

Communiqué de presse
Courbevoie, 28 juin 2024

6 projets qui réinventent le patrimoine et le terroir français récompensés par les Verallia Design Awards 2024

A l'occasion de la 15^{ème} édition des Verallia Design Awards, 60 projets ont été sélectionnés parmi les 240 dossiers déposés et 6 récompensés par le jury composé de professionnels de l'industrie agroalimentaire, de journalistes et de designers. Le thème « *Le verre, des histoires à réinventer* » a inspiré plus de 460 étudiants et jeunes diplômés provenant de 97 écoles de design, packaging et des beaux-arts en France et en Europe. Ainsi, vendredi 28 juin, le duo **Jonathan Omar et Lionel Dinis-Salazar de Döppel studio**, parrains de cette édition, ont pu remettre leur trophée aux jeunes designers et les féliciter pour leur créativité.

Les Verallia Design Awards sont organisés depuis 2009 par Verallia France, filiale du 1^{er} producteur européen et 3^e producteur mondial d'emballages en verre pour les boissons et les produits alimentaires. Chaque année est source d'inspiration pour les participants et le verrier. Le verre s'adapte aux tendances pour répondre aux besoins des consommateurs. Entre créativité et authenticité, le verre réunit le beau et l'usuel.

Une thématique qui a permis de revisiter et moderniser le patrimoine français à travers le verre

Pour cette 15^{ème} édition, chaque candidat a pu imaginer une bouteille ou un pot alimentaire en exploitant au maximum le pouvoir créatif qu'offre le matériau verre. Ils ont ainsi laissé libre cours à leur imagination pour réimaginer le futur des terroirs et du patrimoine gastronomique français pour plus de modernité. Parmi les 60 projets sélectionnés, **le jury a décerné 4 Prix : 3 « bouteille » (Vins tranquilles et effervescents - Spiritueux - Bières, eaux et boissons non alcoolisées) et 1 « pot » (Alimentaires) correspondant aux différents marchés du verrier.** A cela se sont ajoutés **2 Prix « coup de cœur » : celui des parrains et celui des salariés Verallia.**

« Les Verallia Design Awards illustrent notre volonté de repousser les limites techniques et créatives du verre. Grâce à ce concours, nous continuons à explorer comment le matériau verre peut offrir une expérience différenciante grâce à des designs uniques et en lien avec les tendances du marché. C'est une expérience incroyable pour les candidats. Ils peuvent découvrir nos process verrier dans des conditions réelles en usine. C'est une très grande fierté de voir autant de créativité autour du verre. Nous sommes ravis que cette édition ait à nouveau fédéré autant d'étudiants talentueux. Rendez-vous l'année prochaine pour la 16^{ème} édition ! » se félicite **Maud Dubois, Directrice marketing Verallia France**

« En tant que membres du jury du concours des Verallia Design Award, nous avons eu l'opportunité d'évaluer des créations et des projets surprenants. Chaque étudiant a su raconter une histoire unique et proposer un concept marquant un équilibre entre créativité et maîtrise technique. Les étudiants ont su jouer avec les limites du verre, en explorant de nouvelles formes, textures et



techniques. Le processus de délibération et d'échange entre les différents experts a été très stimulant et enrichissant, ce qui a conduit à de nombreuses discussions pour déterminer les gagnants. Participer à ce concours en tant que jury nous a permis de faire un état des lieux sur les aspirations des étudiants et la vision d'une nouvelle génération qui intègre les enjeux de société en replaçant l'Homme et son environnement au cœur de leurs créations. Leur travail a non seulement démontré une grande compétence technique, mais aussi une vision artistique prometteuse pour l'industrie du verre » explique **Lionel Dinis-Salazar, parrain de la 15ème édition des Verallia Design Awards et lauréat de l'édition 2014.**

Un investissement fort des équipes en usine pour faire découvrir le process verrier et offrir une expérience complète et enrichissante aux étudiants

La moitié des candidats a été initiée au processus verrier à travers des journées dédiées à la découverte du process de fabrication d'emballage en verre dans les usines Verallia en France. C'est donc **221 étudiants formés** pendant des visites d'usines ou lors de présentations à l'école ou de webinars.

Participer aux Verallia Design Awards, c'est découvrir le matériau verre au travers un cas pratique de développement produit. Véritable tremplin pour ces jeunes designers, certaines créations pourraient devenir des succès commerciaux à l'instar de projets lauréats de précédentes éditions.

