lifestyle, mode ou loisirs, retrouvez notre sélection.

FoodLa box des Petites Cocottes, pour les plus gourmands
La créatrice : Anne-Sophie Berrebi-Mathieu
Le pitch : Cette startup propose un coffret gourmand à thématique régionale. Chaque mois une région et plusieurs producteurs sont mis à l'honneur au travers de 5 à 7 produits d'épicerie fine pour composer un repas pour 2 personnes.
Le projet : « Nous voulions mettre à l'honneur des petits producteurs qui ne diffusent que localement. C'est également l'occasion de découvrir et redécouvrir des spécialités peu connues. »
Pourquoi l'acheter :
• Parce qu'on a tous un proche gourmand, nostalgique des saveurs de notre enfance
• Pour la transparence et la qualité des produits
• Pour soutenir les petits producteurs
• Pour découvrir de nouvelles saveurs régionales
À venir : des coffrets thématiques : veggie, poisson, viande.
Prix : 36,90€/mois
Le site : <https://www.petitescocottes.com>

Cocasse, pour redonner du pep's à ses plats
Les créateurs : Pauline Berthonneau et Kévin Singer
Le pitch : Cette tablette se fait passer pour du chocolat, mais elle cache en réalité un concentré de légumes à faire fondre ou à râper sur ses plats. L'idée ? Inventer un produit bio qui permet de gagner du temps en cuisine avec des recettes originales comme les crêpes de betterave.
Le projet : « Nous voulions revaloriser les légumes non calibrés en concevant un produit pratique, ludique qui se travaille comme du chocolat et qui œuvre en faveur d'une cuisine plus saine. »
Pourquoi l'acheter :
• Pour sa créativité et son originalité
• Car Cocasse met en avant les légumes non calibrés
• Parce que c'est bio
• Parce que c'est made in Nantes
À venir : Aujourd'hui Cocasse propose trois produits : tomate, carotte, betterave. La startup travaille déjà sur d'autres légumes (disponibles début 2019), mais également une gamme de fruits pour l'été 2019.
Prix : 15,49€ le lot de 3 tablettes
Le site : <https://www.cocasse-food.fr>

Istoria Brewery, pour les fans de bière
Le créateur : Alexis Defraire
Le pitch : Chez Istoria Brewery, vous ne trouverez pas de bière traditionnelle ! Arômes caramel, papaye, café ou encore banane-piment, Alexis a valorisé sa connaissance de la chimie pour associer malt et houblons et créer des bières de dégustation uniques made in France. De Janin, une bière aux saveurs tropicales, à Perle, une boisson acide aux fruits rouges, en passant par Quartz, la bière goût caramel, noisette, café et praline. Le dépaysement est assuré !
Le projet : « Mon ambition était d'apporter un vent de modernité sur la brasserie française qui est assez classique. Aujourd'hui, je fais tout de A à Z, à Nancy. »
Pourquoi l'acheter :
• Pour son originalité
• Parce que c'est 100 % made in France
• Pour redécouvrir la bière
À venir : Istoria Brewery compte ouvrir une deuxième zone de production à Troyes et entend ouvrir, dans 5 à 10 ans, des brew pubs, où des bières, différentes chaque mois, seraient servies à la tireuse.
Le site : <https://www.facebook.com/IstoriaBrewery/Jimini's>, pour les audacieux
Les créateurs : Clément Scellier et Bastien Rabastens
Le pitch : Jimini's, c'est une gamme d'insectes assaisonnés pour l'apéritif, mais également des kits pour cuisiner avec des insectes, des barres protéinées, du granola, à base de farine d'insectes et du miel 100 % français.
Le projet : « Nos ressources se raréfient. Nous exploitons déjà 70 % des terres arables pour produire notre alimentation. La protéine d'insecte est une alternative durable. Son exploitation a un impact environnemental plus faible que la protéine animale ou végétale et un meilleur rendement. »
Pourquoi l'acheter :
• Pour sa dimension ludique et sympathique
• Pour son intérêt environnemental
• Parce que c'est made in France
À venir : Jimini's travaille actuellement l'INRA et AgroParisTech sur la fabrication d'un steak à base d'insectes. L'avantage ? Une production moins gourmande en eau qu'un steak de viande ! Dans vos rayons fin 2019.
Prix : Entre 6,90€ et 7,90€ pour l'apéritif et entre 4,90€ et 6,95€ pour les kits à cuisiner
Le site : <https://www.jiminis.com>

LifestyleDodow, pour les insomniaques
Les créateurs : Pierre-Luc Deniel, Guillaume-Pierre Foyard-Perrier et Alexandre-Édouard Dujoncquoy
Le pitch : Vous avez du mal à vous endormir ? Ça tombe bien ! Dodow vous promet une réduction du temps d'endormissement de 60 %. Ce métronome lumineux vous aide à mieux respirer pour une meilleure nuit de sommeil. Très simple d'utilisation, un clic sur l'appareil et c'est parti pour 8 ou 20 minutes.
Le projet : « Nous sommes tous concernés par les problèmes de sommeil et nous voulions créer une alternative saine et durable aux médicaments. Nous nous sommes tournés vers la relaxation et la respiration qui sont très efficaces en cas d'insomnie. »
Pourquoi l'acheter :
•

Parce qu'on passe 1/3 de sa vie à dormir • Pour son côté pratique et ludique • Parce que c'est une alternative saine aux médicaments

À venir : Dodow travaille en ce moment sur deux nouveaux produits pour améliorer le sommeil. Commercialisation prévue en 2019. Prix : 49€ Le site : <https://www.mydodow.com>

MyBeeWrap, pour les écolos Le créateur : Samuel Olichon Le pitch : Marre du film alimentaire qui ne tient pas et qui pollue ? MyBeeWrap, c'est l'alternative écolo au plastique. Avec cet emballage lavable réutilisable à la cire d'abeille, vous habillerez vos plats tout en faisant un geste pour la planète, puisque 1 % du chiffre d'affaires est reversé à des associations de préservation des abeilles en France. Le projet : « Je voulais créer un projet qui ait du sens sur le plan environnemental. MyBeeWrap est le premier produit de ma startup User Way, mais nous comptons trouver des alternatives durables à tous les produits jetables. » Pourquoi l'acheter : • Parce que c'est une alternative 100 % naturelle et réutilisable • Pour son côté pratique • Parce que c'est innovant

À venir : MyBeeWrap entend ouvrir une usine de production en Provence d'ici fin juin 2019. Prix : 21,90€ pour 4 emballages alimentaires (1 petit, 2 médiums et 1 grand) Le site : <https://www.mybeewrap.com/fr/MyPilo>, pour les grands stressés La créatrice : Lucile Chabre Le pitch : Pilo, c'est un petit coussin qui émet des vibrations qu'il faut suivre avec sa respiration. Que vous ayez besoin de dormir, de vous relaxer ou de stopper, une crise d'angoisse, 5 minutes suffisent avec le coussin et l'application pour baisser son rythme cardiaque. Une solution efficace pour s'ôter le stress de la ville. Le projet : « J'ai travaillé sur l'équilibre physique et mental en milieu urbain et je me suis rendue compte combien le stress pouvait être un fléau ! Il existe peu de solutions adaptées qui permettent de se calmer en 5 minutes. My Pilo est une introduction très simple à la méditation. Des utilisateurs victimes de burn-out ont pu retrouver le sommeil grâce à notre coussin. » Pourquoi l'acheter : • Car on a tous quelqu'un de stressé autour de nous • Parce que c'est facile d'utilisation, même le temps d'une pause-café ! • Parce que c'est simple, pas besoin de connaissances d'experts comme au yoga

À venir : My Pilo version 2 arrivera mi-2019 en proposant une expérience utilisateur encore plus poussée ! Prix : 99€ pour l'application et le coussin Le site : <http://mypilo.co>

Loisirs Live Escape Box, pour les fans d'escape game Les créateurs : Alexis Prat et Guillaume Devineau Le pitch : Conçu comme une Smartbox, ce coffret cadeau vous permet de réaliser un escape game entre amis partout en France. Il recense plus de 200 lieux avec des thèmes variés : horreur, évasion, science-fiction, aventure... Une offre est également disponible pour les entreprises ! Le projet : « Cette box offre une diversité de choix de lieu, d'horaires et de thème, car c'est souvent complexe de se mettre d'accord sur la réservation d'un escape game. De plus, les salles sont testées par nous ou une communauté de fans ! » Pourquoi l'acheter : • Parce que c'est l'assurance de partager une belle aventure entre amis ou en famille • Parce qu'un escape game offre une vraie échappatoire au quotidien et permet de mieux travailler sur la communication en équipe

À venir : Live Escape Box travaille actuellement sur une offre 100 % immersive avec la réalité virtuelle ou au travers d'expériences plus poussées Prix : Entre 79,90€ et 129,90€ pour les particuliers Le site : <https://live-escapebox.com>

Mode Routine, pour les fans de montre Le créateur : Florian Chosson Le pitch : Marre des montres qui se ressemblent ? Routine ose casser la routine avec une montre moderne, au design atypique qui contient près de 86 % de composants made in France. Le projet : « L'industrie de l'horlogerie française est passée de 50 000 emplois dans les années 70 à 2 000 aujourd'hui. Je voulais revaloriser notre savoir-faire. Près de 95 % du prix de la montre est réinvesti en France. Toutes les 300 montres vendues, je finance un emploi à plein temps dans une usine. » Pourquoi l'acheter : • Pour son design original • Pour sa mission de revalorisation du savoir-faire à la française • Pour sa qualité et sa durabilité

À venir : Routine travaille actuellement sur la commercialisation de son produit en bijouteries et horlogeries. Et pour grandir, la startup recrute un stagiaire en marketing et un autre en communication. Pour postuler : <https://routine.welcomekit.co> Prix : 295€ pour l'Originale, 345€ pour le modèle Radar Le site : <https://routine.fr>

WIBES, pour les sneakers addicts Les créateurs : Aurélie Gisclon et Nicolas Raudrant Le pitch : En achetant des sneakers WIBES, vous donnerez du peps à votre tenue. Vous financerez également une journée d'école à une fille en Côte d'Ivoire et ce n'est pas tout ! L'entreprise 100 % éthique source ses produits en Europe et travaille avec une usine qui fonctionne à 50 % à l'énergie solaire. La toile des baskets est 100 % recyclée. Que demander de plus ? Le projet : « Avec Aurélie, nous voulions apporter quelque chose de nouveau, de moderne et de trendy pour rehausser sa tenue d'hiver et d'été. Au-delà du design, nous avons placé le confort au cœur de nos préoccupations et les retours sur ce

point sont très positifs. »Pourquoi l'acheter :• Pour leur originalité, avec un design entre France et Côte d'Ivoire, récompensé par un **Janus** de la mode en 2018• Pour leur confort et leur qualité• Parce qu'elles sont responsables et éthiquesÀ venir : WIBES a récemment recruté un directeur artistique et présentera prochainement sa collection printemps-été 2019 et hiver-automne 2020. La startup travaille également sur la distribution en boutique.Prix : 110€ pour les sneakers en toile, 150€ pour les sneakers en cuirLe site: <https://www.facebook.com/WibesShoes/>



Mobotix lauréat des Janus 2018



Hier, lundi 17 décembre 2018, Mobotix s'est vu récompensé du Label d'excellence **Janus** du Service dans le cadre prestigieux du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères au 37 quai d'Orsay à Paris.

Le **Janus** du Service récompense le design qui consiste à concevoir des interfaces hommes-machines (IHM) inhérentes à la conception des produits ou des lieux eux-mêmes, en scénarisant tous les points de contacts avec les usagers (interfaces matérielles et immatérielles).

Sur ces principes, Mobotix s'est vu récompensé pour ses caméras connectées et cyber-sécurisées à l'angle de prise de vue conséquent. Robustesse, qualité de l'optique, puissance du zoom et gestion des données ont séduit le jury. Mais ce sont surtout les capacités de ses caméras, dopées à l'IoT, à s'intégrer de manière sécurisée dans tout type d'environnement et ainsi renforcer la sécurité des usagers qui ont retenu l'attention.

Mobotix, inventeur du premier IOT Vidéo, se voit récompensé dans un lieu mythique où se confondent les affaires du monde avec celles de l'action internationale de la France. Une fierté qui n'a pas laissé indifférent Patrice Ferrant, Country manager pour la France du fabricant allemand. La remise des labels a eu lieu dans la grande salle à manger et le salon de l'Horloge qui a été le cadre de la déclaration de Robert Schuman sur l'Europe en 1950 et de la signature du traité CECA l'année suivante (première étape de la construction européenne). Cette fameuse déclaration Schuman qui est considérée comme fondatrice du processus de l'unité européenne. www.mobotix.com/fr

Rédaction : Patrice de Goy



Mobotix, représenté par Patrice Ferrant (à droite) s'est vu récompensé du label d'excellence **Janus** du Service au côté de Bruno de Latour du Living Lab, la Maison Numérique Connectée Normande. Photo : DR Partagez sur les réseaux sociaux

-
-
-
-
-

-
-



Les Janus récompensent Courir, les Galeries Lafayette ou encore Eram

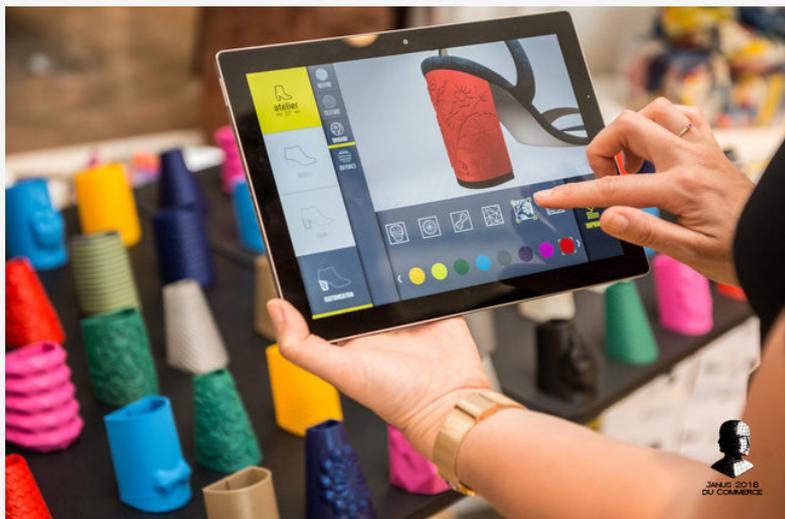


Depuis 65 ans, **l'InstitutFrançaisduDesign** souligne les initiatives de marques et d'entreprises dans le domaine de la création, du commerce et de l'industrie par le biais du label **Janus**. De nombreux acteurs du monde de la mode et de la beauté figurent au palmarès de l'édition 2018. Parmi les 76 lauréats, FashionNetwork.com vous propose un tour d'horizon des concepts primés cette année, au cours d'une cérémonie qui s'est tenue le 17 décembre au Quai

d'Orsay.



Le grand magasin a inauguré en mars sa nouvelle adresse marseillaise - Galeries Lafayette. Les Galeries Lafayette ont ainsi été distinguées pour le design intégré de leur nouveau magasin du quartier du Prado à Marseille. Un point de vente de 6 500 mètres carrés dont l'aménagement est souhaité homogène et harmonisé entre les marques pour ne pas créer de rupture, et qui porte aussi l'ambition d'asseoir son empreinte locale, notamment en ce qui concerne les griffes répertoriées.



Le large choix des talons Eram imprimés via la 3D - Eram

Eram, en partenariat avec la société Unistudio, qui a conçu le procédé, a suscité l'intérêt pour Atelier 27 : il s'agit d'un service de personnalisation en magasin offrant la possibilité à la cliente de faire créer un talon imprimé en 3D (450 choix) et ce en moins d'une heure.



Le concept Wood a été dévoilé dès 2017 à Paris - Courir

Le nouveau format de boutique de Courir, baptisé Wood, a également été récompensé cette année. Un aménagement de bois clair, doublé d'un espace connecté, et l'envie d'attirer davantage les femmes en magasin pour l'enseigne de sneakers, qui indique avoir augmenté ses ventes de 20 % grâce à ce nouveau concept.



La maison Sisley est située avenue Friedland, dans le 8e arrondissement de Paris. - Sisley
La marque de beauté Sisley a quant à elle su séduire le jury par l'inauguration de sa première maison de beauté à Paris, au sein d'un bâtiment classé qu'elle a transformé tant en un lieu d'expression et d'image qu'en espace de vente. Un écrin conçu en collaboration avec l'agence Lonsdale.



