

MAGAZINE GROHE

BAINS ET CUISINES DE LUXE, HISTOIRES D'ARCHITECTURE ET D'EAU

N° 1 - 2016



LA DOUCHE PARFAITE

Avec la technologie SmartControl de GROHE, la douche devient encore plus synonyme de plaisir

MILLE ET UNE RICHESSES À ASPEN

Du ski à la culture, la douceur de vivre dans les montagnes Rocheuses

L'ESPACE ENTRE NOUS

L'architecte Ole Scheeren réinvente le paysage urbain en Asie

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE
Wasser

GROHE
EUROCUBEPURETÉ
DES LIGNES

Design contemporain pur. Absolument aucun compromis. Le concept majeur GROHE Eurocube évoque le style de vie dynamique des personnes actives et célèbre la beauté spectaculaire du cube. Profitez d'un peu d'émerveillement.

Pure Freude
an Wasser

GROHE

ÉDITORIAL

Chers lecteurs,

Nous sommes heureux de vous présenter l'édition hivernale du magazine GROHE. Si cette saison vous donne envie de dévaler de magnifiques pistes de ski, rien de tel que la station d'Aspen dans le Colorado. Toujours aussi tendance, elle saura plaire aux amateurs de neige comme aux amoureux de la culture. Ce joyau pittoresque parvient à allier le meilleur des sports d'hiver et du monde de l'art et du design.

Nichée au creux des montagnes Rocheuses, la ville d'Aspen est depuis toujours associée aux plaisirs de l'eau – à l'état cristallisé et solide. Mais c'est également un lieu de retraite et de relaxation réputé grâce à ses somptueux hôtels, spas et chalets qui attirent un public sensible au design. Découvrez l'histoire de la renaissance du légendaire Hotel Jerome, l'un des établissements préférés du Tout-Hollywood. Récemment redécoré, il allie désormais un style Art déco raffiné à une technologie résolument ancrée dans le XXI^e siècle.

De son côté, l'architecte futuriste Ole Scheeren nous décrit son travail dans le paysage urbain chinois actuellement en pleine évolution (p. 66). Selon lui, il faut réinventer les espaces privés et communs pour dessiner les villes de demain. L'architecte Ron Bakker, qui a conçu The Edge, l'immeuble de bureaux le plus respectueux de l'environnement au monde, nous parle de ce projet emblématique et de ses idées pour créer de remarquables espaces de travail éco-efficaces prêts à accueillir les technologies GROHE (p. 72). Nous revenons également sur le festival du design de Londres pour vous présenter notre sélection de tendances qui influenceront la décoration d'intérieur au cours des douze prochains mois (p. 60).

Mais chez GROHE, nous savons que le design n'est pas qu'une question de mode. La section dédiée à nos Experts en technologie rappelle comment



Michael Rauterkus,
Président-directeur général de GROHE AG

« CHEZ GROHE,
NOUS SAVONS QUE
LE DESIGN N'EST PAS
QU'UNE QUESTION
DE MODE »

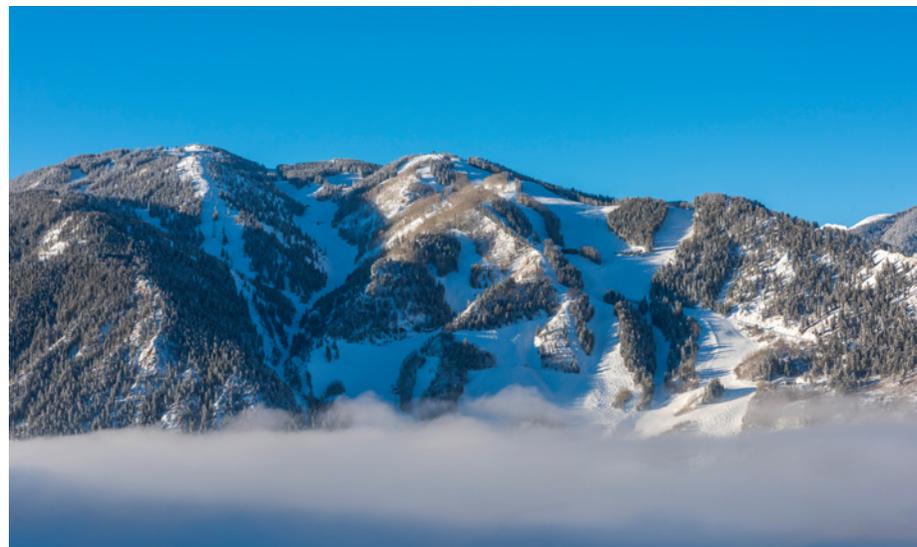
nos années de métier ont permis le développement des technologies révolutionnaires intégrées à nos produits et vous présente quelques-uns des talents passionnés qui travaillent sur celles de demain (p. 40).

