

Communiqué de presse

Paris, le 26 juin 2026

17^{ème} édition des Verallia Design Awards

La jeune création récompensée sous le signe du bien-être et de la durabilité

La cérémonie des Verallia Design Awards vient de dévoiler le palmarès de sa 17^{ème} édition, placée sous le thème : « Verre & Vertus : l'audace du design au service du bien-être et de la durabilité ». Inspiré par la tendance de fond de la « Care Culture », issue du Carnet de Tendances Verallia 2026, le concours a mis cette année à l'honneur des projets audacieux qui réinventent le packaging verrier à l'aune des rituels de soin à travers des boissons et aliments fonctionnels, de la recherche de naturalité et des exigences de l'éco-conception.

UN PALMARÈS MARQUÉ PAR LA TENDANCE « CARE CULTURE »

Initié en 2009, le concours des Verallia Design Awards s'affirme chaque année comme un révélateur de talents et un tremplin professionnel majeur pour les étudiants et jeunes diplômés en école de design. Pour cette 17^{ème} édition, le jury de professionnels a dû départager une sélection de haut niveau, parmi les 675 participants représentant plus de 100 écoles supérieures, pour un total de 319 projets soumis.

« Cette 17^e édition célèbre le verre comme un vecteur de soin, de conscience et de bien-être. À travers la thématique "Verre & Vertus", nous invitons les designers de demain à repenser l'emballage en verre comme un véritable écrin au service du bien-être : un design capable de révéler les vertus naturelles des produits, de sublimer leurs ingrédients fonctionnels et d'accompagner des rituels de consommation plus sains et plus durables. Plus que jamais, le verre s'impose comme un matériau d'exception, au croisement du soin porté au corps, à l'esprit et à la planète, en parfaite résonance avec notre raison d'être : réimaginer le verre pour construire un avenir durable », souligne **Maud Dubois, Directrice marketing de Verallia France.**

Grâce à un accompagnement complet tout au long de l'année (visites de sites industriels, webinaires de cadrage), les étudiants ont su marier la liberté du geste créatif avec les réalités de l'outil de production.

L'écoute des nouvelles tendances de consommation, telles que l'essor des boissons de bien-être (infusions, kéfirs ou "shots" énergisants au gingembre...), la recherche d'ingrédients naturels, ou encore le mélange des codes entre alcool et sans alcool, est au cœur des projets primés cette année.



PRÉSENTATION DES LAURÉATS 2026

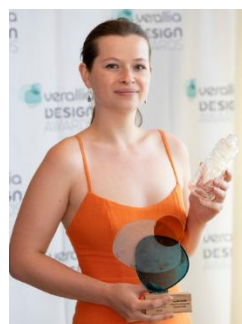
- **Vin tranquille ou effervescent Nolow** : Projet *Jouvence* – Lilian Coviaux - Ecole de Design Nantes Atlantique (44)

Ce projet réinvente brillamment le rituel du vin dans une version légère et libérée des contraintes de l'alcool. Sa silhouette élancée s'habille de reliefs organiques évoquant une bouteille qui « sort de son cocon », offrant une prise en main optimale. Pensée pour les moments festifs comme pour les tables gastronomiques, *Jouvence* conserve les codes prestigieux du vin tout en intégrant des surfaces lisses et circulaires indispensables à un étiquetage et un convoyage industriel fluide.



- **Boissons fonctionnelles & RTD** : Projet *Cycle* – Camille Dénier - École de Design Nantes Atlantique (44)

Pour rendre les boissons saines plus attractives auprès du grand public, ce flacon compact de 33 cl s'inspire des lignes intemporelles de l'herboristerie et de la pharmacie ancienne. Il se distingue par un motif aquatique gravé dans le verre blanc, simulant les reflets du soleil et les ramifications des rivières, tout en créant un effet de « grip » ergonomique. Résolument durable, le projet valorise la couleur naturelle du kéfir et a été pensé pour être produit dans le nouveau four 100 % électrique de Verallia à Cognac.