« Grâce à ce concours, nous avons la chance de mettre en lumière nos étudiants les plus méritants, qui représentent la future génération de designers et d'innovateurs. Pour CREAPOLE, participer au concours Verallia représente une opportunité précieuse et une expérience enrichissante parfaitement intégrée à nos programmes. Cela offre à nos étudiants un défi unique et stimulant, une visibilité assurée, et une source de plaisir créatif évidente. » explique **Nicolas André Tromp, Responsable Pédagogique de Creapole Paris.**



Les lauréats 2024

Prix Bouteille : Vins tranquilles et effervescents

DIANE

Maxime Labesse - Institut Supérieur Couleur Image Design (ISCID), Montauban (82)



Célébration de l'art de vivre à la française et des paysages du Val de Loire. Diane, la bouteille à vins blancs, participe à la valorisation de l'identité des vins ligériens, mêlant tradition et modernité pour offrir une nouvelle expérience fidèle à l'essence même de cette région du centre de la France.

« Pour mon projet, j'ai choisi de rendre hommage à la culture de mon enfance, celle du Val de Loire. Les visites régulières de châteaux, de jardins, les balades en bords de Loire ou au cœur des vignes, ainsi que vivre dans cette région, m'ont permis de m'imprégner d'un ensemble d'expériences qui ont nourri ma créativité. Cela a donné naissance à une forme de synthèse de ces paysages et de cet art de vivre qui me sont cher, matérialisés dans une bouteille à vin ».

« Le concours Verallia m'a été présenté dans le cadre de mes études en design d'objet à l'ISCID. J'y ai vu une très belle opportunité de développer un projet mettant en avant les connaissances et le savoir-faire acquis tout au long de mon parcours, et ce, à travers un objet en verre. La thématique annuelle ainsi que toutes les contraintes liées au travail du verre en font un challenge vraiment intéressant aussi bien sur le plan esthétique, fonctionnel que technique. Grâce à ce concours, j'ai de même beaucoup appris sur la mise en œuvre du verre en série, tout comme le panel de possibilités offert par cette matière ».



Prix Bouteille : Spiritueux

ANISETTE

Marianne Garreau et Thibault Guitard – EDNA, Nantes (44)



« Nous avons choisi le pastis pour plusieurs raisons. Aujourd'hui, le marché des anisés, notamment celui du pastis, connaît une baisse de la consommation en grande distribution poussant les acteurs historiques à se réinventer. De nouveaux producteurs locaux modernisent également le secteur, offrant des alternatives plus artisanales. »

En puisant dans l'héritage culturel et gustatif de la Provence, le projet propose une vision moderne de l'emballage des alcools anisés, offrant ainsi une nouvelle expérience sensorielle et visuelle aux consommateurs. Cette approche novatrice permet de renouveler l'image de la boisson tout en préservant ses racines traditionnelles, offrant ainsi un produit qui séduit tant les amateurs attachés à l'authenticité que les nouveaux consommateurs en quête d'originalité.



Prix Bouteille : Bières, eaux et boissons non alcoolisées

BOLÉES – Bouteille de cidre

Adèle Dudoignon – Rubika, Valenciennes (59)



« Cela fait quelques années que je connais le concours Verallia, c'est ma 3ème participation. Le concours des VDA est une opportunité unique pour développer ses connaissances en procédés verriers mais pas que ! Le concours nous challenge aussi sur des questions de logistique, d'éco-responsabilité ou encore de contraintes liées à la commercialisation du futur produit. Ce sont des sujets intéressants qui s'apparentent à des briefs d'entreprise où le design est intégré. En somme un excellent exercice pour les étudiants en recherche de défis professionnalisant. »

Bolées est une bouteille de cidre qui s'inspire des bolées traditionnelles, symbole de l'héritage et de la culture cidricole.

À travers un style minimaliste, elle rappelle les traditions ancestrales de consommation du cidre, comme un retour aux basiques.

Prix pot : Alimentaire

AGENT DOUBLE

Augustin Blanchet - Ecole Nationale Supérieure d'Art et de Design de Nancy (54)

Agent double est un pot alimentaire pour les desserts qui se change en un gobelet adapté aux distributeurs de boissons chaudes professionnels une fois sa première mission achevée. L'intérêt de cette proposition réside dans le fait que la pollution engendrée par l'utilisation de gobelets en carton pelliculé de plastique à usage unique pourrait être évitée avec des récipients en verre, lavables et recyclables.



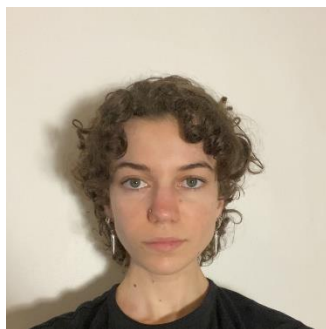
« Envisager une seconde vie pour les pots alimentaires en verre dès leur conception, c'est s'assurer qu'ils puissent rester utiles car ces derniers ne sont que rarement réemployés après consommation et finissent par être recyclés ».