Nous espérons que vous apprécierez la lecture de toutes ces histoires fascinantes et cette immersion dans l'univers de GROHE.

Bien cordialement,
Michael Rauterkus

SOMMAIRE

GROHE.COM



10 MILLE ET UNE RICHESSES À ASPEN

Aspen est un véritable joyau au cœur des montagnes Rocheuses. Du ski à la culture, ses richesses sont presque inépuisables.

22 VISITE GUIDÉE

L'architecte Sarah Broughton, résidente d'Aspen, vous dévoile les secrets les mieux gardés de la ville et des Rocheuses.



16 LE PASSÉ CONJUGUÉ AU PRÉSENT

Chargé d'histoire et tourné vers demain, l'Hotel Jerome d'Aspen, construit en 1889 et récemment rénové, attire toujours autant.

28 LA DOUCHE PARFAITE

Bonne nouvelle pour les amateurs de douches : le système SmartControl de GROHE permet de contrôler les fonctionnalités de la douche d'un simple geste et en un tournemain.



32 LE DESIGN POUR MOTEUR

Les musées Porsche, BMW et Mercedes-Benz abritent des voitures emblématiques dans des merveilles d'architecture.



40 TECHNOLOGIE ET INNOVATION INTÉGRÉES

Les experts GROHE décortiquent les dernières inventions technologiques de l'entreprise.

48 AU MIEUX DE SA FORME

Inspiré de la culture du bain japonaise, le concept Aqua Zone de GROHE transforme les salles de bain en spas. Cinq zones essentielles pour avoir un esprit sain dans un corps sain.



54 PETIT PLAISIR INSTANTANÉ

Tout le monde raffole des nouilles instantanées, même les chefs étoilés ! Et avec GROHE Red® elles sont encore plus rapides à préparer...



60 UN ŒIL SUR LONDRES

Les cinq grandes tendances aperçues cette année au festival du Design de Londres par le directeur du design de GROHE et LWT, Paul Flowers.



SOMMAIRE

Photos : Aspen Snowmass, PR, Daniel Trese, GROHE AG, SCHNEPP-RENOU, Oliński, Ramon Händl, Christian Hagemann, PR

GROHE AG
Feldmühleplatz 15
D-40545 Düsseldorf, Allemagne
www.grohe.com

RESPONSABLE GROHE
Henrik John

COORDINATION ET RÉVISION D'ENSEMBLE,
COORDINATION INTERNATIONALE
Jan Shepherd

MAISON D'ÉDITION
BBE Group, Berlin
bbe-group.de
Directeur général : Christian Bracht
cb@bbe-group.de

RÉDACTEURS EN CHEF
Hans Bussert, Sabine Röthig (assistante)

DIRECTEUR DE LA CRÉATION
Mario Lombardo

DIRECTRICE ARTISTIQUE
Charlotte Lauter

DIRECTRICE DU SERVICE PHOTO
Victoria Gisborne-Land

SOUS-ÉDITEUR
Huw Nesbitt

RELECTEUR
Gareth Davies

ADAPTATION ALLEMANDE
Brigitte Jakobeit, Volker Oldenburg, Myriam Sodjinou

AVEC LA CONTRIBUTION DE
Sarah Fakray, Jeni Fulton, Will Furtado, Sue George,
Christian Hagemann, Ramon Haindl, Georgia Kuhn,
Josia Lamberto-Egan, Arsalan Mohammad, Ollanski,
An Paenhuysen, Kevin Perry, Thomas Platt, Schmott,
Schnepf-Renou, Daniel Trese, Mirjam Wählen

TRADUCTION AUTRES LANGUES
Mother Tongue Ltd
21 Heathman's Rd
London SW6 4TJ - Royaume-Uni
mothertongue.com

Nous déclinons toute responsabilité concernant les articles et photos qui nous sont envoyés spontanément. Malgré tout le soin apporté à la sélection de nos sources, nous refusons toute responsabilité en cas d'inexactitude. Toute reproduction ou utilisation d'extraits de ce magazine sans autorisation écrite de notre part est interdite.