- **Packaging food pour les sauces** : Projet *Alchymia* – Anna Samagina - École de Condé (75)

À la croisée de la science, de la gastronomie et de la tendance apothicaire, ce pot en verre revisite avec audace les formes de la verrerie de laboratoire et des flacons d'extraction anciens. Sa silhouette géométrique facettée et légèrement conique sublime la couleur des condiments premium (pesto, sauces végétales) grâce à des jeux de transparence structurels. Doté de faces latérales plates optimisées pour la mise en rayon et la logistique, il intègre un cabochon en relief sur sa face avant pour magnifier l'identité de marque.



- **Prix Décor** : Projet *La vertu des pierres – un rituel de lumière* – Katelyn Crosnier – AGR Ecole de l'Image Rennes (35)

Inspiré par la lithothérapie et l'univers minéral, ce flacon utilise le verre comme un support narratif fort, assimilant la bouteille à un talisman ou un cristal protecteur. Le projet utilise de manière éco-responsable des finitions ciblées en dorure et en gaufrage pour imiter la profondeur et l'iridescence changeante du quartz clair et de la nacre. L'étiquette suit un mouvement fluide et sinueux, créant une harmonie visuelle parfaite qui met en valeur la robe et la transparence naturelle du vin blanc.



- **Coup de cœur des salariés** : Projet *Promesse d'été* – Emilio Piehler - Institut Sainte-Geneviève (75)

Ce projet traduit avec poésie l'essence de la convivialité estivale à travers le design sculptural d'une bouteille de rosé. Sa silhouette organique, tout en variations de profondeur et lignes courbes, s'inspire directement du littoral méditerranéen et des rochers sculptés par le vent. Jouant superbement avec les reflets de la lumière, ce contenant tactile s'inscrit dans une démarche éco-responsable rigoureuse : il fait l'impasse sur les capsules et décors superflus pour maximiser sa recyclabilité, et s'accompagne d'une étiquette en papier recyclé apposée à l'aide d'une colle écologique.



UNE NOUVELLE ÉTAPE POUR LE CONCOURS AVEC UN PARTENARIAT INÉDIT

Cette 17^e édition marque une étape importante dans l'histoire des Verallia Design Awards avec un partenariat inédit noué avec Rémy Cointreau pour un prix dédié. Pour la première fois, les étudiants ont été invités à répondre à un brief inspiré des enjeux d'une marque emblématique, confrontant leur créativité aux attentes concrètes du marché.

Cette initiative illustre la volonté de Verallia de renforcer les liens entre formation, création et industrie, tout en offrant aux jeunes designers une expérience au plus près des réalités du métier. Une dynamique appelée à se poursuivre lors des prochaines éditions.

LE DESIGN VERRIER : DE L'ÉCOLE À LA COMMERCIALISATION CONCRÈTE

Au-delà de la distinction, les Verallia Design Awards s'affirment comme un véritable cas d'école industriel. Le concours offre aux projets les plus mûrs l'opportunité de dépasser le stade conceptuel pour tendre vers un lancement sur le marché.

Cette réussite s'illustre par plusieurs projets emblématiques issus des éditions précédentes et aujourd'hui commercialisés avec succès, à l'image des bouteilles développées pour les domaines *Gérard Bertrand* (lancée en 2013 et actuellement retravaillée dans une démarche d'éco-conception par allègement et en déclinaison Effervescentes), la *Maison Du Sud – JeanJean* (lauréate d'un Oscar de l'Emballage) ou encore les *Domaines Paul Mas*.

Pour en savoir plus sur l'édition 2026 du concours : @veralliadesignawards



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 11 000 entreprises dans le monde. Verallia produit près de 18 milliards de bouteilles et pots en verre et a réalisé 3,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2025.

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. En septembre 2025, la SBTi valide officiellement l'objectif long-terme Net Zero 2040 de Verallia selon son Net-Zero Standard. Verallia s'engage, à horizon 2040, à réduire ses émissions de CO2 de scopes 1 & 2 de 90 % et à compenser les 10 % restantes comparé à l'année de référence 2019. Cet objectif 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°, SBF 120, CAC Mid 60, CAC Mid & Small et CAC All-Tradable.

Contacts presse

Agence Shan – verallia@shan.fr / 07 66 94 69 67 - 06 16 04 64 61