Les lignes géométriques du nouveau format Lacoste - Lacoste
Les autres concepts magasin à avoir su tirer leur épingle du jeu ? Le nouvel aménagement de la marque Lacoste, ainsi que M. Moustache pour son passage du e-commerce au physique par l'ouverture de sa première adresse aux accents vintage.



La marque a été fondée par Nicolas Gerlier en 2017 - La Bouche Rouge

Du côté des **Janus** de l'Industrie, la jeune marque de rouge à lèvres La Bouche Rouge a reçu un prix : elle a été plébiscitée pour sa démarche tant sur la personnalisation de teinte que par son engagement écoresponsable puisque les tubes sont rechargeables.

Enfin, dans la catégorie **Janus** de la prospective, la créatrice Elisabeth de Senneville a été distinguée pour sa ligne de vêtements utilisant des matériaux écologiques, notamment des panneaux photovoltaïques souples et nomades, tandis que la marque de sneakers éthiques Wibes s'est distinguée dans la catégorie mode et bien-être.



L'agriculture en bref

Enseignement agricole Les élèves de Saint-Pouange remportent un concours national Les élèves de terminale CGEA (Conduite et gestion des exploitations agricoles) du lycée agricole de Saint-Pouange viennent de remporter le concours national « Agrimanager ». Ce « serious game » permet aux étudiants de se confronter aux réalités du métier d'agriculteur (et en particulier au rôle primordial des banques et des assurances). Le premier prix des élèves de Saint-Pouange, 800€, va leur permettre de boucler le budget d'un séjour pédagogique en Alsace, en juin 2019. Assemblée nationale Une question écrite au gouvernement sur

« l'agribashing » Grégory Besson-Moreau, député de la première circonscription de l'Aube, a posé au gouvernement une question écrite sur « l'incompréhension entre citoyens et agriculteurs ». Une incompréhension qui, selon lui, « gagne de plus en plus les campagnes » : « Des actes de malveillance sont commis, des menaces sont proférées contre ceux que l'on accuse de participer au réchauffement climatique, de polluer les sols, ou encore de maltraiter leurs animaux », continue le député, qui demande au ministre de l'Agriculture quelles sont « les grandes orientations que le gouvernement souhaite prendre pour

protéger notre modèle agricole et ses pratiques ». vivescia industries Délifrance obtient un Janus du commerce L'enseigne de restauration boulangère Délifrance, propriété de Vivescia Industries, a été récompensée par l'Institut français du design d'un Janus du commerce. Pour le groupe coopératif, il s'agit d'une reconnaissance de son modèle. Délifrance compte aujourd'hui 350 boutiques à l'international. ■



Prix Janus : découvrez les magasins les plus design de 2018



AccueilRetail

Chaque année, l'InstitutFrançaisdu Design décerne ses Janus, qui récompensent les entreprises les plus

innovantes en la matière. Focus sur les 17 lauréats 2018 de la catégorie "Commerce".
Abonnez-vous à partir de 16,20€ Le Flunch Café

Plus petit, ouvert vers l'extérieur et doté d'une offre de snacking à consommer sur place ou à emporter, et qui évolue en fonction du moment de la journée, du petit-déjeuner au dîner : pas de doute, le nouveau concept de "café" déployé par Flunch répond aux nouvelles tendances de consommations nomades de ces dernières années et marque un tournant pour l'enseigne.

"L'offre Flunch café varie selon les séquences pour proposer une expérience différente selon les moments de la journée. Le client est accueilli dans un univers cosy, qui se veut multi-générationnel, connecté et proche de l'esprit des coffee shop. Le choix des matériaux naturels renforce la dimension accueil du lieu et l'esprit kitchen comme à la maison", note l'Institut du Design.



Prix Janus : découvrez les magasins les plus design de 2018



AccueilRetail

Chaque année, l'Institut Français du Design décerne ses Janus, qui récompensent les entreprises les plus

innovantes en la matière. Focus sur les 17 lauréats 2018 de la catégorie "Commerce".
Le Flunch Café

Plus petit, ouvert vers l'extérieur et doté d'une offre de snacking à consommer sur place ou à emporter, et qui évolue en fonction du moment de la journée, du petit-déjeuner au dîner : pas de doute, le nouveau concept de "café" déployé par Flunch répond aux nouvelles tendances de consommations nomades de ces dernières années et marque un tournant pour l'enseigne.

"L'offre Flunch café varie selon les séquences pour proposer une expérience différente selon les moments de la journée. Le client est accueilli dans un univers cosy, qui se veut multi-générationnel, connecté et proche de l'esprit des coffee shop. Le choix des matériaux naturels renforce la dimension accueil du lieu et l'esprit kitchen comme à la maison", note l'Institut du Design.



Prix Janus : découvrez les magasins les plus design de 2018



AccueilRetail

Chaque année, l'InstitutFrançaisdu Design décerne ses Janus, qui récompensent les entreprises les plus

innovantes en la matière. Focus sur les 17 lauréats 2018 de la catégorie "Commerce".
Abonnez-vous à partir de 16,20€ Le Flunch Café

Plus petit, ouvert vers l'extérieur et doté d'une offre de snacking à consommer sur place ou à emporter, et qui évolue en fonction du moment de la journée, du petit-déjeuner au dîner : pas de doute, le nouveau concept de "café" déployé par Flunch répond aux nouvelles tendances de consommations nomades de ces dernières années et marque un tournant pour l'enseigne.

"L'offre Flunch café varie selon les séquences pour proposer une expérience différente selon les moments de la journée. Le client est accueilli dans un univers cosy, qui se veut multi-générationnel, connecté et proche de l'esprit des coffee shop. Le choix des matériaux naturels renforce la dimension accueil du lieu et l'esprit kitchen comme à la maison", note l'Institut du Design.



Frey et Délifrance labellisés Janus

Récompenses Frey et Délifrance labellisés Janus Au cours la cérémonie des Janus, organisée ce lundi au Quai d'Orsay, l'Institut français du design a labellisé la chaîne internationale de restaurants boulangers Délifrance. L'enseigne du groupe Vivescia (siège à Reims) a reçu le Janus du commerce. Le groupe Frey (siège à Bezannes) est honoré du même label pour son centre commercial de plein air « Shopping Promenade Cœur Picardie », ouvert il y a un à Amiens. Chaque année, l'Institut Français du Design (IFD) récompense les entreprises et collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de « la personne, l'industrie et la cité ». marne Calamité sécheresse reconnue Le comité national de gestion des risques en agriculture (CNGRA) qui s'est réuni la semaine dernière a examiné 39 demandes de calamité sécheresse. Les prairies de douze départements ont été reconnues en totalité ou partiellement en état de calamité agricole. Parmi eux, figure la Marne. Les douze départements bénéficieront d'un montant d'indemnisation de plus de 101, 5 millions d'euros. Les arrêtés permettant le versement des premiers acomptes vont être pris dans les prochains jours. Les exploitants sinistrés des zones reconnues disposeront alors de 30 jours pour déposer ou télédéclarer leur demande d'indemnisation. ■

5 acteurs de la filière optique récompensés aux Janus 2018

18/12/2018 | 08:00



© Institut français du design

Hier, lundi 17 décembre, s'est tenue au Quai d'Orsay, la cérémonie des Janus 2018, décernés par l'Institut français du design. Le secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, Jean-Baptiste Lemoine, a présidé la remise de prix.

Chaque année, et depuis 65 ans maintenant, les Janus récompensent les meilleures réalisations en terme de design.

Cette année, 5 Janus ont été remis à des acteurs de notre filière :

Vuillet Vega a remporté le Janus de l'industrie avec Sign 450, une nouvelle charnière de lunettes innovante. Cette monture avec branches en inox sans vis, sans ressort et sans soudure a séduit le jury : « une production made in France qui valorise un matériau léger et innovant, basé sur l'élasticité, pour une solution simple, ingénieuse et fiable ».

Modèle Sign 450 - Vuillet Vega

Le Janus du commerce a été décerné au nouveau concept commercial Optical Factory. Ce point de vente situé à **Carré Sénart (77)** est un espace de convivialité à l'ambiance d'atelier. Il allie les qualités de service de l'opticien indépendant à celles d'une enseigne nationale.



Leclerc Optique décroche également le Janus du commerce avec son concept Dix sur dix. Le dispositif, développé grâce à la présence d'un miroir digital, offre un large choix de modèles de montures au client.

Les lunettes Crazyg-Zag ont obtenu le Janus de la santé. Cette gamme ultra-résistante est adaptée au mode de vie des enfants (6-12 ans) et se décline en version solaires et anti-lumière bleue.



Solaires - Crazyg-Zag

Essilor remporte le Janus de la santé avec son Eye Protect System qui offre au matériau la capacité de filtrer sélectivement la lumière bleue sur verres non teintés.

Écrit par [la Rédaction](#)



Safran : Seats reçoit le label Janus de l'InstitutFrançaisduDesign pour son siège de classe affaires le Skylounge Core.

Un label décerné à l'unanimité

Le jury de l'InstitutFrançaisduDesign a décerné à l'unanimité le label **JANUS** au siège de classe affaires Skylounge Core. Commercialisé en 2019, il satisfait aux critères des '5E' : Economie, Esthétique, Ergonomie, Ethique, Emotion exigés par ce label.

Une architecture novatrice, personnalisable et plus fonctionnelle

Skylounge Core est un siège de classe affaire haut de gamme, optimisé pour les Airbus A330 et Boeing 787. Le siège offre aux passagers un environnement de vie plus large avec un siège de 20 pouces et une surface de lit à plat. Les commandes de siège, plus ergonomiques et simplifiées, facilitent son utilisation. A cela s'ajoutent des rangements et un espace polyvalent pour dîner, travailler ou se divertir.

Ce nouveau siège permet aux compagnies aériennes d'offrir la meilleure expérience possible aux passagers. Les nombreux éléments de personnalisation garantissent une expression complète de leur image et de leur identité grâce à un grand choix d'options.

Safran Seats

Un processus industriel optimisé et de nouveaux matériaux

Les équipes de design industriel, d'ingénierie et d'industrialisation de Safran Seats ont mis au point de nouveaux processus de fabrication des matériaux composites formant la coque de ces sièges. La production a gagné en qualité, maturité et rapidité, notamment grâce à la mutualisation importante des pièces d'une version à l'autre.

Vincent Mascré, Président Directeur Général de Safran Seats, déclare : « Ce label souligne l'excellence des équipes d'ingénierie de l'activité Seats et est un marqueur fort de notre capacité d'innovation au service de nos clients et de l'expérience passager ».

Institut Français du Design

Depuis 1951, l'InstitutFrançaisduDesign sélectionne des produits et services qui privilégient le respect de l'utilisateur et de son environnement. L'intention du concepteur, la valeur éthique de l'objet, son apparence, les matériaux employés et l'intérêt pour l'utilisateur sont autant de critères, sinon de valeurs, qui dictent le choix de l'Institut.



Frey : distingué pour un centre commercial à Amiens

Après le trophée CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), la foncière Frey annonce que son 'Shopping Promenade' d'Amiens reçoit le label **Janus** du Commerce (promotion 2018), label décerné par l'Institut Français du Design.

Ouvert en octobre 2017, cet actif est le premier exemplaire du nouveau concept de centres commerciaux de plein air développé par Frey. Les prochains ouvriront à Arles (octobre 2019), Claye-Souilly (mars 2020), Strasbourg (septembre 2020) et Montpellier (2021).
Copyright (c) 2018 CercleFinance.com. Tous droits réservés.



Après le trophée CNCC

(Conseil National des Centres Commerciaux), le SHOPPING PROMENADE d'Amiens de la foncière FREY reçoit le label **JANUS DU COMMERCE** (promotion 2018). Décerné par **l'InstitutFrançaisduDesign**, ce label d'excellence récompense les entreprises et les collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de la Personne, de l'Industrie et de la Cité. Ouvert en octobre 2017 et conçu par le cabinet d'architectes CHAPMAN TAYLOR et par l'agence de design BRAINJUICE, le SHOPPING PROMENADE d'Amiens est le 1er exemplaire du nouveau concept de centres commerciaux de plein air développé par FREY. Les prochains SHOPPING PROMENADE ouvriront à Arles (octobre 2019), Claye-Souilly (mars 2020), Strasbourg (septembre 2020) et Montpellier (2021).



FREY : Distingué pour un centre commercial à Amiens

(CercleFinance.com) - Après le trophée CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), la foncière Frey annonce que son 'Shopping Promenade' d'Amiens reçoit le label **Janus** du Commerce (promotion 2018), label décerné par **l'InstitutFrançaisduDesign.**

Ouvert en octobre 2017, cet actif est le premier exemplaire du nouveau concept de centres commerciaux de plein air développé par Frey. Les prochains ouvriront à Arles (octobre 2019), Claye-Souilly (mars 2020), Strasbourg (septembre 2020) et Montpellier (2021).

Copyright (c) 2018 CercleFinance.com. Tous droits réservés.



L'INSTITUT FRANÇAIS DU DESIGN / JANUS 2018 DU SERVICE



Tarkett obtient le **JANUS** 2018 du service par **L'Institut Français du Design**, avec l'Atelier Tarkett et son concept et son approche de la matière.

Paris,
le 17 décembre 2018

Dédié aux architectes et designers, l'Atelier Tarkett est un espace singulier dans son concept et dans son approche de la matière. Fruit d'une collaboration entre le fabricant de revêtements de sol Tarkett et le studio de design 5.5, l'Atelier Tarkett se définit comme une extension du bureau de l'architecte et du designer. Espace d'échange et de co-création, c'est un lieu conçu comme un formidable accélérateur de projets. A la fois source d'inspiration, de découverte et de créativité, il constitue en plein cœur de Paris une nouvelle destination pour les architectes, designers et leurs clients.

Atelier Tarkett - 43 rue de Saintonge, 75003 Paris

Dans sa volonté d'enrichir son savoir-faire et son expertise, Tarkett a réalisé une étude sur "l'influence de la couleur et des matériaux dans les environnements d'apprentissage". En collaboration avec 45 spécialistes internationaux et en interrogeant une quarantaine d'enfants et d'étudiants, Tarkett met en exergue l'impact émotionnel de la couleur et son effet sur le comportement des utilisateurs.

Cette étude démontre que l'influence positive du revêtement de sol sur l'ambiance et l'atmosphère d'une pièce résulte d'un choix soigneusement réfléchi de matériaux et de couleurs.

Pour rappel, le **Janus** est un label officiel de design créé en 1953. Il est parrainé par le Ministre de l'Industrie et du Commerce extérieur et reconnu par les professionnels du design. Il s'agit d'un label d'excellence qui récompense les Entreprises et Collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de la Personne, de l'Industrie et de la Cité.

Les esprits changent : les entreprises marquent leur volonté de faire évoluer le bien-être de l'utilisateur. **L'Institut Français du Design** s'associe à cette évolution, et soutient désormais l'importance de la valeur d'usage et encourage les projets qui utilisent le design pour améliorer le cadre de vie.

De plus amples informations en suivant ces liens.

Institut Français du Design.

L'Atelier Tarkett



Mobilité : le vélo Peugeot eF01 lauréat du Janus de l'industrie

Le Peugeot eF01 lauréat du **Janus** de l'industrie **L'InstitutFrançaisduDesign** a décerné le Janis de l'industrie au vélo pliant à assistance électrique Peugeot eF01 lors de la cérémonie qui s'est tenue ce 17 décembre au Quai d'Orsay, à Paris.

Compact, simple et rapide à plier, mais également disposant d'une autonomie pouvant atteindre 30 km et pouvant filer jusqu'à 20 km/h, le vélo à assistance électrique eF01 de Peugeot avait il est vrai pas mal d'atouts à faire valoir auprès du jury de **L'InstitutFrançaisduDesign**, ce lundi 17 décembre 2018. Un vélo imaginé et conçu par les designers du Studio Peugeot Design Lab, capable de se recharger aussi bien dans le coffre d'un véhicule en roulant que sur une prise classique. Le prix eF01 de Peugeot est commercialisé au prix de 1 999 € TTC. A l'issue du prix, Cathal Loughnane, Directeur de Peugeot Design Lab, a déclaré : « Nous sommes fiers de recevoir le **Janus** de l'industrie. Il récompense le pliage du vélo Peugeot eF01, breveté, qui facilite son usage multi modes. L'utilisateur alterne les trajets en vélo, à pied ou en train. Moins de dix secondes permettent en trois mouvements effectués dans n'importe quel ordre, de plier ou déplier le vélo. Peugeot a créé son premier vélo pliant il y a plus d'un siècle. L'ajout de l'assistance électrique sur un vélo pliant était un défi. »



Délifrance (groupe Vivescia) et Frey remportent des Janus du commerce



- Lecturezen

Au cours la cérémonie des **Janus**, organisée ce lundi au Quai d'Orsay, **l'Institutfrançaisdu design** a labellisé la chaîne internationale de restaurants boulangers Délifrance. L'enseigne du groupe Vivescia (siège à Reims) a reçu le **Janus** du commerce. Le groupe Frey (siège à Bezannes) a reçu le même label pour son centre commercial de plein air « Shopping Promenade Cœur Picardie », ouvert il y a un à Amiens.

