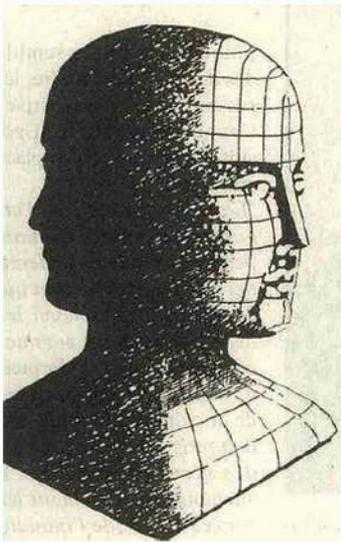


Entreprises

# Avec les Janus, le design

Depuis plus de soixante ans, l'Institut Français du Design décerne le label "Janus" aux meilleures réalisations du moment en termes de design, du produit grand public à l'équipement professionnel en passant par les dispositifs médicaux et les escapes commerciaux.



# INSTITUT FRANÇAIS DU DESIGN

Le Palais du Luxembourg accueillait il y a peu la 60<sup>ème</sup> cérémonie de remise des Janus. Ce label créé par arrêté ministériel en 1953 récompense les meilleures réalisations en termes de design. Il met également en avant les démarches collaboratives d'entreprises et de concepteurs.

Anne-Marie Sargueil, présidente de l'Institut Français du Design estime ainsi que "les Janus ont trois objectifs majeurs : valoriser le couple marque/produit ou service, faire connaître aux industriels, aux collectivités, aux médias et au public, la démarche exemplaire du pro-

duit ou du service des lauréats, et favoriser l'insertion professionnelle des jeunes designers".

Le nom du label ne doit rien au hasard. Il a abandonné son premier nom - Beauté France, label d'esthétique industrielle - pour celui de Janus car "le design offre une transition idéale entre les acquis du passé et les promesses de l'avenir". Le choix de la "figure de Janus, divinité antique aux deux visages pour nommer le label" semble donc logique. "Tourné vers l'avenir, il se nourrit de son expérience et de sa mémoire et c'est en cela qu'il représente au plus juste les dé-

marches récompensées par ce label".

Cette année encore, on retrouve nombre de Franciliens parmi les lauréats. L'Institut Français du Design a ainsi labellisé deux entreprises yvelinoises. Ainsi, en collaboration avec Onebuyone et Danone, **[Bonnet]**Névé reçoit le Janus de l'Industrie pour son innovation SkyView. Il s'agit de portes de meubles réfrigérés installés dans les espaces "ultra-frais" des enseignes de la distribution alimentaire qui "constituent une amélioration notable pour un espace stratégique à forte fréquentation dans les grandes surfaces". Le jury a particulière-

ment apprécié "l'effet produit par la conception d'un espace moins "clinique" permettant également une utilisation par les animations commerciales".

Le deuxième label yvelinois a été décerné à Sports d'Époque. Ce nouveau concept implanté à Parly 2 a reçu le Janus du Commerce. Ce magasin allie un vestiaire et un hystory wall qui relate les moments forts du sport. Le jury a été séduit par ce magasin "au contenu narratif et émotif".

En Essonne, c'est un nom déjà bien connu qui a su attirer l'attention de l'Institut Français du Design. Guy De-

Ritaglio stampa  
 Testata: La Semaine de l'Île  
 de France  
 Pagina: 6-7  
 Data: Febbraio 2014

# a bien plus d'un visage !

grenne s'est associé à l'agence Brio pour créer un nouveau concept marchand qui lui vaut un Janus du Commerce. "Véritable territoire d'émotions, ce nouveau concept met en valeur des collections récentes qui s'illustrent par un mobilier discret et un éclairage innovant, explique l'Institut Français du Design. La restructuration de l'espace s'établit en trois temps avec la création d'univers distincts : l'art de la table en orange, le culinaire en rouge, et l'enfant en vert. L'identité visuelle habille les meubles et les murs du nouveau concept".

Et "parce que les entreprises

parisiennes restent compétitives et innovantes", pas moins de onze labels ont été décernés aux entreprises du département en 2013. Parmi les lauréats, on citera Citroën et sa vitrine internationale au Mondial de l'automobile. La marque voulait alors incarner sur 4 000 m<sup>2</sup> la nouvelle plateforme de marque "creative technologie, alliance de luxe à la française et de la technologie". Il s'agissait aussi de "réconcilier les savoir-faire traditionnels liés à l'artisanat haut de gamme et le digital pour la performance offrant la personnalisation de la voiture".

A&K Classics reçoit égale-

ment un Janus pour la création de vêtements "adaptés" pour personnes valides et invalides. Avec pour seule ambition d'innover dans le prêt-à-porter tout en éloignant la stigmatisation, A&K Classics crée des vêtements inspirés du design pour tous. Labellisation également pour Up-Couture qui lance un T-shirt actif rendant la mauvaise posture inconfortable et qui par pression/traction pousse l'individu à se tenir droit.

Produit, service ou concept phare et innovant, ces Janus possèdent toutes les qualités pour devenir des réussites. L'Institut Français du Design compte bien récompenser,

dès 2014, ces réussites dans le temps. "L'avenir des Janus s'est dessiné naturellement au fil des ans, explique Eric Ranjard, président du jury des Janus du Commerce. Tous les membres du jury ont en effet ressenti la nécessité de savoir si les concepts primés étaient de réelles réussites commerciales ou non. C'est ainsi qu'est née l'idée des Grands Prix de la Réussite qui seront attribués dès 2014. Décerner un prix c'est bien, mais aller voir trois à quatre années plus tard si le concept a fonctionné et a réussi à s'imposer sur un marché concurrentiel c'est un vrai plus". ■



Ritaglio stampa  
 Testata: La Semaine de l'Île  
 de France  
 Pagina: 6-7  
 Data: Febbraio 2014