Tous droits réservés.

Pour accéder à la version en ligne de ce magazine, rendez-vous sur : magazine.grohe.com

Traduit en 10 langues et imprimé à plus de 1 million d'exemplaires par an, le magazine GROHE paraît dans 60 pays.

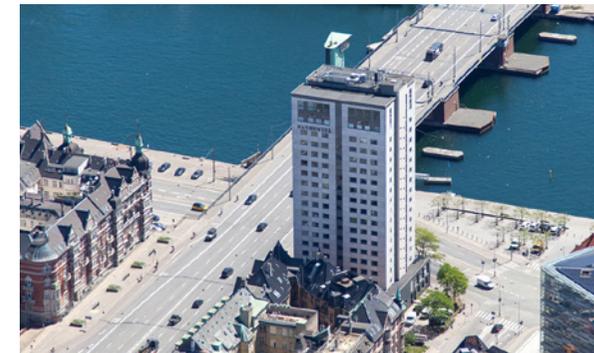
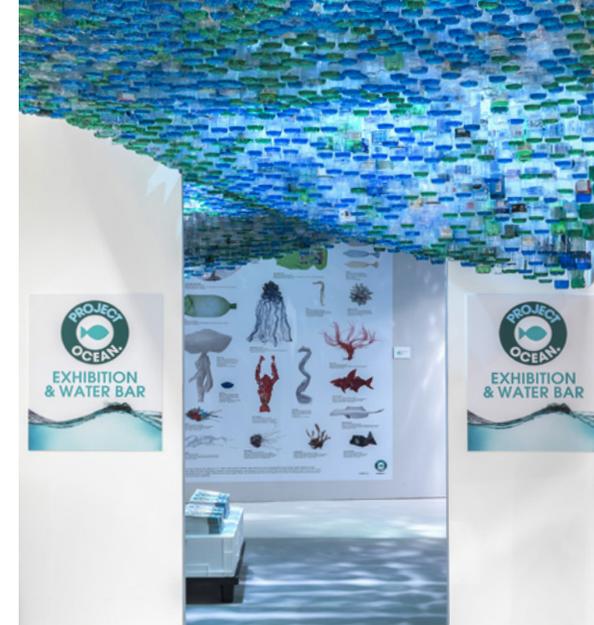
66 L'ESPACE ENTRE NOUS

Ole Scheeren est l'architecte allemand qui redéfinit l'architecture en Asie, des locaux de la CCTV en Chine à l'immeuble The Interlace de Singapour.



80 DEUX FOIS PLUS UTILE

The Edge, situé à Amsterdam, est l'immeuble de bureaux le plus respectueux de l'environnement au monde. L'architecte qui l'a conçu, Ron Bakker, nous parle de la création d'espaces de travail modernes et rentables.



90 L'AVENIR DE L'EAU

Sue George, spécialiste de la question de l'économie d'eau dans l'industrie hôtelière explique comment les produits GROHE permettent d'éviter le gaspillage.



94 DESTINATIONS CULTES

Visite de trois résidences privées exceptionnelles pour une incursion au cœur de l'architecture avant-gardiste et des concepts de demain.