Chaque année, **l'InstitutFrançaisduDesign** (IFD) récompense les Entreprises et les Collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de « la personne, l'industrie et la cité ».



Frey: distingué pour un centre commercial à Amiens

(CercleFinance.com) - Après le trophée CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), la foncière Frey annonce que son 'Shopping Promenade'd'Amiens reçoit le label **Janus** du Commerce (promotion 2018), label décerné par **l'InstitutFrançaisduDesign.Ouvert** en octobre 2017, cet actif est le premier exemplaire du nouveau concept de centres commerciaux de plein air développé par Frey. Les prochains ouvriront à Arles (octobre 2019), Claye-Souilly (mars 2020), Strasbourg (septembre 2020) et Montpellier (2021).Copyright (c) 2018 CercleFinance.com. Tous droits réservés.



Délifrance (groupe Vivescia) et Frey remportent des Janus du commerce



Au cours la cérémonie des **Janus**, organisée ce lundi au Quai d'Orsay, **l'Institutfrançaisdu design** a labellisé la chaîne internationale de restaurants boulangers Délifrance. L'enseigne du groupe Vivescia (siège à Reims) a reçu le **Janus** du commerce. Le groupe Frey (siège à Bezannes) a reçu le même label pour son centre commercial de plein air « Shopping Promenade Cœur Picardie », ouvert il y a un à Amiens.



Frey: distingué pour un centre commercial à Amiens

(CercleFinance.com) - Après le trophée CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), la foncière Frey annonce que son 'Shopping Promenade'd'Amiens reçoit le label **Janus** du Commerce (promotion 2018), label décerné par **l'InstitutFrançaisduDesign.Ouvert** en octobre 2017, cet actif est le premier exemplaire du nouveau concept de centres commerciaux de plein air développé par Frey. Les prochains ouvriront à Arles (octobre 2019), Claye-Souilly (mars 2020), Strasbourg (septembre 2020) et Montpellier (2021).Copyright (c) 2018 CercleFinance.com. Tous droits réservés.



Janus du commerce : frey primée pour son shopping promenade d'amiens

Après le trophée CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), le SHOPPING PROMENADE d'Amiens de la foncière FREY reçoit le label **JANUS DU COMMERCE** (promotion 2018).



Téléchargez gratuitement le guide

Dopez vos plus-values

Décerné par **l'InstitutFrançaisduDesign**, ce label d'excellence récompense les entreprises et les collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de la Personne, de l'Industrie et de la Cité.

Ouvert en octobre 2017 et conçu par le cabinet d'architectes CHAPMAN TAYLOR et par l'agence de design BRAINJUICE, le SHOPPING PROMENADE d'Amiens est le 1er exemplaire du nouveau concept de centres commerciaux de plein air développé par FREY.

Les prochains SHOPPING PROMENADE ouvriront à Arles (octobre 2019), Claye-Souilly (mars 2020), Strasbourg (septembre 2020) et Montpellier (2021).

A propos de la foncière FREY

FREY est une foncière spécialisée dans les grandes opérations de renouvellement urbain ainsi que dans le développement et l'exploitation de centres commerciaux de plein air. Ses Shopping Promenade® proposent une offre complète mêlant shopping et loisirs, pour créer une « expérience augmentée » pour toute la famille. Par son expertise unique, FREY est devenu un leader français reconnu sur cette classe d'actifs résiliente, au marché profond (création, extension, rénovation) et en parfaite adéquation avec les attentes des consommateurs, des enseignes et des collectivités. La foncière FREY est cotée sur le compartiment B d'Euronext Paris. ISIN : FR0010588079 - Mmemo : FREY.



Téléchargez gratuitement le guide

Dopez vos plus-values



Frey: distingué pour un centre commercial à Amiens



(CercleFinance.com) - Après le trophée CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), la foncière Frey annonce que son "Shopping Promenade" d'Amiens reçoit le label **Janus** du Commerce (promotion 2018), label décerné par **l'InstitutFrançaisduDesign**. Ouvert en octobre 2017, cet actif est le premier exemplaire du nouveau concept de centres commerciaux de plein air développé par Frey. Les prochains ouvriront à Arles (octobre 2019), Claye-Souilly (mars 2020), Strasbourg (septembre 2020) et Montpellier (2021). Copyright (c) 2018 CercleFinance.com. Tous droits réservés.



Frey : distingué pour un centre commercial à Amiens

(CercleFinance.com) - Après le trophée CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), la foncière Frey annonce que son 'Shopping Promenade' d'Amiens reçoit le label **Janus** du Commerce (promotion 2018), label décerné par **l'InstitutFrançaisduDesign.**

Ouvert en octobre 2017, cet actif est le premier exemplaire du nouveau concept de centres commerciaux de plein air développé par Frey. Les prochains ouvriront à Arles (octobre 2019), Claye-Souilly (mars 2020), Strasbourg (septembre 2020) et Montpellier (2



Mobilité, Mobilité : le vélo Peugeot eF01 lauréat du Janus de l'industrie

Le Peugeot eF01 lauréat du Janus de l'industrie L'InstitutFrançaisduDesign a décerné le Janis de l'industrie au vélo pliant à assistance électrique Peugeot eF01 lors de la cérémonie qui s'est tenue ce 17 décembre au Quai d'Orsay, à Paris. Compact, simple et rapide à plier, mais également disposant d'une autonomie pouvant atteindre 30 km et pouvant filer jusqu'à 20 km/h, le vélo à assistance électrique eF01 de Peugeot avait il est vrai pas mal d'atouts à faire valoir auprès du jury de l'InstitutFrançaisduDesign, ce lundi 17 décembre 2018. Un vélo imaginé et conçu par les designers du Studio Peugeot Design Lab, capable de se recharger aussi bien dans le coffre d'un véhicule en roulant que sur une prise classique. Le prix eF01 de Peugeot est commercialisé au prix de 1 999 € TTC. A l'issue du prix, Cathal Loughnane, Directeur de Peugeot Design Lab, a déclaré: « Nous sommes fiers de recevoir le Janus de l'industrie. Il récompense le pliage du vélo Peugeot eF01, breveté, qui facilite son usage multi modes. L'utilisateur alterne les trajets en vélo, à pied ou en train. Moins de dix secondes permettent en trois mouvements effectués dans n'importe quel ordre, de plier ou déplier le vélo. Peugeot a créé son premier vélo pliant il y a plus d'un siècle. L'ajout de l'assistance électrique sur un vélo pliant était un défi. »



Frey : Distingué pour un centre commercial à Amiens

(CercleFinance.com) – Après le trophée CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), la foncière Frey annonce que son ‘Shopping Promenade’ d’Amiens reçoit le label **Janus** du Commerce (promotion 2018), label décerné par l’Institut Français du Design. Ouvert en octobre 2017, cet actif est le premier exemplaire du nouveau concept de centres commerciaux de plein air développé par Frey. Les prochains ouvriront à Arles (octobre 2019), Claye-Souilly (mars 2020), Strasbourg (septembre 2020) et Montpellier (2021).
Copyright © 2018 CercleFinance.com. Tous droits réservés.



Frey : Distingué pour un centre commercial à Amiens

(CercleFinance.com) - Après le trophée CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), la foncière Frey annonce que son 'Shopping Promenade' d'Amiens reçoit le label **Janus** du Commerce (promotion 2018), label décerné par **l'Institut Français du Design**. Ouvert en octobre 2017, cet actif est le premier exemplaire du nouveau concept de centres commerciaux de plein air développé par Frey. Les prochains ouvriront à Arles (octobre 2019), Claye-Souilly (mars 2020), Strasbourg (septembre 2020) et Montpellier (2021).
Copyright © 2018 CercleFinance.com. Tous droits réservés.



URL :<http://www.twitter.com>

PAYS :France

TYPE :Médias sociaux



► 17 décembre 2018

> Version en ligne



OL_Magazine

@OL_Magazine

9635

Tweets

649

Following

1855

Followers

RT [@EssilorFrance](#): L'Institut Français du Design [@IFDFRANCE](#) nous a officiellement décerné un JANUS de la [#santé](#) pour Eye Protect System, l'innovation matériau qui filtre sélectivement la [#lumièrebleue](#) !
Pour en savoir plus : <https://t.co/qbMXO2fTEO> <https://t.co/TcSx7KHTi2>

RT [@EssilorFrance](#): L'Institut Français du Design [@IFDFRANCE](#) nous a officiellement décerné un JANUS de la [#santé](#) pour Eye Protect System, l'innovation matériau qui filtre sélectivement la [#lumièrebleue](#) !
Pour en savoir plus : <https://t.co/qbMXO2fTEO> <https://t.co/TcSx7KHTi2>



URL :<http://www.twitter.com>

PAYS :France

TYPE :Médias sociaux



► 17 décembre 2018

> Version en ligne



Europe 1

@Europe1

301854

Tweets

3582

Following

1399799

Followers

RT @DucheminRapha: Luminarc récompensée par le Prix Janus, c'est l'une des marques phares de @Arc_intl l'entreprise qui va bien merci dans La France qui bouge sur #Europe1

RT @DucheminRapha: Luminarc récompensée par le Prix Janus, c'est l'une des marques phares de @Arc_intl l'entreprise qui va bien merci dans La France qui bouge sur #Europe1



URL :<http://www.twitter.com>

PAYS :France

TYPE :Médias sociaux



► 17 décembre 2018

> Version en ligne



Raphaëlle Duchemin

@DucheminRapha

18439

Tweets

1197

Following

12120

Followers

Luminarc récompensée par le Prix Janus, c'est l'une des marques phares de [@Arc_intl](#) l'entreprise qui va bien merci dans La France qui bouge sur [#Europe1](#)

Luminarc récompensée par le Prix Janus, c'est l'une des marques phares de [@Arc_intl](#) l'entreprise qui va bien merci dans La France qui bouge sur [#Europe1](#)



Stratégie

Grand Frais met le marché au goût du jour

En vingt-cinq ans, les halles de l'enseigne lyonnaise ont fleuri en périphérie des villes. Clés de leur succès : des produits frais de qualité, abordables et, surtout, une organisation très efficace.

Le concept du « *tout sous le même toit* », qui a fait le succès de la grande distribution durant des décennies, n'a plus la cote. Et pas seulement dans les rayons non-alimentaires. La preuve avec l'insolente réussite de Grand Frais, une chaîne spécialisée dans les fruits et légumes, mais aussi la boucherie, la poissonnerie, la crèmerie et l'épicerie. En un quart de siècle, ses magasins, façon halles de marché, ont fleuri en périphérie des villes. Bien qu'absente de la capitale, elle est même devenue l'enseigne préférée des Français en 2018, devant Decathlon, Cultura et Picard.

Regroupement de grossistes
 Face à des supermarchés en mal de croissance, ce succès détonne. Et interroge. Car Grand Frais cultive le secret, même depuis l'arrivée du fonds d'investissement Ardian, qui a acquis la majorité du capital en 2017. Un silence imposé par le fondateur, Denis Dumont, aujourd'hui installé à Genève, en Suisse (*lire ci-dessous*). L'homme n'a jamais accordé une seule interview. Il est



Grand Frais d'Yzeure. Les magasins s'inspirent des anciennes halles de Paris construites par Baltard.

pourtant connu comme le loup blanc à Lyon, où il a bâti son empire à partir de l'entreprise familiale. Son père, marchand d'endives dans le Nord, s'installe dans la capitale des Gaules dans les années 1950 et devient l'un des plus importants grossistes en fruits et légumes. A sa mort, Denis Dumont est appelé aux affaires. Face aux primeurs et leurs marges élevées, il décide en 1992 de créer, avec des amis grossistes, un premier magasin : les clients peuvent y acheter une grande variété de produits frais, de qualité comparable à celle des commerces de

bouche, à un prix compétitif car en provenance directe des producteurs, mais pas forcément locale. Le tout dans un magasin de moins de 1 000 m² et facilement accessible par les automobilistes.

Soutien des fonds

L'enseigne se développe ensuite grâce à des acquisitions menées discrètement (Provifruits à Lyon en 1999, Carré des Halles dans le Nord en 2015) et le soutien de plusieurs fonds d'investissement dès 2003 (3i, Abénex, Five Arrows, Sagard, Siparex et Carvest, puis Ardian) qui financent un rythme effréné de 15 à 25 ouvertures par an. L'organisation en Groupement d'intérêt économique (GIE), adoptée par Prosol, la maison mère de Grand Frais, est redoutablement efficace. Des filiales gèrent l'approvisionnement, dans chaque magasin, des fruits et légumes, de la crèmerie et de la poissonnerie, tandis que des sociétés extérieures s'occupent de la boucherie et de l'épicerie. Les avantages recherchés sont divers : choix de partenaires différents en fonction des régions et des opportunités, mutualisation des moyens et structure de groupe éclatée rendant difficile l'implantation d'instances représentatives du personnel. « *L'idée est que chacun est chez soi*, explique Maha Amelhay, directrice de la communication de Novoviande, partenaire pour la boucherie en Ile-de-France. *Nous partageons les charges avec Grand Frais, mais ce sont nos salariés et notre approvisionnement.* » Pour Bertrand Oudin, président de Blezat Consulting, cette organisation, unique à cette

Un entrepreneur qui cultive la discrétion

À côté, les Mulliez font presque figure d'exhibitionnistes. Fidèle à son passé de grossiste, Denis Dumont est un homme dont on sait très peu de choses. « *Il a horreur des médias*, confirme Alain Doré, le directeur de la création de l'agence

Brandimage, qui a mis au point pour Grand Frais le concept de halle de marché. *Il ne s'était même pas déplacé pour recevoir le label Janus du Commerce qui nous avait été décerné en 2007!* » Ce sexagénaire est aujourd'hui installé à Genève avec sa famille, où il

possède une villa sur les bords du lac Léman. S'il a cédé une majorité du capital à Ardian en 2017, Denis Dumont continue de participer au développement du groupe. Sa fortune est estimée par *Challenges* à 400 millions d'euros. ■



Richard Damone/Rea

Rayon du magasin d'Yzeure. Parmi les 350 variétés, un grand choix de légumes anciens et de fruits exotiques.

échelle en France, est la clé du succès : « *Toute la réussite vient de cette expertise que chacun apporte dans la sélection des produits, à commencer par les fruits et légumes.* » Dans ce rayon phare de l'enseigne, on ne compte pas moins de 350 variétés.

Plus rentable que Carrefour

Le GIE possède aussi l'atout pour Denis Dumont de ne pas avoir à déposer ses comptes. Selon des estimations, le chiffre d'affaires atteindrait 1,5 milliard d'euros, avec une rentabilité double de celle de Carrefour ou Casino. « *En trois ans, Grand Frais a gagné un million de nouveaux consommateurs en mixant fraîcheur et qualité,* salue Thierry Cotillard, directeur général d'Intermarché. *Ils ont une offre qualitative qu'ils présentent bien.* » Des effets de lumière au choix des couleurs, en passant par

RÉUSSITE FRANÇAISE

5 univers : fruits et légumes, boucherie, fromagerie et crèmerie, poissonnerie et épicerie du monde.

220 magasins en France, 1 en Belgique et 2 en Italie.

1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires annuel estimé.

SOURCE : CHALLENGES

les étals et le parcours client, les magasins ont en effet été soigneusement pensés pour recréer l'atmosphère du marché d'antan. « *Denis Dumont avait une obsession : que Grand Frais ne ressemble pas à une grande surface,* » relate Alain Doré, directeur de la création de l'agence de design Brandimage qui a travaillé sur le concept, primé d'un Janus du Commerce en 2007.

