

Prix

Les Janus récompensent des agencements sensés

Depuis 1953 et tout au long de l'année, les membres du jury des Janus récompensent l'excellence, à travers les démarches collaboratives à l'origine des innovations en matière de design. Concrétisation du credo « Mieux vivre ensemble », le Janus récompense les entreprises qui choisissent de s'inscrire durablement dans la conception de produits, espaces et services innovants au service des utilisateurs. Le palmarès de décembre était riche et diversifié, puisque le jury a décerné douze labels Janus : 5 pour l'Industrie, 2 pour les Composants & Matériaux, 1 pour la Cité, 1 pour la Prospective et 3 pour le Commerce. Signal'Etiqu' revient sur les projets primés dans le domaine de l'agencement et décrypte les choix du jury.

“ Les sessions de décembre du Janus de l'Industrie et du Commerce ont permis, une fois encore, d'apporter de nombreuses réponses aux questions que les entreprises se posent. Comment donner envie à un client de porter sa montre connectée tous les jours ? Quelles évolutions apporter à un véhicule d'intervention incendie pour optimiser la mission des pompiers ? Quelle passerelle de navigation pour le marin de 2030 ? Comment revaloriser les métiers traditionnels dans la grande distribution ? Quelle solution pour mettre à la portée du plus grand nombre la couture sur-mesure ? Autant de questions qui n'ont qu'une finalité : mettre les compétences d'innovation de l'entreprise au service des utilisateurs finaux, en leur apportant des solutions pensées en amont, adaptées, collant au plus près de leurs besoins et attentes. Tout le rôle du design, en somme ! » a déclaré Anne-Marie Sargueil, Présidente de l'Institut Français du Design.

*La ré-invention
des rayons frais*

Afin de ré-enchanter les espaces frais traditionnels des enseignes

de distribution, Epta France redessine les contours du mobilier de vente réfrigéré. En associant, dans un même meuble, la vente traditionnelle et le picking, les produits et les métiers (boucher, boulanger...) sont revalorisés. Le mobilier de vente réfrigéré (partiellement ou totalement) associe la présentation de produits frais traditionnels à la coupe et produits en libre-service. En effet, les enseignes de la distribution veulent aujourd'hui revaloriser et ré-enchanter leurs espaces frais traditionnels, tout en optimisant la surface au sol et l'ergonomie d'utilisation. Afin d'inciter les clients à se rapprocher de ces espaces, des meubles à double-fonction ont été conçus : la partie haute réservée aux produits "à la coupe", la partie basse aux produits du rayon pré-emballé ou à des produits complémentaires à la consommation.

Il s'agit d'un merchandising complètement nouveau, qui :

- valorise le métier concerné (boulanger, boucher, fromager, poissonnier, charcutier) en le mettant au coeur du rayon, que ce soit à la coupe ou en pré-emballé

- valorise les produits en faisant

directement le lien entre celui qui les prépare et le meuble dans lequel ils sont vendus. C'est ce que le jury a apprécié : la ré-invention des rayons frais traditionnels pour repenser le parcours client. D'autant plus qu'il s'agit d'une démarche novatrice dans le rayon traditionnel, qui peut séduire de nouveaux clients et qui permet de revaloriser l'image du personnel.