Photos : Mirjam Wählen, OVG, Andrew Meredith, PR, Javier Callejas, Richard Stanaway

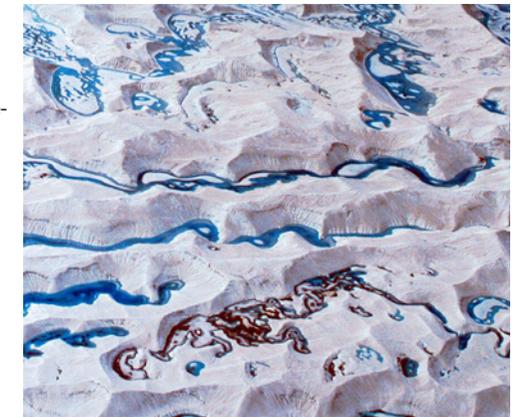
Magazine GROHE

72 HYDROTHÉRAPIE

L'exposition Project Ocean organisée à Selfridges par la conservatrice Jane Withers sensibilise à la question de la pollution marine.

84 L'EAU REMPLACE LES ROULEAUX

Avec ses fonctionnalités extraordinaires, la nouvelle gamme Arena® de GROHE représente la prochaine génération de WC lavants de luxe.



106 LE PLUS GRAND GLACIER DU MONDE

Avec les rivières de glace qui courent sur sa surface, le glacier Lambert en Antarctique semble sorti tout droit d'une autre planète.

S
O
M
M
A
I
R
E

THE SOURCE OF LIVING

NOUVEAU

GROHE
ESSENCE



*Pure Freude
an Wasser*

Découvrez le style minimaliste du nouvel Essence de GROHE. Sa forme architecturale élégante est sublimée par son design organique pour une cuisine contemporaine. De grandes performances pour les grands chefs!

MILLE
ET UNE
RICHESSES
À ASPEN

TEXTE
AN PAENHUYSEN

Sports extrêmes, architecture avant-gardiste, art de renommée internationale... Le patrimoine culturel d'Aspen est si riche que l'on ne saurait tout citer.



Aspen a toujours été une destination privilégiée des amoureux des sports d'hiver.



Aspen regorge de joyaux architecturaux, comme ses bâtiments en brique rouge typiques du début du siècle dernier ou de véritables merveilles contemporaines, à l'image de son nouveau musée d'art, dont la façade joue avec la lumière du jour.

On pourrait comparer Aspen à une boîte à trésors. Nichée au creux des montagnes Rocheuses, cette ville pittoresque du Colorado recèle de nombreuses richesses, à commencer par sa station de ski célèbre dans le monde entier, dont les pentes abruptes sont appréciées des amateurs de sensations fortes. Si l'on peut vite se retrouver en bas des pistes à Aspen, l'esprit de la ville semble toujours s'élever plus haut. Mais si vous êtes d'humeur joyeuse, ce n'est pas seulement dû à l'altitude... Séjourner à Aspen, c'est comme naviguer à bord d'un yacht de luxe : on a l'impression d'être la personne la plus importante au monde. Culminant à 2 400 mètres au-dessus de la mer, la station de ski préférée du Tout-Hollywood vous offre un paysage d'une splendeur à couper le souffle.

Ski, paillettes et compagnie

Quand on pense à Aspen, on pense d'abord au ski. Rien d'étonnant à cela : ses quatre montagnes

totalisent plus de 21 kilomètres carrés de pistes de ski et de snowboard pour tous les niveaux. Les stations d'Aspen Mountain et Aspen Highlands sont idéales pour les skieurs de niveau intermédiaire à expert. Quant aux débutants, aux snowboarders et aux amateurs de sauts, les stations de Snowmass et Buttermilk devraient les enchâter. Snowmass propose une pente raide de 1 350 mètres, soit la plus longue des États-Unis, tandis que Buttermilk accueille chaque hiver les Winter X Games d'ESPN. Et comme si cela ne suffisait pas, vous pourrez y pratiquer une myriade d'autres activités, comme la promenade en traineau à chiens, la balade en raquettes ou le safari en motoneige.

Après avoir profité de la neige toute la journée, la ville d'Aspen vous attend, avec son architecture chargée d'histoire. Elle a été construite à la fin des années 1870, comme en témoignent les nombreux monuments classés qui la

composent, parmi lesquels plusieurs hôtels et un opéra. Quand Walter Paepcke crée en 1946 l'Aspen Skiing Company, la station d'Aspen acquiert rapidement sa célèbre réputation. Originaire de Chicago, Paepcke nourrit de si grandes aspirations pour Aspen qu'il y organise le bicentenaire de la naissance de Johann Wolfgang von Goethe en 1949. Dans les années 1970, la ville d'Aspen est également connue pour sa culture anticonformiste lorsque s'y installe le journaliste gonzo Hunter S. Thompson. Plusieurs boutiques de vente de marijuana, comme Silverpeak Apothecary, actuellement située au cœur d'Aspen, rappellent la sensibilité de gauche de la ville.