Et les clients en redemandent. Sylvie, par exemple, se rend chaque semaine depuis Enghien-les-Bains, où elle habite, au magasin de Groslay (Val-d'Oise) : « *Les fruits et légumes sont plus frais et se conservent plus longtemps, la viande et le poisson sont excellents, j'y trouve la limonade de mon enfance, et c'est moins cher que dans les grandes surfaces.* » Comme de plus en plus de Français, cette quinquagénaire préfère désormais fractionner ses achats et s'approvision-

ner en partie chez Grand Frais. La chaîne l'a bien compris en installant ses magasins à proximité d'un hyper. « *Le nerf de la guerre pour la grande distribution, c'est la récurrence,* note un analyste. *Or les achats de produits frais leur échappent. Ils y perdent beaucoup car les clients ne font que compléter leurs courses dans leurs supermarchés.* »

Cap sur les centres-villes

Mais l'enseigne fait aussi mal aux détaillants. Nombreux sont ceux qui voient leurs revenus baisser quand elle s'installe à proximité. « *C'est très dur car ils ont de très bons produits,* confie Maxime Lafranceschina, primeur à Grenoble. *Nous redoublons d'efforts pour proposer du local et du service.* » Surtout que Grand Frais prévoit de déployer un format de centre-ville, Fresh, et une offre e-commerce.

Laure-Emmanuelle Husson



Un produit innovant au défi de l'insuffisance cardiaque



Plastibell, fabricant de dispositifs médicaux spécialisé dans l'injection plastique, a participé à la conception, à l'industrialisation puis à la production de la cassette à usage unique du dispositif MIAG. Destiné au secteur de la cardiologie, ce DM de la société Magnisense a été couronné de succès par deux prix d'excellence.

Partenaire de Plastibell depuis 2016, Magnisense vient de gagner le prix **Janus** 2018 de la Santé et le label 2019 Observateur du design, pour son produit MIAG. **Janus** est un label d'excellence qui récompense les Entreprises et Collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de la Personne, l'Industrie et la Cité. Les entreprises qui obtiennent ce label marquent leur volonté de faire évoluer le bien-être de l'utilisateur. Quant à l'Observateur du design, prix national du design français, il récompense chaque année les réalisations les plus emblématiques des designers à l'international.



Lyse Santoro, Directrice Générale de Magnisense.

Le dispositif MIAG (The Mobile Diagnostic) est le premier lecteur mobile connecté au monde permettant le diagnostic d'urgence des maladies cardiovasculaires en 15 minutes, à partir de quelques gouttes de sang et avec un envoi des résultats vers l'hôpital en temps réel. «

L'Insuffisance cardiaque (IC) touche plus de 1 150 000 personnes en France avec une prévalence de 2,3 %. Un diagnostic précoce est essentiel pour orienter rapidement la prise en charge du patient », explique Mme Lyse Santoro, Directrice Générale de Magnisense.

MIAG a été développé à partir de la technologie propriétaire de Magnisense basée sur l'utilisation

de nanoparticules magnétiques (MIAték) comme étiquette de marquage. L'échantillon biologique est déposé dans la fenêtre de dépôt d'une cassette à usage unique et migre par capillarité le long de cette cassette. La réaction biologique s'effectue pendant la migration : des billes magnétiques, préalablement absorbées dans la cassette, se fixent spécifiquement sur le marqueur à doser de l'échantillon biologique. Lorsque la cassette est ensuite insérée dans la tête de lecture du lecteur, les signaux spécifiques super-paramagnétiques engendrés par les billes magnétiques sont mesurés. Ils sont directement proportionnels à la quantité de marqueurs fixant spécifiquement les billes sur la cassette.

« Le partenariat entre Magnisense et Plastibell dès la phase de design a permis un développement rapide et efficace de la cassette à usage unique de notre produit MIAG », souligne Lyse Santoro. « Nous avons naturellement étendu ce partenariat sur la phase récente de production série. »

www.plastibell.com, www.magnisense.com

NON COTÉ

Anagenesis Biotechnologies lève 3 M€ en provenance du Boehringer Ingelheim Venture Fund (BIVF) et de l'actionnaire actuel Cap Innov'Est (CIE), un fonds d'amorçage interrégional français. Les fonds recueillis serviront à financer les travaux précliniques nécessaires à la mise au point de nouveaux composés brevetés de petite taille, identifiés grâce au criblage phénotypique de la société, en vue de devenir le principal candidat clinique pour la dystrophie musculaire de Duchenne (DMD). Cela conduira la société à mener à bien cette levée de fonds, d'un minimum de 15 M€ d'investissements au cours des 18 prochains mois.

En Belgique, à Liège, **Aquila Pharma** lève 6,6 M€. L'entreprise développe des *value added medicines* en reformulant des molécules déjà commercialisées dans le domaine des maladies pulmonaires. La levée a été, entre autres, suivie par des investisseurs individuels (1,2 M€, le fonds Scalel de BeAngels et des fonds publics tels que WBC (Wallonie biotech coaching) Sambrinvest et Spinventure.

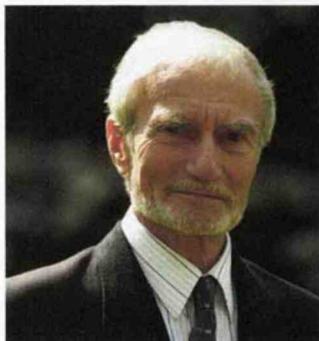
Domain Therapeutics signe un accord de collaboration de recherche et de licence avec Boehringer Ingelheim sur des récepteurs couplés aux protéines G (RCPGs) orphelins dans le domaine du système nerveux central (SNC). Domain Therapeutics utilisera ses plateformes propriétaires différenciantes afin de cribler et de caractériser des composés à fort potentiel. L'entreprise recevra un versement à la signature, puis sera éligible à des paiements d'étape de recherche, de développement, de commercialisation ainsi que des redevances sur les ventes. Les détails financiers restent confidentiels.

IDD biotech reçoit un second paiement d'étape, à la suite du lancement par son partenaire Genmab d'un essai de phase I/IIa de GEN1029 (HexaBody-DR5/DR5). L'objectif principal de l'essai clinique en cours consiste à évaluer l'innocuité de GEN1029 (HexaBody-DR5/DR5) au sein d'une population hétérogène de patients présentant des tumeurs solides exprimant DR5. iDD biotech a reçu un paiement d'étape d'1 M€, déclenché par l'inclusion du 5^e patient dans la partie « *first-in-human* » de l'essai. Selon les termes de l'accord, iDD biotech aura le droit de recevoir jusqu'à 98 M€ en paiements d'étapes, ainsi que des redevances potentielles sur les ventes futures au niveau mondial.

Magnisense, reçoit le label « Janus de la santé » 2018 de l'Institut français du design, aux côtés du Groupe de design Silamir, pour son dispositif MiAG qui permet le diagnostic d'urgence des maladies cardiovasculaires. Les maladies cardiovasculaires sont la première cause de mortalité dans le monde, avec 17 millions de décès par an. Ce nombre devrait atteindre 24 millions d'ici 2030 avec le vieillissement de la population.

Christophe Béseau rejoint **Metafora** en tant que directeur scientifique et technique. Mathématicien, spécialiste de la modélisation, Christophe Béseau a travaillé 25 ans chez Altran, où il a notamment participé, comme *Chief mathematician*, au projet Solar Impulse. Il rejoint Metafora - biotech spécialisée en diagnostic des anomalies dans les besoins énergétiques des cellules - pour développer des solutions intégrant l'intelligence artificielle.

Bioaster, l'Institut français de recherche technologique en microbiologie et en maladies infectieuses, lance un programme de collaboration avec Bio-Rad Laboratories et Genetic Analysis, visant à évaluer des signatures de dysbiose microbienne dans le domaine des maladies métaboliques. Ce projet doit servir mettre en évidence de nouveaux biomarqueurs du microbiome intestinal offrant une valeur médicale ajoutée.



Bernard Majoie, Fondation Fournier Majoie

Belle opération de visibilité pour la **Fondation Fournier Majoie**, qui bénéficie du succès de l'augmentation de capital de 37 M€ de Camel-IDS (lire Biotech Finances n° 832). Pour mémoire, Camel IDS a été soutenu par les programmes financiers et opérationnels de la FFM dès 2015.

**75 / MEDTECH : Magnisense décroche un Janus**

Associé au designer **SILAMIR** / T : 01.75.43.68.68 (siège à Paris), le concepteur et fabricant des systèmes de diagnostic d'urgence des maladies cardiovasculaires MiAG **MAGNISENSE SE** / T : 01.45.62.80.00 (siège à Paris) vient de recevoir le label **Janus de la Santé** qui lui a été remis par l'**INSTITUT FRANCAIS DU DESIGN** / T : 01.45.63.90.90. Les dirigeants de l'entreprise se félicitent de l'obtention de ce prix qui "souligne le fait que MiAG® est un produit unique de haute technologie qui contribue à construire la médecine de demain : une médecine d'urgence, de proximité, préventive et connectée". www.magnisense.com



DESIGN

LIVRE, EXPOSITION, RÉÉDITION
DE LAMPES... RENCONTRE
AVEC LE DESIGNER INDUSTRIEL

MICHEL BUFFET **PAGE 34**





DESIGN

Michel Buffet, designer « artypique »

RENCONTRE Il fut le plus discret des designers industriels des Trente Glorieuses. Une longue carrière évoquée dans un livre et symbolisée par la réédition de ses fameuses « lampes blanches ».

I **PIERRE LÉONFORTE**

Il est né à Paris, place de la Trinité, en 1931. Michel Ouvrier-Buffet a grandi là, petit garçon heureux qui jetait par le balcon ses baguettes de tambour sur la tête des pandores faisant la circulation en bas. Son père, qui l'aurait aimé ingénieur, travaillait pour Saint Frères, spécialité toiles et textiles industriels. Sa maman, acheteuse aux Galeries Lafayette, rayon arts ménagers, soutiendra son penchant artistique tandis que sa grand-mère l'emmenait sur le pont de l'Europe contempler trains et locomotives fumantes.

Aujourd'hui, Michel Buffet est un octogénaire souriant, malicieux et tout heureux de la sortie de la monographie qui lui est consacrée par les éditions Norma (1), bel ouvrage passionnant et richement documenté qui a réclaté trois pleines années de travail. Occasion rêvée d'évoquer le parcours à la fois « artypique » et investi de ce designer industriel qui a choisi d'autres voies, notamment ferrée, aérienne et maritime. Diplômé en architecture intérieure à l'Ensad, il déboulera dans la vie professionnelle dès 1953. C'est au Salon des arts ménagers et au SAD que Michel Buffet présentera ses premières créations. Une série de lumi-

naires blancs édités par Luminalite et par Robert Mathieu pour le fameux lampadaire B211 (*lire ci-dessous*), suivis en 1954 d'un siège de repos en fibre végétale et rotin, conçu à quatre mains avec Jacques Debaigns, rencontré à l'Ensad, produit artisanalement par le vannier Georges Robert à Villefranche-de-Rouergue, et édité par les Galeries Lafayette qui le vendront dans le cadre du Festival de la création française.

Une rareté absolue

Premier client ? L'architecte André Wogensky qui le posera en sa villa moderniste de Saint-Rémy-lès-Chevreuse. Produit alors à vingt exemplaires, ce fauteuil est aujourd'hui une rareté absolue. À tel point que des faux circulent. « Récemment, une copie bizarrement baptisée Oscar a été mise à l'encan à Paris », raconte Buffet qui s'amuse aussi à évoquer sa collaboration, en 1955, avec un décorateur parisien pour le projet d'un appartement pour Eddie Barclay et pour le décor d'un salon-de-thé-mini-golf qui deviendra le temple du rock : le Golf Drouot. Disciple de René Gabriel et de Marcel Gascoïn, apôtres du bois et de la modernité, Michel Buffet imaginera alors, à titre d'œuvres de jeunesse, un autel démontable pour la chapelle de Bondy-sur-Seine et exécuté par l'Association des artisans du sanctuaire.



En 1957, sa chaise en contreplaqué moulé, révélée dans le cadre futuriste de l'Expo 58 à Bruxelles, se verra sélectionnée par Marcel Breuer et ses équipes pour asseoir le Pavillon des ambassades au sein du siège de l'Unesco à Paris. Son éditeur, Maillat, doté d'un grand flair, ne jugera pas utile de donner suite. Entre-temps, service militaire. Algérie, Maroc. Affecté au service météo de la station de Marrakech, Buffet modifie et améliore, à titre empirique, l'ergonomie des outils d'observation en place mais inadéquats ou inadéquats.

Cette approche ergonomique, il venait de l'aborder auprès de Jacques Viénot, fondateur en 1949 de Technès, le premier bureau d'études d'esthétique industrielle jamais ouvert en France. Ex-directeur de la boutique Primavera au Printemps, fondateur de la revue *Art Présent*, Viénot a engagé là deux talents émergents, Roger Tallon et Jean Parthenay, mentors de Buffet. « *Je découpais du carton pour eux, mais j'ai appris énormément en très peu de temps.* » Rendu à la vie civile en 1956, Buffet, âgé de 25 ans, n'intègre rien moins que la CEI. Créée en 1952 par Raymond Loewy, la Compagnie d'esthétique industrielle a installé ses bureaux avenue Bugeaud, dans le XVI^e arrondissement – elle déménagera en 1958 pour l'avenue d'Iéna. Aban-

donnant le mobilier, Buffet œuvrera pour le département architecture commerciale, très sollicité par le BHV, le Printemps, mais aussi IBM ou BP. Il accomplira là l'essentiel de sa longue carrière nonobstant une parenthèse de deux ans, 1958-1960, chez Knoll International. Sa réintégration à la CEI le fera décoller. Au sens réel du terme grâce à son travail sur le transport aérien civil et d'affaires. Aménagement de carlingues, conception de cabines : après l'ex-avionneur militaire Potez – projet abandonné en vol –, dès 1964, son plus gros client sera Dassault avec le Mystère 20 (Falcon 20 aux USA) acheté par Stavros Niarchos, l'Aga Khan ou encore la PanAm qui commanda 169 appareils.

De succès en succès

Il y aura ensuite le Mercure, court-courrier acheté par Air Inter. Buffet se penchera aussi sur le Concorde ce qui irritera Loewy qui voulait qu'il n'y ait que lui à bord. Alignant les succès, il redescend sur terre et travaille d'arrache-pied à un projet de village de vacances et port de plaisance sur l'île de Megalónisos, en mer Égée. Ébauché en 1964, le projet grec sera abandonné en 1967 à la



suite du coup d'État des colonels. Rebelote : la révolution iranienne stoppera net son chantier d'aménagement du métro de Téhéran...

Toujours en 1967, Buffet amorce la mue des stations-service Shell, programme étalé sur sept ans et appliqué en Angleterre, RFA, Italie et France. Les airs, la route et maintenant, le rail. La participation de la CEI et de Buffet au concours lancé par la SNCF pour le TGV restera dans les cartons, mais celui de la SNCF-RATP pour le programme intégral MI79 du RER A et B sera réalisé – les rames du RER B toujours en circulation sont celles de Buffet. À ce propos, outre le MI79, que reste-t-il de ses créations aujourd'hui ? « *Le métro de Caracas, le TGV Lyria Paris-Lausanne, le mobilier et les équipements des salles de contrôle de l'Eurotunnel à Folkstone et à Calais* », cite-t-il sans hésiter. En revanche, l'aéroglesseur Naviplane N500 mis en service en 1978 sur la ligne transmanche Douvres-Calais a été désarmé, l'image publique de La Poste, effacée, les horodateurs, tant haïs, dessinés pour Schlumberger, oblitérés, le mail des Ulis II, disparu, la cuisine modulaire DF 2000, entrée au musée du design. Spécialisée dans le mobilier moderne mixant plastique ABS et contreplaqué, la firme Doubinsky Frères avait approché la CEI au milieu des années 1960 pour créer la marque DF 2000 dont l'agence assurerait la création. Après la ligne de mobilier blanc-couleurs, attribuée à Loewy et vendue par Prisunic, et celle de bureau en palissandre signée René Labaune, la cuisine de Buffet conçue en 1969 marquait le troisième volet de développement de la marque. Il offrira à son designer les honneurs de la couverture du magazine italien *Domus*, qui plus est, consacrée pour la première fois de son histoire à un Français ! À l'inverse du succès d'image au Salon du meuble de Paris, la cuisine fera un four, les revendeurs refusant de jouer le jeu.

Parallèlement à son travail à la CEI où il formera en 1979 le département architecture industrielle et transport, Buffet mènera quelques réalisations personnelles innovantes comme la bibliothèque pour enfants La Joie par les Livres, aménagée à Clamart. Et puis, en 1985, Michel

Buffet partira fonder sa propre agence, Vecteur Design Industriel. Autour de lui, quelques transfuges de la CEI et des jeunes designers doués. En sortiront l'aménagement du planétarium de la Cité des sciences et de l'industrie à la Villette, les postes de pilotage de l'Airbus A340, le Funiculaire Funiculaire de Val-d'Isère, la signalétique de circulation et sécurité du porte-avions *Charles-de-Gaulle*, le siège assis-débout pour la RATP récompensé d'un Janus de l'industrie en 1988, et, c'est du lourd, car les études et réalisation furent longtemps classées confidentiel-défense, l'aménagement des zones de survie à bord des quatre sous-marins nucléaires lanceurs d'engin *Le Triomphant*, *Le Téméraire*, *Le Terrible* et *Le Vigilant*.