Coup de cœur des parrains, Jonathan Omar et Lionel Dinis-Salazar

VINELE

Lola Faivre – CREAPOLE, Paris (75)



« Mon analyse s'est portée sur la représentation du canelé, dans son aspect esthétique et de la corrélation entre cette pâtisserie et la viticulture, tous deux implantés de façon intrinsèque aux terres bordelaises. Le travail sur l'optimisation et l'ergonomie de la bouteille m'a permis de trouver un trait d'union entre tous ces éléments permettant ainsi de créer cette esthétique propre à la bouteille qui est poussée jusqu'aux moindres détails ».

Vinelé est une bouteille dont les sources sont issues des formes généreuses du canelé, pâtisserie phare de la gastronomie bordelaise, mais aussi des bordelaises, bouteilles emblématiques de ce terroir. Elle permet une expérience différente d'une simple bouteille, de par son visuel : on ne se lasse pas de la regarder grâce aux cannelures que l'on retrouve sur la majeure partie de la bouteille qui donne cet effet de perspective changeante.



Coup de cœur des Salariés Verallia

LA PRUNELLE DES PROFONDEURS

Léna Steinhard – LISAA, Strasbourg (67)

Le concours est un évènement particulièrement suivi par les salariés de Verallia. Ils étaient déjà sollicités à chaque édition pour noter les 60 projets présélectionnés pour définir les finalistes. **Cette année, pour la deuxième fois, ils ont pu élire leur coup de cœur du concours et nommé leur lauréat.**



« Mon objectif était de proposer une solution qui se distingue tant sur le plan esthétique que fonctionnel, et j'avais à cœur de réaliser un projet incarnant l'ADN de Verallia. C'est pourquoi j'ai décidé de présenter La Prunelle des Profondeurs ».

Il s'agit d'une bouteille de liqueur de prunelle, inspirée d'une légende alsacienne : le lac sous la cathédrale de Strasbourg, une histoire mystique qui a traversé les siècles. Le contenant est une véritable œuvre d'art : réalisée avec du verre strié et déformé, évoquant les vagues de l'eau. Cette particularité donne un aspect texturé, organique et fluide à la bouteille.



TROPHÉE 2024



Comme chaque année, le parrain ou la marraine est en charge d'imaginer le trophée. Unique, il reflète l'esprit du concours, mais également de son mentor.

Pour cette 15^{ème} édition, c'est Jonathan Omar et Lionel Dinis-Salazar de Döppel studio qui ont créé ce trophée exclusif. « Rappelant à la fois le souffle d'un artisan verrier et l'air injectée dans la production industrielle des récipients en verre, ces trophées fusionnent le passé traditionnel et la modernité des technologies de la production de verre » expliquent **Jonathan Omar et Lionel Dinis-Salazar de Döppel studio, parrains de l'édition 2024.**

A propos de Verallia France

Chez Verallia, notre raison d'être est de réimaginer le verre pour construire un avenir durable. Nous voulons redéfinir la façon dont le verre est produit, réutilisé et recyclé, pour en faire le matériau d'emballage le plus durable au monde. Nous faisons cause commune avec nos clients, nos fournisseurs et d'autres partenaires tout au long de notre chaîne de valeur pour développer de nouvelles solutions saines et durables pour tous.

Avec environ 11 000 collaborateurs et 34 usines verrières dans 12 pays, nous sommes le leader européen et le troisième producteur mondial de l'emballage en verre pour les boissons et les produits alimentaires et offrons des solutions innovantes, personnalisées et respectueuses de l'environnement à plus de 10 000 entreprises dans le monde.

Verallia produit plus de 17 milliards de bouteilles et pots en verre et a réalisé 3,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2023. Verallia est coté sur le compartiment A du marché réglementé d'Euronext Paris (Ticker : VRLA – ISIN : FR0013447729) et figure dans les indices suivants : STOXX600, SBF 120, CAC Mid 60, CAC Mid & Small et CAC All-Tradable.

En France, Verallia perpétue le savoir-faire verrier à travers ses 7 usines situées à Lagnieu, Cognac, Chalon-sur-Saône, Oiry, St-Romain-Le-Puy, Vauxrot et Albi. Ancré au plus proche des besoins du secteur viticole et agroalimentaire, Verallia France est un acteur local de premier plan, avec plus de 2 500 salariés sur l'ensemble du territoire.

Service de presse VERALLIA

Agence Comfluence

Sara Natij / Laurie Dambrine
verallia@comfluence.fr
07.68 68 83 22