Aujourd'hui, Aspen évoque plutôt le glamour et la fortune. Stars de cinéma, musiciens et autres célébrités y affluent pour savourer un mode de vie luxueux. Certains d'entre eux, comme Kurt Russell, Antonio Banderas ou encore Kevin Costner, ont acheté une pro-

priété à Aspen, tandis que d'autres préfèrent s'offrir les services des hôtels cinq étoiles et des spas de renommée mondiale de la ville. Cameron Diaz, Bill Murray et Melanie Griffith sont des habitués, tandis que vous pourrez peut-être croiser Paris Hilton, Uma Thurman et la famille Kardashian au St. Regis.

Un joyau culturel

Aspen n'est pas seulement le lieu de rendez-vous hivernal de la jet-set. La ville est fière d'accueillir aussi certains des plus grands esprits créatifs de la planète. L'architecte austro-américain Herbert Bayer est l'un d'eux. En 1946, cet ancien enseignant du Bauhaus est invité à Aspen par Walter Paepcke, qui lui confie la conception des locaux de son groupe d'évaluation des politiques publiques, l'Aspen Institute, ainsi que la restauration du Wheeler Opera House. Rouvert en 1950, cet opéra d'une

Photos : Aspen Snowmass, PR, Michael Moran/OTTO

Culminant à 2 400 mètres au cœur des montagnes Rocheuses, la station de ski préférée du Tout-Hollywood a vu le jour en 1870, avec l'arrivée des premiers habitants dans la vallée. Ceux qui la visitent aujourd'hui peuvent profiter de son domaine skiable de 21 kilomètres carrés et de son offre culturelle, avec laquelle aucune autre station de ski ne rivalise.



capacité de 503 places est aussi un cinéma, depuis l'installation d'écrans numériques en 2013. Depuis 2010, la ville organise l'Aspen Laff Festival, son principal événement humoristique. Enfin, chaque année, entre Noël et le jour de l'An, Aspen propose un festival cinématographique où l'on peut découvrir plusieurs films qui seront nominés aux Oscars.

Une visite s'impose également à l'Aspen Santa Fe Ballet, près de l'aéroport du comté. Fondée en 1994, cette compagnie de danse composée de onze danseurs a des activités dans deux villes : Aspen et Santa Fe. Elle propose également toute l'année des cours de danse folklorique mexicaine dans le cadre d'un programme socio-culturel mené à la fois au Colorado et au Nouveau-Mexique. La programmation, avec

une saison estivale et hivernale, fait intervenir des compagnies de danse du monde entier. Pour la saison hiver 2015/16 et afin de célébrer ses 20 ans, la compagnie a fait appel aux célèbres chorégraphes Fernando Melo, Cayetano Soto et Alejandro Cerrudo pour proposer au public une programmation exceptionnelle. Cette année, on pourra voir un spectacle grand public pour enfants qui propose une interprétation contemporaine du ballet Casse-Noisette alliant danse classique, flamenco et danse du sabre chinoise.

À Aspen, les grandes institutions savent se mettre au goût du jour. L'an dernier, le musée d'art d'Aspen a quitté son site d'origine, l'usine hydroélectrique où il avait ouvert ses portes en 1979. Il se trouve désormais dans un bâtiment conçu par l'architecte japonais

primé, Shigeru Ban. Avec sa façade intégralement doublée de panneaux de bois entrelacés comme les brins d'un panier, c'est une véritable œuvre d'art. Dirigé par Heidi Zuckerman qui en est également la conservatrice depuis 2005, le musée a attiré certains des plus grands noms de l'art contemporain à Aspen. Ai Weiwei, Sarah Lucas et Lorna Simpson y ont tous exposé leurs œuvres. Cet hiver, le programme comprend des installations de Liz Larner, des sculptures d'Anna Sew Hoy et des œuvres multimédias signées Diana Thater.