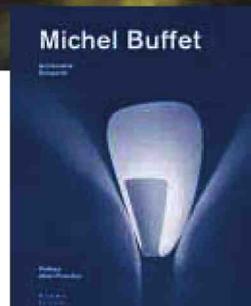
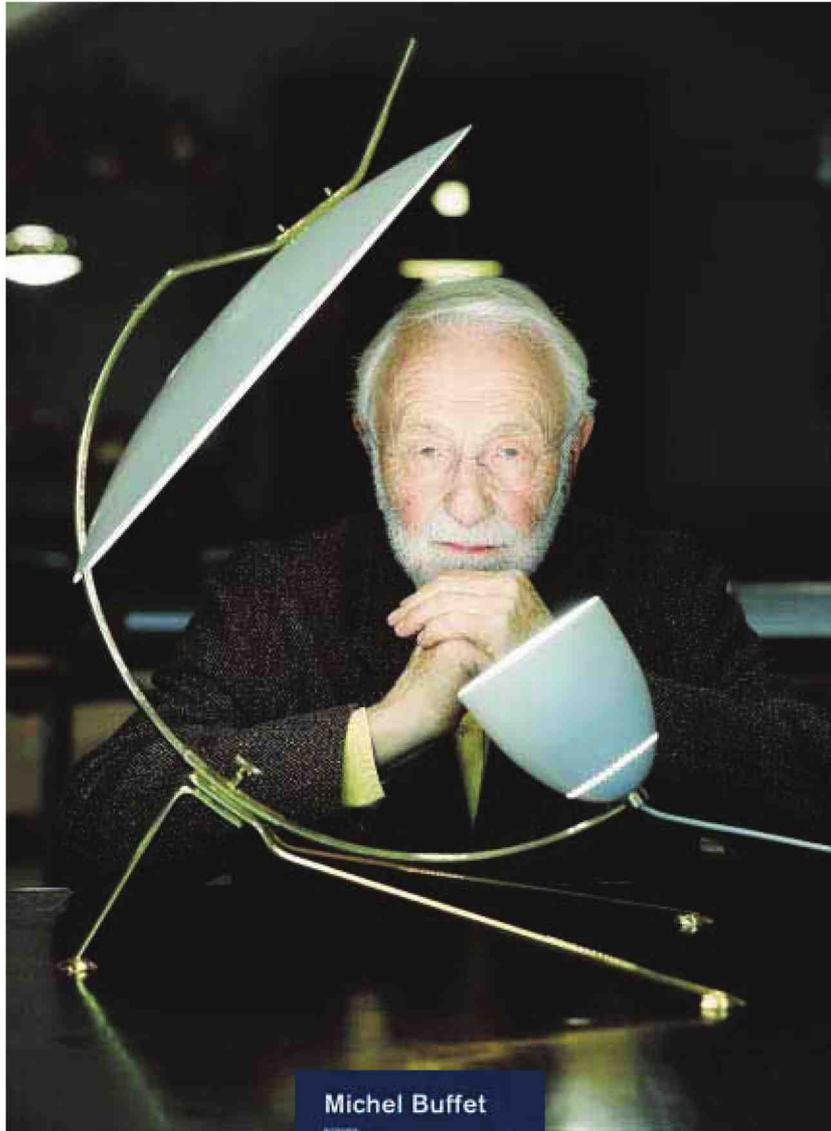
L'amour du partage

Michel Buffet a fermé son agence en 2000. Aucune envie de vendre ni de brader. Du coup, il a tout gardé, documents et archives. Et comme le sous-marin, il reste vigilant : en 1988, avec Éric Touchaleaume, Alan Grizot, Bernard Zehrfuss, Joseph-André Motte et plusieurs autres designers, architectes et galeristes, il a protesté, hurlé, écrit et fait retirer ses pièces de l'exposition « Les années 1950 », scénographiée par Jean Nouvel au Centre Pompidou. Un foutoir épouvantable ! Les années 1950 remisées dans un grenier poussiéreux dans un mépris total de l'époque ! L'été dernier, il a pris la plume, toujours à l'adresse de Beaubourg, pour rendre à César sa cocotte Le Creuset, exhibée dans le cadre de l'exposition « UAM Une Aventure Moderne », et attribuée, à tort, à Raymond Loewy. Le designer de la Coquelle était Roger Riche !

Autrement, Michel Buffet aime à partager : son livre *Profession : designer industriel*, publié en 1999, est consultable en intégralité et gratuitement sur son site (2) Lecture obligée... ■

(1) *Michel Buffet*, par Guillemette Delaporte, préface d'Alain Fleischer, 304 p., 55 euros.

(2) michelbuffetdesignerindustriel.com



Michel Buffet devant sa fascinante lampe à poser B208, dite Méridien. *Ci-contre*, monographie qui lui est consacrée (Éditions Norma).



Lampadaire B211 et fauteuil de repos de Michel Buffet.

Sa tasse révolutionnaire sublime le café

TALENT. Après l'invention d'un verre à vin révolutionnaire, Arnaud Baratte s'attaque au café avec la création d'une tasse qui optimise sa dégustation.

À « cinquante balais » comme il dit en évoquant son âge, Arnaud Baratte n'a rien perdu de sa veine créatrice et de son enthousiasme entrepreneurial. Il y a quelques années, il avait fait sensation avec la conception d'un verre à vin particulièrement original (Hélicium) inspiré du fonctionnement des éoliennes observées à l'occasion d'une balade dans la montagne tarnaise. Concrètement, le verre était doté de trois pales verticales à l'intérieur, qui avaient vocation à oxygéner le nectar et à en exhaler ses arômes en procédant à une rotation du pied. Il parlait alors de son invention comme d'un accélérateur d'arômes. Il a quelque peu fait évoluer le concept en l'adaptant à un autre breuvage pour lequel on évoque aussi la notion de cru, « de nez et où on parle aussi de persistance en bouche » : le café. Breveté à l'international Déliisséa*, c'est une tasse qui reprend son concept initial mais cette fois pour le café. « Souvent, quand on boit un café, on reste sur une certaine amertume en bouche. Avec mon système, breveté à l'international, qui oxygène le café, il y a moins d'amertume et davantage de mousse. On peut évoquer un développement organoleptique du café. » Comme pour le verre Hélicium, tout se passe

à l'intérieur de la tasse, avec une « spirale » qui conduit la trajectoire du café et favorise ainsi la libération des arômes. « L'avantage de ce système c'est qu'il rend le sucre superflu puisque l'amertume est nettement atténuée » précise Arnaud Baratte qui a mis des mois à concevoir une tasse « pensée dans les moindres détails », du fond « concave qui permet une double oxygénation » en passant par un pied en trois points qui améliore la stabilité et évite la rétention d'eau au lave-vaisselle.

Sans oublier la trajectoire du café jusqu'à la langue, qui a été étudiée pour arriver opportunément en milieu de langue. Enfin, la tasse Delissea est ambidextre avec une anse stylisée qui convient aussi bien aux droitiers qu'aux gauchers.

Le ministre séduit

Cette tasse a séduit jusqu'au ministre des Finances ! Une démonstration a permis à Arnaud de conquérir Mounir Mahjoubi, le secrétaire d'État au numérique, lors d'une rencontre à Bercy. En outre, Arnaud Baratte a été récompensé du Janus du sensoriel par l'Institut français du design. Décerné après celui qu'il avait reçu pour l'Hélicium, il le recevra le 17 décembre lors d'une réception au Quai d'Orsay.

KARIM BENAOUA

*En vente sur WWW.delissea.com
Arnaud Baratte a inventé une tasse qui sublime les arômes du café. JDI (KB) ■



Alexandre Bergodaa quitte le Congo pour implanter son magasin SoCoo'c à la Seyne-sur-Mer



Fabricant et distributeur de cuisines 100% faites en France, SoCoo'c poursuit son maillage territorial et annonce l'ouverture d'un nouveau magasin à la Seyne-sur-Mer, dirigé par Alexandre Bergodaa. Le réseau compte à son actif désormais 140 points de vente répartis sur tout l'Hexagone.

Un nouveau magasin sous enseigne SoCoo'c s'implante à la Seyne-sur-Mer

Après quelques années à l'étranger et une expérience dans le domaine de l'aménagement, Alexandre Bergodaa décide de lancer son propre projet sur le territoire français. A son retour du Congo, le nouveau franchisé a rencontré le directeur du réseau SoCoo'c, avec qui il a discuté concernant le concept et les avantages procurés par le réseau. Cherchant une enseigne pour l'accompagner, Alexandre n'a pas hésité à rejoindre le réseau SoCoo'c, dynamique, jeune et portant un concept novateur.

La nouvelle agence enregistre déjà des chiffres très satisfaisants et les retours des clients sont encourageants.

Le réseau SoCoo'c se développe

La marque SoCoo'c propose à ses clients des cuisines personnalisées, économiques, de qualité et 100% fabriquées en France. Les équipes de ses magasins accompagnent chaque client dans toutes les étapes de la création d'une cuisine économique qui satisfait ses besoins et ses envies.

SoCoo'c gagne davantage en notoriété grâce à la qualité de ses cuisines et l'expertise de ses collaborateurs. Le réseau a reçu le prix du **Janus** du Commerce pour le confort et la qualité de ses magasins.

Le réseau SoCoo'c ne cesse de se développer sur l'Hexagone et compte actuellement 140 points de vente. Il continue à recruter les meilleurs profils pour ses ouvertures à venir.

Patrick Rucart
observatoiredefracnchise.fr



15H Biotech express mardi : Anagenesis Biotechnologies, Magnisense, Carmat, Domain Therapeutics, iDD biotech



Partager

- Facebook
- Twitter
- Google +
- LinkedIn
- Pinterest

Anagenesis Biotechnologies lève 3 M€ en provenance du Boehringer Ingelheim Venture Fund (« BIVF ») et l'actionnaire actuel Cap Innov'Est (« CIE »), un fonds d'amorçage interrégional français. Les fonds recueillis serviront à financer les travaux précliniques nécessaires à la mise au point de nouveaux composés brevetés de petite taille, identifiés grâce au criblage phénotypique de la société, en vue de devenir le principal candidat clinique pour la dystrophie musculaire de Duchenne (DMD). Cela conduira la société à mener à bien cette levée de fonds d'un minimum de 15 M€ d'investissements au cours des 18 prochains mois.

Tout savoir sur ce qu'il va se passer pour les biotechs françaises en 2019 et découvrir la BioMap France 2019. Pour bien commencer l'année, venez assister à notre table ronde "BiotechScope after JP Morgan". Invitation gratuite, suivez le lien : bioscope

Magnisense, reçoit le label « Janus de la santé » 2018 de [l'Institut Français du Design](#), aux côtés du Groupe de Design Silamir, pour son dispositif MiAG qui permet le diagnostic d'urgence des maladies cardiovasculaires. Les maladies cardio-vasculaires sont la première cause de mortalité dans le monde avec 17 millions de décès par an. Ce nombre devrait atteindre 24 millions d'ici 2030 avec le vieillissement de la population.

Chez Carmat (ALCAR), Jean-Pierre Garnier est coopté au conseil d'administration en remplacement de Jean-Claude Cadudal, démissionnaire. Scientifique et chef d'entreprise, Jean-Pierre Garnier est diplômé de l'Université Louis Pasteur (doctorat en Pharmacologie) et de l'Université de Stanford (Master in Business Administration). Jean-Pierre Garnier était Président d'Actelion (biotechnologie) jusqu'à son acquisition par Johnson and Johnson en 2017.

Domain Therapeutics signe un accord de collaboration de recherche et de licence avec Boehringer Ingelheim sur des Récepteurs Couplés aux Protéines G (RCPGs) orphelins dans le domaine du système nerveux central (SNC). Domain Therapeutics utilisera ses plateformes propriétaires différenciantes, afin de cribler et de caractériser des composés à fort potentiel. L'entreprise recevra un versement à la signature, puis sera éligible à des paiements d'étape de recherche, de développement, de commercialisation ainsi que des redevances sur les ventes. Les détails financiers restent confidentiels.

iDD biotech, reçoit un second paiement d'étape à la suite du lancement par son partenaire

Genmab d'un essai de phase 1/2a de GEN1029 (HexaBody®-DR5/DR5). L'objectif principal de l'essai clinique en cours consiste à évaluer l'innocuité de GEN1029 (HexaBody®-DR5/DR5) au sein d'une population hétérogène de patients présentant des tumeurs solides exprimant DR5. iDD biotech a reçu un paiement d'étape de 1 M€ déclenché par l'inclusion du 5e patient dans la partie « first-in-human » de l'essai. Selon les termes de l'accord, iDD biotech aura le droit de recevoir jusqu'à 98 M€ en paiements d'étapes, ainsi que des redevances potentielles sur les ventes futures au niveau mondial.

Allogene et Servier ont publié, à l'occasion du congrès de l'ASH, à San Diego, les résultats « poolés » de deux phases I, portant sur 21 patients au total, et obtenus avec UCART-19, un CAR-T allogénique développé et licencié par Cellectis (ALCLS). Évalué contre la leucémie lymphoblastique aiguë, le produit a donné des résultats « encourageants ». 82% des patients (14 sur 17) ayant reçu un régime spécifique de lymphodéplétion, ont bénéficié d'une rémission complète. Allogene compte initier, au 1er semestre 2019, le développement clinique d'un second candidat-médicament, ALLO-501, issue de sa plateforme mais conçu avec la technologie d'édition génomique de Cellectis, TALEN.



Magnisense, lauréat du Label «Janus de la Santé» 2018 pour son dispositif MiAG®

Le diagnostic des maladies cardio-vasculaires, un enjeu mondial de santé publique



Téléchargez gratuitement le guide

Dopez vos plus-values

Paris, le 4 décembre 2018 - Magnisense, société pionnière qui développe, enregistre, fabrique et commercialise les tests MiAG® mobiles et connectés pour le diagnostic d'urgence des maladies cardiovasculaires, annonce avoir reçu le label « Janus de la santé » 2018 de l'Institut Français du Design, aux côtés du Groupe de Design Silamir, pour son dispositif MiAG®. Il s'agit d'un matériel de secours d'urgence unique et hautement innovant qui permet le diagnostic d'urgence des maladies cardiovasculaires, n'importe où et n'importe quand, à partir de quelques gouttes de sang, en quantifiant des biomarqueurs cardiaques et en envoyant les résultats vers l'hôpital en temps réel.

MiAG® répond à l'enjeu mondial de santé publique qu'est le diagnostic d'urgence, mobile et connecté. Il est dédié dans un premier temps au diagnostic d'urgence des maladies cardio-vasculaires, 1ère cause de mortalité au monde (plus de 17 millions de décès par an). L'attribution de ce label, dont la remise se déroulera au Quay d'Orsay, le 17 décembre prochain sous le haut parrainage de Monsieur Jean-Baptiste Lemoyne, Secrétaire d'Etat auprès du Ministre de l'Europe et des Affaires Etrangères, est un honneur pour Magnisense. Le caractère hautement innovant du dispositif MiAG® est récompensé au niveau technologique mais également au niveau du design du produit lui-même. Au-delà de la technologie embarquée unique et brevetée qui utilise des nanoparticules magnétiques, l'innovation apportée par une rupture ergonomique et esthétique du design est également reconnue pour des applications en santé humaine. A travers le MiAG®, une innovation majeure technologique et d'usage du produit est mis à disposition des professionnels de la santé et des patients.

« Nous sommes ravis de ce label qui souligne le fait que MiAG® est un produit unique de haute technologie qui contribue à construire la médecine de demain : une médecine d'urgence, de proximité, préventive et connectée. MiAG® permet le premier diagnostic mobile et connecté au monde pour ne perdre aucune minute en situation d'urgence. Le test de diagnostic est réalisé en marchant, en courant, en déboulant des escaliers, ou dans une ambulance lancée à pleine vitesse. Chaque minute compte !

Nous avons souhaité un design et une ergonomie innovants pour souligner le caractère unique et différenciant du dispositif mais également voulu adapter avec soin l'ergonomie du produit à son usage en situation d'urgence, en écoutant les professionnels de la santé. En ce sens, nous cassons les codes de l'industrie du diagnostic », souligne Lyse Santoro, Directeur Général de Magnisense. « Le design et l'ergonomie unique du produit, tels que reconnus à travers le label Janus, sont le fruit d'un partenariat étroit avec le pôle Design du groupe Silamir et son équipe. Les échanges ont été réguliers tout au long de la conception et de l'industrialisation du dispositif. Silamir connaît l'histoire et la genèse du produit et a suivi le MiAG sur le terrain. Il est un acteur majeur de ce succès, aux côtés de Magnisense », insiste Lyse Santoro.

