

Communiqué de presse

Paris, le 30 juin 2025

6 projets audacieux et responsables récompensés à l'occasion de la 16^{ème} édition des Verallia Design Awards

Le 27 juin dernier, six projets étudiants ont été primés lors de la 16^e édition des Verallia Design Awards, sur le thème : « Le verre funky et engagé : l'audace du design au service de la durabilité ». Placée sous le parrainage de Sylvie Amar, figure emblématique du design gastronomique, cette édition a été l'occasion de mettre à l'honneur le four verrier 100 % électrique du site Verallia de Cognac, dédié à la production d'emballages alimentaires et de boissons. Autre nouveauté marquante de cette édition : la création d'un Prix Décor, destiné à valoriser le rôle de la décoration dans l'identité du verre.

Un concours engagé entre innovation, créativité et durabilité

« Cette édition célèbre l'audace créative et la responsabilité. Avec le premier four 100% électrique de Verallia, nous offrons aux jeunes talents une opportunité unique de réinventer le verre, en conjuguant esthétique, engagement et innovation. Elle invite à oser l'originalité, à bousculer les codes du packaging, et à positionner le verre comme un matériau d'avenir, en parfaite résonance avec notre raison d'être : réimaginer le verre pour construire un avenir durable », souligne **Maud Dubois, Directrice marketing de Verallia France**.

Portée par la marraine Sylvie Amar, figure du design gastronomique, cette édition a récompensé des projets engagés dans plusieurs catégories emblématiques (verre, vin rosé, spiritueux blanc et ambré) et a introduit un nouveau Prix Décor, valorisant le rôle de la décoration dans l'identité des emballages.

« Les étudiants ont su allier conscience environnementale, narration forte et faisabilité industrielle », souligne la designer, pour qui les Verallia Design Awards sont « un vrai cas d'école du design industriel ».

Grâce à un accompagnement pédagogique complet (organisation de webinaires, visites de sites et implication de la marraine), les participants ont pu allier expression créative et contraintes industrielles, avec pour certains, des projets prêts à être concrétisés. En effet, ce cadre formateur permet à certains projets de dépasser le stade conceptuel pour se rapprocher d'une commercialisation concrète.



Présentation des lauréats 2025 :

Prix décor : Rosé Liberté - Candice Remond – Immaconcept à Bordeaux



Créée pour Octobre Rose, «Rosé Liberté» est une édition limitée de rosé sans alcool au design funky et engagé. Son étiquette, inspirée des années 70, célèbre la diversité des corps et la liberté d'expression à travers une mosaïque graphique. Le ruban rose complète cette bouteille au message fort de prévention et de soutien.

«Passionnée par la manière dont le design peut faire passer des messages forts, je m'intéresse particulièrement aux sujets liés aux femmes et encore peu explorés. C'est dans cet esprit que j'ai imaginé Rosé Liberté, une bouteille de rosé sans alcool à l'identité graphique lumineuse et engagée, pensé comme un hommage optimiste à celles et ceux touchés par le cancer du sein.»

Prix vin rosé : Bris d'éclat - Salomé Truquet – Lycée Joséphine Baker à Toulouse



«Bris d'éclat» est une bouteille sensorielle mêlant énergie et sobriété. Sa partie haute, couverte de facettes évoquant une explosion de verre, incarne l'esprit funky. Sa base, plus classique, renvoie à l'authenticité du vin rosé. La courbe qui les sépare rappelle une onde sonore ou liquide, traduisant la dualité entre fragilité et éclat.

«Je me suis inspirée du recyclage du verre pour illustrer l'engagement, en imaginant une explosion d'énergie dans la partie haute de la bouteille, comme une boule à facettes. Le toucher joue aussi un rôle clé : je voulais une expérience sensorielle qui interpelle autant par le regard que par le geste.»

Prix spiritueux blanc : Vibration - Camille Dénier – École de Design Nantes Atlantique



Inspirée par la musique funk, «Vibration» joue sur la lumière, le mouvement et la transparence. Sa silhouette fine et écoresponsable limite l'usage de matière, tandis que son design, pensé pour durer, prolonge sa vie en vase ou en verre à gin. Plus qu'un contenant, elle incarne liberté et énergie à travers une expérience visuelle et tactile.