Des trésors à emporter

En dehors de la culture, Aspen ne manque pas d'attractions, en particulier pour les amateurs de shopping. Ici, les boutiques comme Maison

Ullens et Bloomingbirds rivalisent largement avec celles de Brick Lane à Londres, tandis que Prada, Gucci, Dior, Ralph Lauren et d'autres grands noms de la mode vous donnent rendez-vous dans le quartier de Galena. Les budgets plus modestes trouveront aussi leur bonheur à l'Aspen Thrift Store, qui recèle quelques trésors à dénicher pour rapporter un précieux souvenir à l'image d'Aspen.



ATRIO
Voir page 19

LE PASSÉ CONJU- GUÉ AU PRÉSENT

L'Hotel Jerome d'Aspen, en activité depuis 126 ans, a connu des périodes plus ou moins fastes. Grâce à sa récente rénovation, il n'est pas prêt de fermer ses portes.

Hotel Jerome a été construit en 1889 dans le but de rivaliser avec d'autres grands hôtels célèbres. Il est depuis devenu une institution à part entière. Durant les années 1960, il était tout aussi prisé des hippies fortunés que des stars de cinéma. En 2012, il a basculé dans le troisième millénaire grâce à une rénovation menée par le cabinet d'architectes rowland+broughton, basé à Aspen.



Si un seul bâtiment pouvait raconter l'histoire d'Aspen, ce serait l'Hotel Jerome. Cet immeuble de trois étages en brique rouge a été construit en 1889 par Jerome B. Wheeler dans le but de rivaliser avec d'autres grands hôtels, comme le Savoy à Londres. Mission largement accomplie, puisque l'Hotel Jerome s'est imposé comme une véritable institution qui témoigne des transformations qu'a connues la ville d'Aspen au fil des ans. Depuis sa rénovation complète il y a trois ans, l'hôtel dispose de 93 chambres et suites, sans oublier sa piscine avec vue sur les fabuleuses montagnes Rocheuses.

Lors de la construction de l'Hotel Jerome, les mines d'argent d'Aspen sont en plein essor, attirant sur place de très nombreux investisseurs. Mais au tournant du siècle, l'économie de la ville s'effondre, contraignant certains à partir, dont bon nombre de clients de l'Hotel Jerome. Aspen doit alors attendre les années 1940 pour connaître de nouveau la prospérité, cette fois en tant que station de ski. Premier signe du futur succès de la station, l'installation de la première remontée mécanique de la ville attire une nouvelle vague de visiteurs. En effet, durant les années 1960, Aspen est appréciée des personnalités du mouvement hippie comme des célébrités. D'immenses stars de cinéma comme Lana Turner et John Wayne viennent à Aspen. L'Hotel Jerome devient le pied-à-terre des Eagles ou encore de Jack Nicholson. Aujourd'hui, Mariah Carey aime venir boire un verre.

Mais après plusieurs décennies à accueillir des milliers d'hôtes chaque année, l'Hotel Jerome avait besoin d'une remise à neuf. Le cabinet d'architectes d'Aspen rowland+broughton relève en 2012 le défi de restaurer le charme originel de l'hôtel tout en y intégrant des technologies dernier cri. Ils invitent le célèbre décorateur d'intérieur Todd-Avery Lenahan, qui choisit un mobilier chic inspiré des styles victorien et Art déco. Pour les chambres,



par exemple, il a sélectionné des luminaires aux lignes pures et modernes ainsi que des robinets GROHE pour un rendu magnifiquement luxueux. Dans le salon de l'hôtel, l'affection de Todd-Avery Lenahan pour Aspen transparait particulièrement. Chaleureuse et conviviale, cette pièce est ornée de meubles éclectiques et de tissus alliant couleurs intenses et tartan.

Mais l'esprit traditionnel se retrouve aussi dans chaque aspect de la rénovation. L'Hotel Jerome arbore un sol rappelant les motifs des tapis amérindiens, une immense cheminée en saillie sculptée dans du chêne ainsi qu'un spa tout en élégance, l'Auberge Spa. Au restaurant, on retrouve des sièges en cuir cousus à la main et un système d'éclairage innovant modulable selon l'ambiance souhaitée. Bien que tout cela confère un aspect incroyablement luxueux à l'Hotel Jerome, cette décoration est faite avec un tel sens du raffinement que l'établissement, qui entame sa 127^{ème} année d'existence, devrait encore séduire une nouvelle génération d'hôtes.