« La confiance de Magnisense, dès nos premiers échanges, nous a permis de partager une vision et une ambition communes. Il en résulte un design global et d'expérience allant du dispositif à l'interface graphique, issus d'une réflexion plaçant toujours l'utilisateur au centre de la création. Le design a pour objectif d'améliorer notre quotidien, nous espérons aujourd'hui aller au-delà et contribuer à sauver des vies » témoigne Sébastien Corre, directeur associé du pôle Design de Silamir.

Le dispositif MiAG® est un outil particulièrement adapté pour la mise en place du « Plan » annoncé par le Président de la République Française il y a quelques semaines. Au-delà de permettre de sauver des vies et d'améliorer la prise en charge thérapeutique du patient, le MiAG® permettra sans doute aux professionnels de la santé de mettre en place des parcours de soins innovants, notamment pour lutter contre les déserts médicaux et la saturation des services d'urgence. Le MiAG® permettra enfin de faire des économies de santé publiques, les coûts

associés à la prise en charge des pathologies cardio-vasculaires étant actuellement considérables.

A propos de MiAG®

Les tests MiAG® sont développés à partir de la technologie propriétaire de Magnisense, qui utilise des nanoparticules magnétiques et qui est brevetée à l'international. Ils permettent de réaliser, à partir d'une manipulation simple directement au chevet du patient, un diagnostic sanguin en seulement 15 minutes à partir d'un petit volume de sang. Ces tests, réalisés avec un instrument MiAG® mobile, connecté et autonome sur batterie, sont particulièrement adaptés pour réaliser un diagnostic d'urgence par les biologistes, urgentistes, réanimateurs, lorsque chaque minute compte pour sauver des vies et initier la prise en charge thérapeutique la plus immédiate possible. Ces tests permettent également aux médecins de réaliser un diagnostic préventif pour le suivi des patients lorsqu'ils sortent de l'hôpital, notamment pour prévenir la récurrence d'un épisode d'urgence, ou pour prévenir l'évolution d'une maladie chronique. La société a d'ores et déjà obtenu le marquage CE de 2 premiers tests MiAG® en Europe pour le diagnostic de l'infarctus du myocarde et de l'insuffisance cardiaque ((MiAG® $\frac{1}{2}$ cTnI et MiAG® $\frac{1}{2}$ bnp) L'accès au marché de ces tests est facilité par le fait qu'ils sont remboursés. Un troisième produit marqué CE arrivera sur le marché prochainement. Les tests MiAG® ont reçu le label du prix de l'Observateur 2019, qui conforte leur caractère innovant.

A propos des maladies cardio-vasculaires

Le diagnostic des maladies cardio-vasculaires est un enjeu mondial de santé publique. Les maladies cardio-vasculaires sont la première cause de mortalité dans le monde avec 17 millions de décès par an. Ce nombre devrait atteindre 24 millions d'ici 2030 avec le vieillissement de la population. Le marché mondial actuel du diagnostic in vitro pour le secteur cardio-vasculaire est en croissance ([i] \$5,0 bn en 2016 et \$13bn en 2021 avec un CAGR de 12,8%)

Le sous-segment de l'urgence hospitalière a été estimé à 2 milliards de dollars en 2016 (IVS market reports). Face à l'augmentation importante des accidents cardio-vasculaires et aux coûts directs et indirects associés, il existe un besoin médical fort pour des tests d'urgence rapides, robustes, portables et économiques

A propos de Magnisense :

Magnisense est une société privée de medtech qui conçoit, développe et enregistre pour commercialisation des tests de diagnostic rapides, mobiles et connectés pour les maladies cardio-vasculaires. Ces tests propriétaires sont basés sur l'utilisation de sa technologie MIAtek® brevetée à l'international, qui utilise des nanomatériaux magnétiques. Les tests répondent en tout point aux attentes des biologistes et médecins hospitaliers en permettant de réaliser des dosages quantitatifs et sensibles de marqueurs cardiaques, directement en sang total, en 15 minutes, de façon robuste, portable et décentralisée, à un prix compétitif. La technologie MIAtek® est protégée par cinq familles de brevets délivrés en Europe et aux Etats-Unis. La société a été fondée par l'inventeur de la technologie ainsi qu'un groupe de « business angels » dont les principaux sont Daniel Bernard et Jean-Patrick Voisin. Son siège social est situé à Paris et ses laboratoires sont localisés sur le « Le Campus » implanté au cœur de Lyon biopôle.

Pour plus d'informations : www.magnisense.com

[i] Haute Autorité de Santé Report - 2010



Téléchargez gratuitement le guide
Dopez vos plus-values



Magnisense, lauréat du Label « Janus de la Santé » 2018 pour son dispositif MiAG®



Le diagnostic des maladies cardio-vasculaires, un enjeu mondial de santé publique

Paris, le 4 décembre 2018 - Magnisense, société pionnière qui développe, enregistre, fabrique et commercialise les tests MiAG® mobiles et connectés pour le diagnostic d'urgence des maladies cardiovasculaires, annonce avoir reçu le label « Janus de la santé » 2018 de l'Institut Français du Design, aux côtés du Groupe de Design Silamir, pour son dispositif MiAG®. Il s'agit d'un matériel de secours d'urgence unique et hautement innovant qui permet le diagnostic d'urgence des maladies cardiovasculaires, n'importe où et n'importe quand, à partir de quelques gouttes de sang, en quantifiant des biomarqueurs cardiaques et en envoyant les résultats vers l'hôpital en temps réel.

MiAG® répond à l'enjeu mondial de santé publique qu'est le diagnostic d'urgence, mobile et connecté. Il est dédié dans un premier temps au diagnostic d'urgence des maladies cardio-vasculaires, 1ère cause de mortalité au monde (plus de 17 millions de décès par an).

L'attribution de ce label, dont la remise se déroulera au Quay d'Orsay, le 17 décembre prochain sous le haut parrainage de Monsieur Jean-Baptiste Lemoyne, Secrétaire d'Etat auprès du Ministre de l'Europe et des Affaires Etrangères, est un honneur pour Magnisense. Le caractère hautement innovant du dispositif MiAG® est récompensé au niveau technologique mais également au niveau du design du produit lui-même. Au-delà de la technologie embarquée unique et brevetée qui utilise des nanoparticules magnétiques, l'innovation apportée par une rupture ergonomique et esthétique du design est également reconnue pour des applications en santé humaine. A travers le MiAG®, une innovation majeure technologique et d'usage du produit est mis à disposition des professionnels de la santé et des patients.

« Nous sommes ravis de ce label qui souligne le fait que MiAG® est un produit unique de haute technologie qui contribue à construire la médecine de demain : une médecine d'urgence, de proximité, préventive et connectée. MiAG® permet le premier diagnostic mobile et connecté au monde pour ne perdre aucune minute en situation d'urgence. Le test de diagnostic est réalisé en marchant, en courant, en déboulant des escaliers, ou dans une ambulance lancée à pleine vitesse. Chaque minute compte !

Nous avons souhaité un design et une ergonomie innovants pour souligner le caractère unique et différenciant du dispositif mais également voulu adapter avec soin l'ergonomie du produit à son usage en situation d'urgence, en écoutant les professionnels de la santé. En ce sens, nous cassons les codes de l'industrie du diagnostic », souligne Lyse Santoro, Directeur Général de Magnisense.

« Le design et l'ergonomie unique du produit, tels que reconnus à travers le label Janus, sont le fruit d'un partenariat étroit avec le pôle Design du groupe Silamir et son équipe. Les échanges ont été réguliers tout au long de la conception et de l'industrialisation du dispositif. Silamir connaît l'histoire et la genèse du produit et a suivi le MiAG sur le terrain. Il est un acteur majeur de ce succès, aux côtés de Magnisense », insiste Lyse Santoro.

« La confiance de Magnisense, dès nos premiers échanges, nous a permis de partager une vision et une ambition communes. Il en résulte un design global et d'expérience allant du dispositif à l'interface graphique, issu d'une réflexion plaçant toujours l'utilisateur au centre de la création. Le design a pour objectif d'améliorer notre quotidien, nous espérons aujourd'hui aller au-delà et contribuer à sauver des vies » témoigne Sébastien Corre, directeur associé du pôle Design de Silamir.

Le dispositif MiAG® est un outil particulièrement adapté pour la mise en place du « Plan » annoncé par le Président de la République Française il y a quelques semaines. Au-delà de permettre de sauver des vies et d'améliorer la prise en charge thérapeutique du patient, le MiAG® permettra sans doute aux professionnels de la santé de mettre en place des parcours de soins innovants, notamment pour lutter contre les déserts médicaux et la saturation des services d'urgence. Le MiAG® permettra enfin de faire des économies de santé publiques, les coûts associés à la prise en charge des pathologies cardio-vasculaires étant actuellement considérables.

A propos de MiAG®

Les tests MiAG® sont développés à partir de la technologie propriétaire de Magnisense, qui utilise des nanoparticules magnétiques et qui est brevetée à l'international. Ils permettent de réaliser, à partir d'une manipulation simple directement au chevet du patient, un diagnostic sanguin en seulement 15 minutes à partir d'un petit volume de sang. Ces tests, réalisés avec un instrument MiAG® mobile, connecté et autonome sur batterie, sont particulièrement adaptés pour réaliser un diagnostic d'urgence par les biologistes, urgentistes, réanimateurs, lorsque chaque minute compte pour sauver des vies et initier la prise en charge thérapeutique la plus immédiate possible. Ces tests permettent également aux médecins de réaliser un diagnostic préventif pour le suivi des patients lorsqu'ils sortent de l'hôpital, notamment pour prévenir la récurrence d'un épisode d'urgence, ou pour prévenir l'évolution d'une maladie chronique. La société a d'ores et déjà obtenu le marquage CE de 2 premiers tests MiAG® en Europe pour le diagnostic de l'infarctus du myocarde et de l'insuffisance cardiaque ((MiAG® $\frac{1}{2}$ cTnI et MiAG® $\frac{1}{2}$ bnp) L'accès au marché de ces tests est facilité par le fait qu'ils sont remboursés. Un troisième produit marqué CE arrivera sur le marché prochainement. Les tests MiAG® ont reçu le label du prix de l'Observateur 2019, qui conforte leur caractère innovant.

A propos des maladies cardio-vasculaires

Le diagnostic des maladies cardio-vasculaires est un enjeu mondial de santé public. Les maladies cardio-vasculaires sont la première cause de mortalité dans le monde avec 17 millions de décès par an. Ce nombre devrait atteindre 24 millions d'ici 2030 avec le vieillissement de la population. Le marché mondial actuel du diagnostic in vitro pour le secteur cardio-vasculaire est en croissance (15,0 bn en 2016 et 13bn en 2021 avec un CAGR de 12,8%)

Le sous-segment de l'urgence hospitalière a été estimé à 2 milliards de dollars en 2016 (IVS market reports). Face à l'augmentation importante des accidents cardio-vasculaires et aux coûts directs et indirects associés, il existe un besoin médical fort pour des tests d'urgence rapides, robustes, portables et économiques

A propos de Magnisense :

Magnisense est une société privée de medtech qui conçoit, développe et enregistre pour commercialisation des tests de diagnostic rapides, mobiles et connectés pour les maladies cardio-vasculaires. Ces tests propriétaires sont basés sur l'utilisation de sa technologie MIAtek® brevetée à l'international, qui utilise des nanomatériaux magnétiques. Les tests répondent en tout point aux attentes des biologistes et médecins hospitaliers en permettant de réaliser des dosages quantitatifs et sensibles de marqueurs cardiaques, directement en sang total, en 15 minutes, de façon robuste, portable et décentralisée, à un prix compétitif. La technologie MIAtek® est protégée par cinq familles de brevets délivrés en Europe et aux Etats-Unis. La société a été fondée par l'inventeur de la technologie ainsi qu'un groupe de « business angels » dont les principaux sont Daniel Bernard et Jean-Patrick Voisin. Son siège social est situé à Paris et ses laboratoires sont localisés sur le « Le Campus » implanté au cœur de Lyon biopôle.

Pour plus d'informations : www.magnisense.com

Contacts :

Magnisense : info@magnisense.com - 01 45 62 80 00

Alize RP

Najette Chaid - nchaid@alizerp.com - 06 47 38 90 04

Julie Petrich-Combe, - jpetrich-come@alizerp.com - 06 43 19 09 29

Caroline Carmagnol - caroline@alizerp.com - 06 64 18 99 59



Schmidt reçoit le Janus de l'Industrie

Le jury pluridisciplinaire de l'Institut français du design a décerné le label d'excellence "Janus de l'Industrie" à Schmidt pour "Latitude".

Ce concept d'aménagement intérieur pour les meubles de cuisines, modulable, a été co-développé avec le designer Bruno Acchione (photo). Latitude est une solution d'aménagement proposée par Schmidt pour répondre aux besoins de stockage et d'organisation des consommateurs dans les tiroirs. Ce système s'adapte aux meubles sur mesure de la collection Schmidt, mais aussi aux évolutions des consommateurs dans leur quotidien. Inspiré des coordonnées Latitude et Longitude, le concept Latitude permet de créer des espaces et sous-espaces petits ou grands. « Comprendre les contextes, les habitudes, les comportements des gens par l'observation, permet de remarquer les petites choses auxquelles nous ne prêtons jamais attention », explique Bruno Acchione.

■ DIRECT

RENOUVELER L'EXPÉRIENCE EN MAGASIN

Alexandre Montague
 Directeur Général d'ESSILOR-France



ÉTONNEMENTS

Alexandre Montague : En arrivant en France, j'ai découvert une filière extrêmement bien structurée avec une qualité de prise en charge hors norme et une prestation complète des opticiens, orientée vers la santé. Le rôle de l'opticien professionnel de santé est d'ailleurs en train d'être reconnu, ce qui est une excellente chose. Les décrets de 2006 et 2017 en sont la preuve. On commence à parler de délégation de tâche pour favoriser l'accès à une bonne vision pour tous, par exemple dans le cadre des EHPAD. Cela va dans le bon sens. La France mérite sa renommée de filière d'excellence. Cependant il reste encore d'immenses besoins auxquels nous n'avons pas répondu. C'est pour cela que nous nous mobilisons, sur le terrain et partout en France, pour promouvoir une bonne vision. Il est fréquent lors de ces opérations de rencontrer des enfants qui ont des acuités visuelles inférieures à 10/10° et dont les parents refusent d'admettre que leur enfant voit mal. Ces mêmes enfants vont tous les jours à l'école et continueront à avoir des difficultés scolaires si rien n'est fait. Plus globalement, lors de ces actions, nous constatons qu'entre 20 % et 25 % des gens sont non ou mal corrigés. Par exemple, nous rencontrons de très nombreux presbytes non corrigés en vision de près à qui nous expliquons les bénéfices d'une correction et des solutions existantes. Mais aussi, nous sensibilisons des personnes non corrigées au loin, qui parfois prennent le volant avec 4/10° d'acuité en nous expliquant : « *Pas de problème, je connais la route !* » C'est préoccupant. Il nous reste collectivement un important travail de sensibilisation à faire auprès de la population.

FUSION

Alexandre Montague : Avec le rapprochement ESSILOR LUXOTTICA, l'idée est de créer un champion mondial de la santé visuelle, dont la voix porte auprès des institutions et des acteurs privés, capable à 25 ou 30 ans de contribuer au développement du marché mondial. Notre mission première est d'améliorer la vie des gens au quotidien en améliorant leur vue. C'est là l'origine de ce rapprochement. Les vrais enjeux se situent dans les marchés émergents, là où tout est à construire. C'est pourquoi cela fait maintenant plusieurs années que l'on communique sur les 2,5 milliards de personnes qui ont besoin d'un accès à un équipement optique dans le monde, et sur les 6 milliards qui ont besoin de se protéger des éblouissements. Sur le marché français, les deux structures continuent à travailler de manière indépendante. Cela ne bouleverse pas le quotidien de l'opticien. Si une offre packagée apporte de la valeur à l'opticien et au consommateur, on y réfléchira. Mais quoi qu'il en soit, nous continuerons à accompagner nos partenaires comme nous l'avons toujours fait. Nous avons une histoire commune avec les opticiens, c'est ensemble que nous avons connu nos plus beaux succès, tels que le déploiement du verre Varilux sur le marché.

