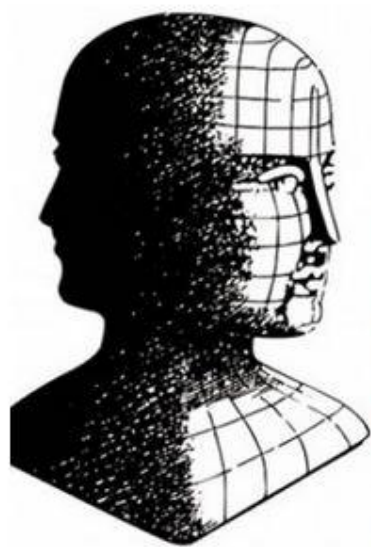


L'Institut Français du Design dévoile les lauréats de la dernière session du Janus

PAR RÉDACTION

LE 12 FÉVRIER 2015 0 COMMENTAIRES



DES PRODUITS
ET DES SERVICES
POUR MIEUX
VIVRE ENSEMBLE
L'ÉCONOMIE
POSITIVE

J'aime

Partager

18

g+1

0

Tweeter

0

Share

5

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. Un constat pour cette dernière session de 2014 ? Les objets et services connectés sont fortement représentés, quatre Janus décernés sur douze. Au total pour 2014, ce seront onze entreprises qui auront été labellisées pour leurs réalisations connectées.

"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 !" Anne-Marie Sargueil, Présidente de l'Institut Français du Design.

Un palmarès de décembre 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,
- 3 pour le Commerce.

Les lauréats du Janus 2014 - Quatrième session



Tailor Corner - TAILOR CORNER / GENEROUS

Janus du Commerce

TAILOR CORNER fait évoluer le concept architectural de sa boutique connectée, le tailleur 2.0. Le nouveau design revisite le parcours client avec : la table 2.0 intégrant le configurateur qui permet de

personnaliser son costume, les murs de tissus pour toucher la matière et enfin les cabines d'essayage XXL mais feutrées.

[Pour en savoir plus](#)

LES LAURÉATS 2014

Dans **Les lauréats**
2014



TAILOR CORNER / GENEROUS

Tailor Corner, vêtements sur mesure

Quoi ?

L'évolution du concept de boutique Tailor Corner, suite à la fusion avec la marque Pernac

Pourquoi ?

Accompagner la montée en gamme de l'enseigne, avec une offre élargie : le prix des costumes va désormais jusqu'à 1500 € (gamme Wedding) au lieu de 600 € auparavant et proposition d'accessoires (pochettes, boutons de manchettes...).

Comment ?

Un parcours client retravaillé avec de nouveaux rituels de service :

- la table métier 2.0, qui n'existait pas dans le magasin initial des 4 Temps, qui marie les outils digitaux (configurateur) et les outils traditionnels du tailleur. Cette table met en avant le nouvel outil avec simulateur développé par la marque

- 2 cabines d'essayage XXL, plus feutrées, avec miroir triptyque spécialement créé pour l'occasion

- les lés de tissus avec code barre permettant de toucher la matière mais également de scanner et enregistrer le tissu sélectionné

Par ailleurs, l'intégration des marques éditeurs des étoffes a été renforcée pour être plus en phase avec le registre Tailor Corner, les tailleurs traditionnels avec accessoires technologiques. La marque enrichit ainsi le concept du *dandy geek*. Les mannequins reprennent également cet esprit. Ce registre *dandy geek* construit un ton de marque au juste équilibre, qui n'existait pas jusqu'alors.

Vocation ?

Devenir la référence du sur-mesure masculin

Proposer une offre élargie et "up-gradée" aux clients

Avoir un concept adaptable à plusieurs tailles de magasins (Paris et Lyon)

Gain interne pour l'entreprise ?

Recruter de nouveaux clients et fidéliser les clients déjà existants pour augmenter le chiffre d'affaires

Bénéfice pour l'utilisateur final ?

Une offre clarifiée et une accessibilité au service simplifiée

La possibilité de s'offrir du sur-mesure dans un budget raisonnable



GENEROUS