ATRIO
Voir page 17

Fidèle au principe d'architecture Bauhaus selon lequel la fonction dicte la forme, les robinetteries Atrio Classic allient harmonieusement formes cylindriques et technologies GROHE de pointe. Ils s'intègrent donc idéalement à la décoration éclectique de l'Hotel Jerome.

Photos : PR

Les suites et les parties communes de l'Hotel Jerome arborent une décoration éclectique, mêlant style victorien et Art déco.



A
C
C
È
S



L'Auberge Spa invite à la détente dans une atmosphère feutrée au charme apaisant.

Photo : PR

VISITE GUIDÉE

ENTRETIEN
WILL FURTADO

PORTRAITS
DANIEL TRESE

L'architecte Sarah Broughton, qui vit à Aspen, nous donne ses bonnes adresses pour se restaurer, boire un verre, faire la fête et se relaxer dans sa ville aux sommets enneigés



Sarah Broughton est la co-fondatrice de rowland+broughton, le cabinet d'architecture et d'urbanisme qui a rendu à l'Hotel Jerome d'Aspen ses lettres de noblesse. Elle vit dans cette ville du Colorado depuis dix ans et en apprécie particulièrement l'architecture, ainsi que la faune et la nature environnante. Selon elle, ce qui fait la spécificité d'Aspen est son aspect cosmopolite, étonnant pour une ville de cette taille. Elle a de quoi plaire à tous et sait accueillir des visiteurs des quatre coins du monde toute l'année. En effet, si la station de ski est réputée internationalement, elle regorge aussi de distractions : restaurants, bars, cafés, spas... Sans oublier le paysage spectaculaire qui s'offre à chaque visiteur. Nous avons profité de sa connaissance approfondie de la ville pour demander à Sarah quelles sont les choses à voir et à faire absolument à Aspen.

GROHE

Aspen est réputée pour l'incroyable beauté de ses paysages, mais elle est se distingue aussi par son architecture. Comment le design intérieur a-t-il évolué au fil des ans ?

S.Broughton

Chez les particuliers, la préférence va à la lumière naturelle, car sa qualité est vraiment formidable par ici. Il s'agit donc de capter cette lumière en plaçant judicieusement chaque fenêtre. Nous en tenons toujours compte lorsque nous aménageons des intérieurs à Aspen. Aujourd'hui, on voit évidemment une plus grande variété de styles qu'il y a 20 ans, mais les matériaux naturels comme le bois, la pierre et la laine sont toujours populaires. C'est d'ailleurs ce que nous avons choisi pour la rénovation de l'Hotel Jerome. Avec ce projet, nous avons voulu respecter l'histoire des lieux tout en aidant à le propulser dans l'ère actuelle et celle de demain.

G Quel est le meilleur restaurant d'Aspen ?

SB Pour moi, c'est le Matsuhisa. Chaque plat est tout simplement excellent. C'est un restaurant japonais d'une qualité exceptionnelle. J'adore particulièrement la façon dont le chef cuisine le saumon. Il s'agit d'un mode de cuisson particulier qu'il appelle « new style ». Pour le café, je conseillerais le Peach's. On y sert des produits frais et bio et de délicieux plats à base d'œufs.



Une vue sur Aspen « à couper le souffle » selon Sarah Broughton.

G Qu'est-ce que vous aimez faire à la tombée de la nuit ?

SB Le soir, j'aime simplement sortir dîner, ce qui est facile avec l'offre fantastique de restaurants à Aspen. Mis à part le Matsuhisa, j'apprécie le restaurant italien Casa Tua. Il se situe dans un immense chalet et les propriétaires ont également ouvert la même enseigne à Miami. En général, après manger, je vais écouter de la musique au Belly Up. C'est une scène où se produisent des musiciens célèbres et inconnus. J'essaie d'y aller aussi souvent que possible.