LES TROIS BLOCAGES DU MARCHÉ : SENSIBILISATION, SATISFACTION, ACCÈS À LA PRESCRIPTION

Alexandre Montague :

- *Sensibilisation* : 2018 aura été l'année de la sensibilisation des Pouvoirs publics. Toute la filière s'est engagée



dans cet effort collectif. Désormais les Pouvoirs publics savent qui on est. Ce n'était pas le cas il y a un an et demi. C'est une première étape.

Côté consommateurs, nous avons pris plusieurs initiatives. Tout d'abord, avec le site d'éducation Labonnevue.fr lancé en début d'année, nous proposons une plateforme pédagogique, accessible à tous, pour informer les consommateurs sur tout l'univers de la vision et de la santé visuelle. Nous nous sommes également mobilisés avec la Fédération française de golf et le Championnat de France des Rallyes pour promouvoir l'importance d'une bonne vision partout sur le territoire national. Près de 10 000 contrôles visuels ont été réalisés cette année. Enfin, avec le concours de notre fondation Vision For Life, nous avons travaillé avec des associations caritatives, la Fondation Rothschild, mais aussi le centre de migrants d'Ivry, pour fournir un équipement de première nécessité aux personnes les plus fragiles.

Si nous continuons ces efforts collectivement je pense que nous parviendrons à faire émerger une prise de conscience de l'ensemble des français. L'objectif est de réaliser ce qui a été fait il y a quelques années avec la lumière bleue. C'est un bel exemple, car il nous prouve que lorsqu'on adapte notre discours, qu'on le rend compréhensible et accessible, le consommateur s'intéresse et s'implique.

- **Satisfaction** : Le travail d'équipe est au cœur de la satisfaction des porteurs. Nous le savons tous, il est nécessaire d'associer une bonne prescription, un bon produit et une bonne prestation en magasin pour garantir une satisfaction totale. Cela est toujours d'actualité ! Mais il se rajoute une nouvelle dimension. En effet, les comportements des consommateurs évoluent et ils souhaitent accéder à des produits associés à des services qui leur facilitent la vie, et cela durant toute la phase d'usage du produit. De même, 59% des personnes de la Génération Z souhaitent que les marques utilisent leurs informations personnelles pour leur faire des recommandations plus pertinentes. Nous devons tous nous adapter à ces nouveaux comportements si nous voulons continuer à satisfaire les consommateurs.

- **Accès à la prescription** : Une fois les personnes sensibilisées, il arrive parfois que l'accès à l'ophtalmologiste constitue un frein. La délégation de tâches trouve ici tout son sens. Également, dans le cadre du RAC O, nous devrions assister à une accélération dans ce domaine. En effet, cette réforme n'atteindra son objectif que si elle permet à des personnes non équipées d'avoir à présent accès à un équipement optique. Son succès est conditionné à l'augmentation du nombre de prescriptions.

RÉFORME « 100 % SANTÉ »

Alexandre Montague : L'année 2019 va être une année charnière, mais nous l'abordons avec sérénité. Les Pou-

voirs publics sont partis d'un vrai sujet, l'accès à l'équipement optique, mais qui a été mal analysé. Malheureusement, ils ont opté pour une approche budgétaire au lieu d'une approche sanitaire. Preuve en est : notre interlocuteur était la Direction de la Sécurité Sociale, spécialiste du budget. À travers l'opération de sensibilisation collective que nous avons menée, les Pouvoirs publics ont peu à peu pris conscience des sujets que cette réforme laissait de côté. Mon sentiment est que les messages actuels vont plutôt dans le bon sens. Nous avons passé l'année qui vient de s'écouler à travailler sous la pression du résultat, à coup de *deadlines* permanents. Après les dernières discussions, il faudra qu'on repasse dans un mode plus « moyen-long termes » afin de mettre en avant la qualité de la filière telle qu'elle existe aujourd'hui. Le point de départ de toute discussion était : « *L'optique est trop chère parce qu'il y a trop d'opticiens* ». Mais ne nous trompons pas de débat : le maillage géographique des opticiens est un atout pour la société française. La question est surtout de savoir comment mieux utiliser ce maillage territorial pour mieux répondre aux besoins de la population.

INNOVATION

Alexandre Montague : L'innovation est notre quotidien chez Essilor, elle fait partie de notre ADN. Mais nous n'oublions pas qu'une bonne innovation doit être utile, reproductible et accessible. Le point de départ de toute recherche est d'identifier au préalable ce qui va vraiment changer la vie des gens. Par exemple, cette année, Eye Protect System, innovation de rupture intégrée dans le matériau pour filtrer sélectivement la lumière bleu-violet, sans reflet résiduel, a été lauréate du prix *Janus* de la Santé 2018. Cela signifie que ce produit s'inscrit durablement dans une démarche de progrès au service de la Personne. Nous en sommes très fiers car ce prix récompense le travail de fond de nos chercheurs.

En matière d'innovation, il est également intéressant de réfléchir aux services. Depuis un an, nous travaillons beaucoup sur l'expérience du consommateur au sein du magasin. Inventer de nouveaux parcours-clients, aller au-delà du produit, dans un processus de long terme qui favorise le dialogue entre l'opticien et son client, et crée une ambiance propice à l'échange, à la curiosité. La valeur du marché passe nécessairement par un accompagnement de nos opticiens partenaires pour leur permettre de passer plus de temps avec leurs clients, de soutenir la fréquentation du point de vente, de faire vivre une expérience d'achat différenciante à leurs propres clients. Comme en témoignait notre stand lors du SILMO 2018, nous avons pris un virage important pour aller dans ce sens, et nous continuerons dans cette voie en 2019. ■

✚ www.essilor.fr



VIE DES SOCIÉTÉS

Magnisense lève 5 M€ pour accélérer le développement commercial de ses tests de diagnostic d'urgence

DELOCALISES. Magnisense, société pionnière qui développe et commercialise les tests MiAG® mobiles et connectés pour le diagnostic d'urgence des maladies cardiovasculaires, a réalisé avec succès un tour de financement de 5 M€. Cette levée a été réalisée auprès d'un fonds d'investissement, de trois nouveaux actionnaires privés et des actionnaires existants.

L'augmentation de capital réalisée doit permettre d'accélérer le déploiement commercial des tests existants en Europe. Elle permet également d'accélérer le développement et la mise sur le marché de nouveaux tests, pour présenter un panel complet de tests au catalogue de la société, en ciblant des applications de diagnostic d'urgence et de prévention.

« Nous sommes fiers d'accueillir de nouveaux actionnaires au capital de la société, et notamment un premier fonds d'investissement Meusinvest, acteur financier belge reconnu du secteur de la medtech en Europe. [...] Cette levée va nous permettre d'accélérer notre développement sur le marché B2B mais également de préparer notre test dédié au marché B2C », témoigne Lyse Santoro, DG de Magnisense.

Marc Foidart, DG adjoint de Meusinvest : « Nous sommes ravis d'accueillir Magnisense au sein du portefeuille du groupe Meusinvest. Nous avons été séduits par la pertinence du positionnement de l'offre de Magnisense ainsi que par la qualité et l'ambition de de l'équipe et du projet. En outre, les activités que Magnisense ambitionne de développer à Liège (Belgique) viendront renforcer un cluster en forte croissance de sociétés actives dans le domaine des maladies cardiovasculaires, après l'arrivée au cours des 12 derniers mois notamment de Miracor (Autriche) et Mitral Technologies (USA). Nous mettrons tout en œuvre pour que Magnisense bénéficie de synergies évidentes avec certaines de ces sociétés en termes d'accès aux marchés et de réseaux ».

Une technologie brevetée basée sur les nanoparticules magnétiques

Les tests MiAG® sont développés à partir de la technologie propriétaire de Magnisense, basée sur les nanoparticules magnétiques et brevetée à l'international. Ils permettent de réaliser, au chevet du patient, un diagnostic sanguin en seulement 15 minutes à partir d'un petit volume de sang. Ces tests, réalisés avec un instrument MiAG® mobile, connecté et autonome sur batterie, sont adaptés pour le diagnostic d'urgence par les biologistes, urgentistes ou réanimateurs, et pour initier la prise en charge thérapeutique la plus immédiate possible. Ces tests permettent également aux médecins de réaliser un diagnostic préventif pour le suivi des patients lorsqu'ils sortent de l'hôpital, notamment pour prévenir la récurrence d'un épisode d'urgence, ou pour prévenir l'évolution d'une maladie chronique.

La société a d'ores et déjà obtenu le marquage CE de 2 premiers tests en Europe pour le diagnostic de l'infarctus du myocarde et de l'insuffisance cardiaque (MiAG® cTnI et MiAG® bnp). L'accès au marché de ces tests est facilité par le fait qu'ils sont remboursés. Un troisième produit marqué CE arrivera sur le marché prochainement. Ces tests ont reçu le prix du Janus de la santé 2018 ainsi que le label du prix de l'Observateur 2019, qui confortent leur caractère innovant.

« Notre ambition est de devenir l'un des pionniers du diagnostic rapide pour améliorer la prise en charge des patients et construire la médecine de demain. Nous nous inscrivons pleinement dans les orientations du « Plan Santé » du gouvernement. Actuellement, aucun produit ne permet de réaliser des tests mobiles et connectés comme nous le faisons pour le diagnostic d'urgence et pour le diagnostic préventif », souligne Lyse Santoro.

La société espère révolutionner le secteur du diagnostic autant que le téléphone mobile a révolutionné le secteur industriel de la téléphonie, pour une meilleure prise en charge des patients.

Les tests propriétaires de la société sont basés sur sa technologie MIAtek® brevetée à l'international, qui utilise des nanomatériaux magnétiques. Ils permettent de réaliser des dosages quantitatifs et sensibles de marqueurs cardiaques, directement en sang total, en 15 minutes, de façon robuste, portable et décentralisée, à un prix compétitif. La technologie MIAtek® est protégée par cinq familles de brevets (Europe et Etats-Unis). La société, fondée par l'inventeur de la technologie ainsi qu'un groupe de « business angels » est située à Paris, et ses laboratoires sur « Le Campus », au cœur de Lyon biopôle.



JANUS 2019



6° Designers, Glotin

6° Designers gagne plusieurs prix prestigieux

44 - L'agence nantaise 6° Designers fait valoir plusieurs récompenses dont un **Janus** de l'industrie avec la société vendéenne Océwood, spécialisée dans les clôtures et terrasses. L'agence de design est aussi associée à la conception de la gamme de semoirs Progress de Sylky-Burel sacrée « Machine of the year 2019 » au Sima. Déjà, l'an dernier, 6° Designers avait déjà gagné plusieurs « Red Dots Awards » dont l'un récompensant l'Urban, un système de ventilation et de filtration d'air innovant pour la société Ventilairsec. Dirigée par Tomás Ahrens, 6° Designers, ex-GI&Co, emploie 22 salariés.

Le fabricant d'escaliers Glotin devient une Scop

44 - L'atelier Glotin se transforme en société coopérative. Basée à Pontchâteau, cette entreprise de 19 salariés, fondée en 1973, est spécialisée dans la conception, la fabrication et la pose d'escaliers en métal, effet béton, verre... En croissance continue, cette PME affiche un chiffre d'affaires de 1,5 M€ cette année. La démarche de transformation en Scop a démarré en 2017 pour se conclure fin 2018. Elle vient d'être officialisée.

<https://www.agence-api.fr/cache/0/9/f/5/b/09f5b328e04b0a90971aab8b5d4577de103fbada.png?v=129>



PIXMINDS décrypte les annonces et les dernières tendances du Salon VivaTech



Pour la 4^{ème} année consécutive, les grands noms de l'économie numérique du monde entier s'y donneront rendez-vous pour analyser l'impact du digital sur de multiples secteurs d'activité.

L'événement incontournable pour tous les fans de nouvelles technologies, VivaTech offre multiples opportunités : échanger avec des intervenants du secteur,

découvrir des produits et innovations en avant-première mais aussi de participer à diverses animations.

Lionel Chataignier, expert dans le domaine des hautes technologies et fondateur de Pixminds, l'acteur clé des produits high tech, décrypte en direct du salon ces annonces et ces toutes dernières tendances au stand K56 dans le Hall 1.

Plusieurs fois récompensé pour ses innovations, Lionel Chataignier détient à son actif 11 Innovation Awards au CES 2018 et 2019, une mention spéciale aux German Design Awards en 2019, 6 médailles au concours Lépine, la médaille d'or BPI pour l'innovation ainsi que la médaille du Ministère de l'Intérieur, le **Janus** de l'industrie 2019.

<http://www.pixminds.fr/>



Océwood remporte le Prix Janus 2019

Les produits extérieurs composites d'Océwood et de l'agence 6° Designers viennent de recevoir le Prix **Janus** 2019 des Composants et Matériaux. Créé en 1953, ce label officiel de design est délivré chaque année par **l'InstitutFrançaisduDesign** (IFD). Les **Janus** viennent récompenser les entreprises et les collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de la Personne, de l'Industrie et de la Cité, en faveur du « mieux-vivre ».

Marque de la société Océplast et spécialiste de l'aménagement extérieur en composite (clôtures, claustras et terrasses), Océwood a réussi à renouveler l'approche du recyclage, en apportant une nouvelle réponse au développement durable via le design.

Cet acteur engagé dans la plasturgie écoresponsable cherche depuis toujours à développer des solutions pour concilier esthétique et matières recyclables et recyclées. Le Prix **Janus** 2019 des Composants et Matériaux récompense la démarche authentique de la marque, qui a réussi à allier écologie et approche humaine.

Après quatre années de recherche, Océwood a en effet développé un nouveau procédé de fabrication de ses matériaux, à base d'anas de lin. En plus de pousser rapidement, cette fibre est plus écologique, renouvelable et plus résistante que la farine de bois traditionnellement utilisée par le secteur.

« Plus élégant et moins rigide », le produit apporte également un réel « bénéfice environnemental et humain pour la filière agricole ». La matière est en effet issue de la paille de lin, habituellement jetée par les agriculteurs. Associée à du PVC recyclé, elle permet de fabriquer les nouveaux produits de la marque. Ce nouveau procédé de fabrication permet ainsi de minimiser les déchets plastiques, normalement enfouis ou rejetés dans la mer.

Le jury de ce label d'excellence a souligné « l'approche intelligente du recyclage dont l'objectif est de créer un nouveau produit écologique ». Conçue avec l'agence 6° Designers, la nouvelle gamme de produits Océwood souhaite en effet casser l'image négative du recyclage, en prenant le problème de production de plastique à sa source.

A cette occasion, les jurés ont également rendu hommage au partenariat d'Océwood avec la fonderie des Ardennes, menacée de disparition.



Le BibRond d'Élhée : le biberon tout rond !

Créé par une maman de trois enfants, Allison Piraud, le BibRond de la marque française Élhée propose aux jeunes parents une expérience sensorielle étonnante dans la façon de donner le biberon à leur bébé. Qu'est-ce que le BibRond ?

Ce nouveau biberon attire d'abord l'attention par son design original, tout rond, qui rappelle la féminité tout en rondeur, ou encore celle du sein. Puis, c'est en prenant le BibRond en main que la magie opère : la matière en silicone médical permet un toucher doux et mou très agréable, rappelant ici aussi le moelleux du sein.

“L'idée du BibRond est née d'une volonté de proposer une alternative à l'aspect dur des biberons en plastique ou en verre”, nous confie Allison Piraud.

Ce biberon à la forme et à la matière originale peut donc permettre aux jeunes parents qui l'ont choisi de donner le biberon avec un contact doux, avec une expérience sensorielle singulière, proche d'un toucher de peau.

Le BibRond, un biberon innovant et sécurisé.

Eco-conçu et fabriqué en France, il est breveté conforme à la norme européenne EN-14350.

“Mon souci était de créer un produit à la fois éthique et esthétique pour les bébés”, explique Allison Piraud.

Ainsi, le biberon a été conçu de telle sorte que le lait reste toujours en contact uniquement avec le silicone ou la tétine, sans toucher la bague en plastique.

La tétine, elle, est physiologique et anti-coliques, pour s'adapter à la forme du palais des bébés, mais aussi réduire l'absorption d'air et faciliter la digestion.

Le biberon a d'ailleurs reçu le label **JANUS** de **l'InstitutFrançaisduDesign**, une démarche qui récompense les entreprises et collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de la Personne, de l'Industrie ou de la Cité.

Avis :

Voici un biberon à la fois fiable et rassurant pour les parents, qui va au-delà de sa seule fonction, pour renforcer la dimension émotionnelle et sensorielle au moment de nourrir bébé.