«Le concours Verallia m'a permis de confronter ma créativité aux contraintes industrielles. Le thème "Funky" m'a poussée à explorer d'autres formes d'énergie, et c'est la musique, la danse et le mouvement qui ont guidé mon inspiration.»

Prix spiritueux ambré : Stripes - Maxime Gasnier – Université de Technologie de Compiègne



Stripes s'inspire des années 70 avec des motifs géométriques dynamiques et des dégradés chauds qui valorisent les courbes du produit. Sa compacité optimise la prise en main et la stabilité. Ainsi, l'impact environnemental rapporté à une bouteille liée au transport d'une palette Europe serait diminué de près de 15%.

« Le choix du thème s'est imposé avec l'inauguration du four électrique de Verallia à Cognac. J'ai imaginé une bouteille de cognac 70 cl, en lien avec ce territoire. Je me suis inspiré des années 70, riches en couleurs et énergie. Ce projet a été une expérience enrichissante, me permettant d'appliquer mes compétences sur un cas concret d'une entreprise de référence ».

Prix coup de cœur de la marraine : RéverreB - Audrey Hector-Weil – Ecole LISAA à Strasbourg



RéverreB, inspirée du mot réverbération, reflète l'énergie du funk avec des creux sculptés en forme d'ondes sonores autour de la base. En tournant la bouteille, ces motifs jouent avec la lumière pour un effet visuel immersif, créant un contenant unique pour les spiritueux blancs, célébrant l'esprit festif du funk.

« Participer aux Verallia Design Awards a été un vrai défi. Le thème m'a poussé à explorer, affiner et persévérer, avec une vingtaine de croquis et quinze modèles. Cette expérience m'a appris à croire en mes idées, même dans le doute, et à oser les partager pour avancer ».

Prix coup de cœur des salariés : Twist 'n' shout - Julie Edmond – ENSCI-Les Ateliers à Paris



Twist'n'Shout, inspirée d'une chanson célèbre, célèbre la joie et le lâcher-prise. Sa forme torsadée joue avec la lumière pour créer une illusion de mouvement. Conçue pour sublimer le vin rosé, cette bouteille incarne l'esprit festif et invite à la célébration.

« Avec Twist'n'Shout, j'ai voulu créer une bouteille torsadée qui célèbre le vin rosé et capte la lumière, faisant de l'objet un symbole festif. Le concours Verallia m'a appris à intégrer les contraintes industrielles et à défendre mon projet avec rigueur, alliant narration, usage et esthétique ».



Avec 500 participants issus de 100 écoles, 329 projets ont été soumis cette année, preuve d'un engouement croissant pour ce concours devenu une référence dans le monde du design verrier. Organisés par Verallia France, les Verallia Design Awards sont, depuis 2009, un tremplin pour les étudiants et jeunes diplômés en design, packaging, architecture intérieure ou beaux-arts. Le concours met en lumière le potentiel créatif du verre, un matériau exigeant, durable et porteur de sens.

Pour en savoir plus sur l'édition 2025 du concours : [Concours packaging design - Verallia Design Awards](#)

A propos de Verallia

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 près de 11 000 collaborateurs et 35 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 16 milliards de bouteilles et pots en verre et a réalisé 3,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2024.

La stratégie RSE de Verallia a été récompensée par la médaille Platinum Ecovadis, ce qui place le Groupe dans le Top 1 % des entreprises évaluées par Ecovadis. Notre objectif de réduction des émissions de CO2 fixé à -46 % sur les scopes 1 et 2 entre 2019 et 2030 est validé par SBTi (Science Based Targets Initiative). Il est aligné à la trajectoire de limitation du réchauffement climatique à 1,5 °C fixé par l'accord de Paris.

Verallia est coté sur le compartiment A du marché réglementé d'Euronext Paris (Ticker : VRLA – ISIN : FR0013447729) et figure dans les indices suivants : CAC SBT 1.5°, 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 2 000 salariés sur l'ensemble du territoire.

Contacts presse

Laurie Dambrine | verallia@comfluence.fr | +33 (0)1 40 07 98 27

Sara Natij | verallia@comfluence.fr | +33 (0)7 68 68 83 22