Caractéristiques techniques :

Prix :

Les plus

Les moins

Concurrents :

Que pensez-vous de ce biberon innovant? Comment s'est passée pour vous la transition du sein au biberon? Pour donner votre avis et apporter votre témoignage, on se retrouve sur <https://forum.parents.fr>.



Océwood remporte le prix Janus pour ses produits écoresponsables

Les produits extérieurs composites Océwood et l'agence 6° Designers ont été récompensés par **L'Institutfrançaisdudesign**. La marque appartenant à la société Océplast s'est spécialisée dans la plasturgie écoresponsable. Ses produits à base de plastique recyclé, sont aussi fabriqués à base de fibre cellulosique de lin, dans le département de la Vendée.

L'Institutfrançaisdudesign œuvre pour promouvoir et favoriser les projets en faveur du mieux vivre et de l'éthique professionnelle. Le label **Janus** vise à récompenser ceux qui ont réussi le pari d'allier écologie et approche humaine. Océwood a reçu le **Janus** 2019 des Composants et Matériaux. Leurs produits phares ? Des portails, clôtures et terrasses, conçus en « design thinking », une réflexion sur l'innovation proche de l'humain, avec l'agence nantaise 6° Design.

Du composite à base de lin

Les produits Océwood synthétisent une volonté de concilier matières recyclables et recyclées, et esthétique. Leur matière phare est le composite, ce mélange de résine plastique, de pigments et de fibre naturelle (du bois le plus souvent) sous forme de farine. Chez Océplast : « nous avons choisi de remplacer la farine de bois par de l'anas de lin : que ce soit pour son approvisionnement local, sa capacité de repousse rapide, ses propriétés mécaniques similaires à celles du bois ou la valorisation des déchets agricoles. De nombreuses raisons nous ont poussé à faire ce choix », explique l'entreprise.

Implantée en Vendée, l'usine se fournit en lin localement, en Pays de la Loire. Il a fallu 4 années de recherche pour mettre au point leur recette. L'« anas » de lin, c'est-à-dire sa fibre, a la particularité de pousser rapidement (120 jours contre 25 ans pour le bois) et il vieillit bien. Un atout humain : il « offre aux agriculteurs une nouvelle source de revenus » et ne prend pas la place de cultures destinées à l'alimentation : le lin pousse sur des sols acides. Concernant la production, les chutes sont broyées pour être utilisées dans d'autres pièces (lambourdes ou profilés) et les déchets sont collectés par des filières de recyclage spécialisées.

« Renouveler le recyclage par le design, tel est notre credo », affirme Bertrand Dublin, co-gérant d'Océwood. C'est en effet du plastique recyclé qu'utilise l'usine d'Aizenay, à côté des Sables-d'Olonne pour fabriquer son composite. Ce PVC est micronisé, à partir de chutes de plastique broyé, avant d'être mélangé avec l'anas de lin.

L'Institutfrançaisdudesign a récompensé cette démarche de plasturgie écoresponsable, via le **Janus** 2019 des Composants et Matériaux. « Les jurés ont salué la démarche d'Océplast qui prend le problème de production de plastique à la source et sa volonté de casser l'image négative du recyclage », rapporte le fabricant. Le « bénéfice environnemental et humain pour la filière agricole, en rachetant le résidu issu de l'exploitation de lin » a été souligné par le jury, faisant également mention du partenariat de la marque avec la Fonderie des Ardennes.

L. C.

Photo de Une : Ecowood



Le Janus du Design récompense Le Pavé Parisien

Le Pavé Parisien vient de recevoir le **Janus** du Design, pour son enceinte bluetooth en béton personnalisable. Créé en 2016 par Pierre-Axel Izerable, ingénieur du son et ses trois autres frères, Le Pavé Parisien est une start-up française, qui fabrique des enceintes acoustiques en béton. Un design brut et épuré, un son précis et un objet durable. Le Pavé Parisien est unique en son genre. Du fil de cuivre au façonnage du béton, de la carte électronique à la tôle pliée, chaque pièce du Pavé Parisien est fabriquée localement, puis assemblée à la main à Paris. Le produit s'inscrit ainsi dans la lignée de la Fab City.

Nos amis du Pavé Parisien, que nous suivons depuis leurs débuts, viennent de recevoir le **Janus** du Design, pour leur enceinte bluetooth en béton personnalisable. Le Pavé Parisien, 10 cm de béton pour un poids de 1,5 kg, a été plébiscité pour son ergonomie, son design, son éthique, son marché et son pouvoir émotionnel. Le **Janus** est un label d'excellence, récompensant les entreprises et les collectivités, qui s'inscrivent dans une démarche de progrès au service de la personne, de l'industrie et de la cité.



PIXMINDS

La start-up savoyarde remporte un
janus de l'industrie avec sa nouvelle
souris d'ordinateur Lexip
Pu94 conçue en collaboration avec
l'agence de design PLLLUS. Légère
et ergonomique, elle ajoute un
joystick et des boutons à l'outil
traditionnel. ■



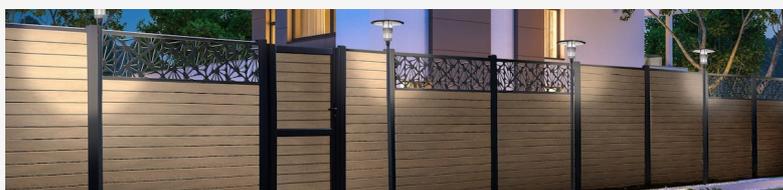
Océwood, d'Océplast, remporte le prix Janus 2019 des Composants & Matériaux



L'Institut Français du Design (IFD) récompense Océwood et l'agence 6° Designers en leur décernant le label Janus 2019 des Composants & Matériaux. Une reconnaissance pour le spécialiste de l'aménagement extérieur en composite qui a réussi à renouveler le recyclage par le design.

Un procédé de fabrication à base d'anas de lin

Industriel spécialisé dans l'aménagement extérieur en composite (concepts de clôtures, claustras et terrasses), Océwood, la marque de la société Océplast, reçoit le Janus 2019 des Composants & Matériaux. Ce label d'excellence consacre la démarche de cet acteur très engagé dans la plasturgie écoresponsable qui a développé un procédé de fabrication à base d'anas de lin plus écologique et résistant que la farine de bois généralement utilisée par le secteur.



Océplast veut casser l'image "négative" du recyclage

La nouvelle gamme de produits Océwood, conçue dans le cadre d'un processus de "design thinking" avec l'agence 6° Designers, a été appréciée par le jury qui a souligné « l'approche intelligente du recyclage dont l'objectif est de créer un nouveau produit écologique ».

Les jurés ont ainsi salué la démarche d'Océplast qui prend le problème de production de plastique à la source et sa volonté de casser l'image "négative" du recyclage.

L'anas de lin

Un bénéfice environnemental et humain

L'intégration du digital dans l'expérience produit et la recherche « d'un vocabulaire formel rendant le produit élégant et moins rigide » contribue, selon le jury, à « la valorisation d'un coproduit » apportant un réel « bénéfice environnemental et humain pour la filière agricole, en rachetant le résidu issu de l'exploitation du lin ». Le jury a tenu à cette occasion à rendre hommage au partenariat d'Océwood avec la fonderie des Ardennes menacée de disparition.

Enfin, les jurés ont été sensibles à l'authenticité de cette démarche au sein de l'entreprise et à « l'honnêteté ressentie dans la présentation enthousiaste de Bertrand Dubin », codirigeant d'Océwood qui a su apporter une réponse au développement durable via le design.

Rappelons Océwood, la marque de la société Océplast, basée à Aizenay à proximité des Sables-d'Olonne, est le spécialiste de l'aménagement extérieur en composite (concepts de clôtures, claustras et terrasses). Acteur très engagé dans la plasturgie écoresponsable, Océplast a développé un procédé de fabrication à base d'anas de lin bien plus écologique, renouvelable et résistant que la farine de bois généralement utilisée par le secteur. Cette matière, issue de la paille de lin habituellement jetée par les agriculteurs, est associée au PVC recyclé pour la fabrication des

produits de la marque. Une démarche visant à minimiser les déchets plastiques (menuiseries en fin de vie par exemple) qui sont rejetés à la mer ou enfouis.



Withings et Zoov primés par l'institut FrançaisduDesign

Withings vient d'être récompensé par le prix **Janus** 2019 de l'Industrie, pour le design et les innovations en matière de santé à domicile apportées par son tensiomètre connecté BPM Core. Discret, ergonomique et simple d'utilisation, BPM Core est le premier appareil pour les particuliers qui mesure à la fois la tension artérielle, réalise un électrocardiogramme et écoute le son du cœur grâce à un stéthoscope électronique, tout ceci avec la même simplicité qu'un tensiomètre habituel. Il permet, d'avoir accès, chez soi et au quotidien, à des mesures habituellement réservées au milieu hospitalier. Ce label est le fruit de la collaboration avec l'agence de design eliumstudio, honorée une nouvelle fois par l'IFD. Le **Janus** est un label d'excellence créé par l'arrêté ministériel du 13 novembre 1953, décerné par **L'InstitutFrançais duDesign.**



Zoov, un vélo électrique partagé malin

Beaucoup se sont cassés les dents sur des concepts de vélos en libre service. Après les Velibs connus pour leur poids, ou les Chinois Gobee et Ofo (tristement célèbres pour le gachis écologique qu'ils représentent) ou encore le beaucoup plus réfléchi Mobike (supports de roues monobras, pas de chaîne mais un cardan...), un nouveau petit français innove avec un vélo bien pensé qui vient de se voir décerner un **Janus** de l'industrie par **l'Institut Français du design**. Le problème des vélos en libre service façon Vélib, c'est qu'il faut des stations, et même si ce n'est que quelques arceaux, ça coûte en infrastructure. Mais à l'opposé, le problème avec les vélos en « free floating », c'est que leur localisation approximative vous permettait des les ranger tranquillement chez vous (cave, balcon, garage à vélo) sans que l'application ne le détecte.

Zoov propose une solution efficace pour des vélos en libre service où l'infrastructure fixe est réduite au minimum, c'est à dire à un seul arceau si on le veut, tout ça en « empilant » les vélos entre eux comme des Caddie au supermarché. C'est très malin. Seul souci : un système comme ça marche forcément en « lifo » (last in first out) et donc mécaniquement les vélos sur le devant de la pile sont plus utilisés que ceux au fond. Et par conséquent, s'il y a un problème avec le premier vélo de la pile, il faut quand même le prendre pour accéder au suivant.

Avec son système, Zoov promet de réussir à garer jusqu'à 20 vélos dans l'espace d'une place de stationnement de voiture standard : une belle performance quand on compare à la taille nécessaire d'une station Vélib pour le même nombre de vélos. Ajoutez à cela une installation de l'arceau sans nécessité de travaux de génie civil et vous comprendrez que le système Zoov peut attirer pas mal de collectivités!

Côté technique, les Zoov sont des vélos à assistance électrique à moteur sur le moyeu arrière (limite de vitesse standard européenne de 25km/h) piloté par un capteur de couple au pédalier, et s'ils ont un cadre très épuré, ils conservent une chaîne, qui est hélas l'une des pièces souvent cassée sur ce genre de vélos.

Autre spécificité du concept Zoov: leur batterie vous est personnelle, détachable, elle a une autonomie de 20km et vous devez la charger vous-même (avantage pour l'infrastructure, inconvénient pour l'utilisateur), mais en contrepartie vous pouvez vous en servir comme batterie de secours pour votre téléphone quand vous ne vous en servez pas sur le vélo. Zoov affiche cette batterie comme une option pour les zones moins denses: vous n'êtes pas obligé d'avoir une batterie sur vous pour utiliser ce système de vélos, elle est proposée en option.



START UP



LE PRODUIT

A peine née, Zoov a déjà tapé dans l'œil des professionnels du design. La start-up de vélos électriques partagés, fondée par Eric Carreel, vient de remporter le prix Janus 2019 de l'industrie. Le deux-roues a été pensé en collaboration avec l'agence de design Eliumstudio, déjà récompensée par ce prix prestigieux. Zoov se distingue par le dessin de son vélo, mais aussi par la compacité des stations qui l'accueillent.



URL :<http://www.twitter.com>

PAYS :France

TYPE :Médias sociaux



► 14 mars 2019

> Version en ligne



Olivier_Kauf

@Olivier_Kauf

351738

Tweets

842

Following

7662

Followers

Le service de vélos électriques partagés Zoov récompensé par l'Institut Français du Design
<https://t.co/zTPdG2U87U>

Le service de vélos électriques partagés Zoov récompensé par
l'Institut Français du Design <https://t.co/zTPdG2U87U>



Le service de vélos électriques partagés Zoov récompensé par l'InstitutFrançaisduDesign



Zoov vient d'être récompensé par le prix **Janus** 2019 de l'Industrie, pour le design et l'innovation de son offre de vélos électriques partagés. Un service qui se fonde naturellement dans le paysage urbain grâce à un deux-roues à la ligne épurée et des stations ultra-compactes. Ce label est le fruit d'une collaboration étroite avec l'agence de design eliumstudio, honorée pour la

5ème fois par l'IFD. Le **Janus** est un label d'excellence créé par l'arrêté ministériel du 13 novembre 1953, décerné par L'InstitutFrançaisduDesign.

L'objectif de Zoov est simple : proposer un service de vélos électriques en milieu urbain et péri-urbain qui donne envie d'être utilisés sur la durée, avec bienveillance, s'intégrant naturellement dans l'environnement citoyen.

Le service, accessible à toute heure de la journée, permet de réserver un vélo et de se faire guider par GPS jusqu'à destination. Il garantit un partage respectueux de la voie publique grâce à des stations légères, et ultra-compactes dans les zones les plus denses.

“Quand ils sont garés en station et accrochés les uns aux autres, les vélos Zoov s'intègrent discrètement dans l'environnement urbain.” explique Pierre Garner, Co-fondateur de l'agence eliumstudio, qui a accompagné Zoov sur la conception sur-mesure du vélo et de la borne.

La station Zoov, a fait l'objet de deux dépôts de brevets, et fonctionne sur le principe des chariots de supermarché. Une seule borne en forme d'arceau accueille un premier vélo, sur lequel se fixera le suivant. Cette solution permet de garer jusqu'à 20 vélos sur une place de parking standard. Extrêmement facile à installer, elle ne nécessite pas de travaux ou de génie civil. En outre, la qualité de conception des vélos Zoov, lui confère robustesse, maniabilité, et assure un usage aisé et pérenne du service.

Arnaud Le Rodallec, Co-fondateur et Directeur Général de Zoov, déclare à propos de l'obtention du **Janus** : “Le label **Janus** constitue une superbe reconnaissance du travail fourni afin d'intégrer un ensemble de contraintes techniques dans un produit esthétique visuellement et agréable d'utilisation. Nous sommes ravis de recevoir cette distinction en compagnie d' eliumstudio.”

La cérémonie de remise du **Janus** aura lieu à l'automne 2019.

À propos de Zoov Créé en 2017 par Eric Carreel, Arnaud Le Rodallec et Amira Haberah, Zoov est le service de partage de vélos à assistance électrique pour se déplacer avec facilité et sécurité, s'intégrant naturellement dans la ville grâce à des stations légères et ultra-compactes dans les zones les plus denses. Zoov est actuellement déployé au plateau de Saclay, en région parisienne, et sera lancé dans plusieurs autres agglomérations françaises dans le courant de l'année 2019, avant de se développer en Europe.

A propos de eliumstudio Fondé en 2002 par les designers Elise Berthier, Marc Berthier, Pierre Garner, Frédéric Lintz, eliumstudio est un studio spécialisé en Design produits et design Global. Eliumstudio revendique une organisation entièrement tournée vers la création, l'innovation et la prospective, pour une vision élargie qui prend en compte l'évolution des usages à l'heure de la révolution numérique.

À propos de l'InstitutFrançaisduDesign Depuis 1951, l'InstitutFrançaisduDesign (IFD) sélectionne des produits et services qui privilégient le respect de l'utilisateur et de son environnement. L'intention du concepteur, la valeur éthique de l'objet, son apparence, les matériaux employés et l'intérêt pour l'usager sont autant de critères, sinon de valeurs, qui dictent le choix de l'IFD. Assisté d'un jury pluridisciplinaire de 50 experts issus des univers de l'entreprise, de la création et des sciences humaines, l'InstitutFrançaisduDesign décerne le label

Janus aux entreprises et collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de la Personne, l'Industrie et la Cité.

Partager :

- [Tweet](#)
- [Facebook](#)
- [Twitter](#)
- [Partager sur Tumblr](#)
- [E-mail](#)
- [Imprimer](#)

Articles similaires