G Où allez-vous pour vous détendre ?

SB J'aime le grand air. Je pratique le VTT, un peu de ski de fond et du ski alpin. Aspen Mountain est mon terrain de jeu favori. En VTT, je me régale sur un parcours de montagne appelé Sky Mountain. En passant par la route, j'aime aussi monter jusqu'à Maroon Bells.

« CE QUI REND ASPEN SI UNIQUE, C'EST SA FAÇON DE FUSIONNER NATURE ET CULTURE »

G Les centres de bien-être et les spas d'Aspen comptent parmi les meilleurs, n'est-ce pas ?

SB Oui, et le choix est vaste. J'apprécie tout particulièrement l'Aspen Meadows Resort, qui se trouve dans un bâtiment de style international vraiment superbe. Le Wilma's River Resort est également une excellente adresse, tout comme le spa du St Regis, qui s'appelle Remède. J'aime m'y offrir une petite séance de détente en profitant d'un massage et de la piscine. Je suis aussi membre de l'Aspen Club, où on trouve aussi bien des appareils d'entraînement cardio et des poids que des cours de yoga ou de pilates.

G Quels sont les principaux événements sportifs organisés à Aspen ?

SB Chaque année, nous accueillons la Coupe du monde féminine de ski alpin, organisée par la FIS. Notre cabinet est l'un des sponsors de l'évènement et c'est toujours génial d'avoir les meilleures skieuses du monde parmi nous.

G Quel est le secret le mieux gardé de la ville ?

SB La réserve naturelle North Star Nature Preserve, à l'est d'Aspen. Quelle que soit la période de l'année, chaque visite est un enchantement. En automne, les wapitis sont en période de reproduction et les feuilles des arbres se parent de couleurs dorées. L'hiver, les gardes forestiers préparent un parcours pour nous permettre d'explorer le parc en raquettes ou en ski de fond. Au printemps, l'eau monte dans les rivières et la terre devient marécageuse. Et l'été, on peut y faire du canoë. C'est vraiment un site exceptionnel.

G Où se trouve le meilleur point de vue sur Aspen ?

SB Je pense que le mieux est de monter à pied au sommet de Smuggler Mountain. Là-haut se trouve une plateforme avec une vue imprenable sur la ville et



la vallée. On peut aussi emprunter l'Ute Trail jusqu'à un affleurement rocheux offrant un point de vue à couper le souffle. Ce sentier tire son nom de la tribu indienne des Utes, les premiers habitants d'Aspen. Pour ce qui est des bâtiments, le hall d'entrée du Wheeler Opera House offre une vue spectaculaire sur l'Aspen Mountain. La vue depuis la salle de réunion de notre cabinet n'est pas mal non plus !

G Qu'est-ce qui vous manque le plus lorsque vous n'êtes pas ici ?

SB Ce qui rend Aspen si unique, c'est sa façon de fusionner nature et culture. Je reviens justement de Park City, où ce n'est pas pareil. J'ai séjourné dans beaucoup de grandes stations de ski en Europe et je suis toujours émerveillée de ce que nous avons ici. Aspen, c'est l'harmonie parfaite entre des montagnes majestueuses et une richesse culturelle hors pair.



Sarah Broughton a conçu cette résidence privée dans le plus pur style d'Aspen.



Photos : Daniel Treise, rowland+broughton

GROHE GRANDERA® MON HAVRE DE PAIX



Épurée, simple mais pourtant originale. Sobre, carrée et ronde à la fois. Intemporelle, classique et tout de même moderne. La collection GROHE Grandera® réconcilie les contraires dans une ligne harmonieuse. Cela donne une collection extraordinairement variée et durable pour les robinetteries, les mitigeurs thermostatiques, les douches et les accessoires. Ses finitions chromé ou chromé/doré ajoutent la touche finale parfaite. VISITE GROHE.FR

GROHE
SPA

LA DOUCHE PARFAITE

**Avec le système de douche Rainshower®
SmartControl de GROHE, la douche devient
davantage encore un plaisir**

L'intelligence au service de la douche : le système
SmartControl de GROHE permet de contrôler les fonctionnalités
de la douche d'un simple geste et en un tournemain.

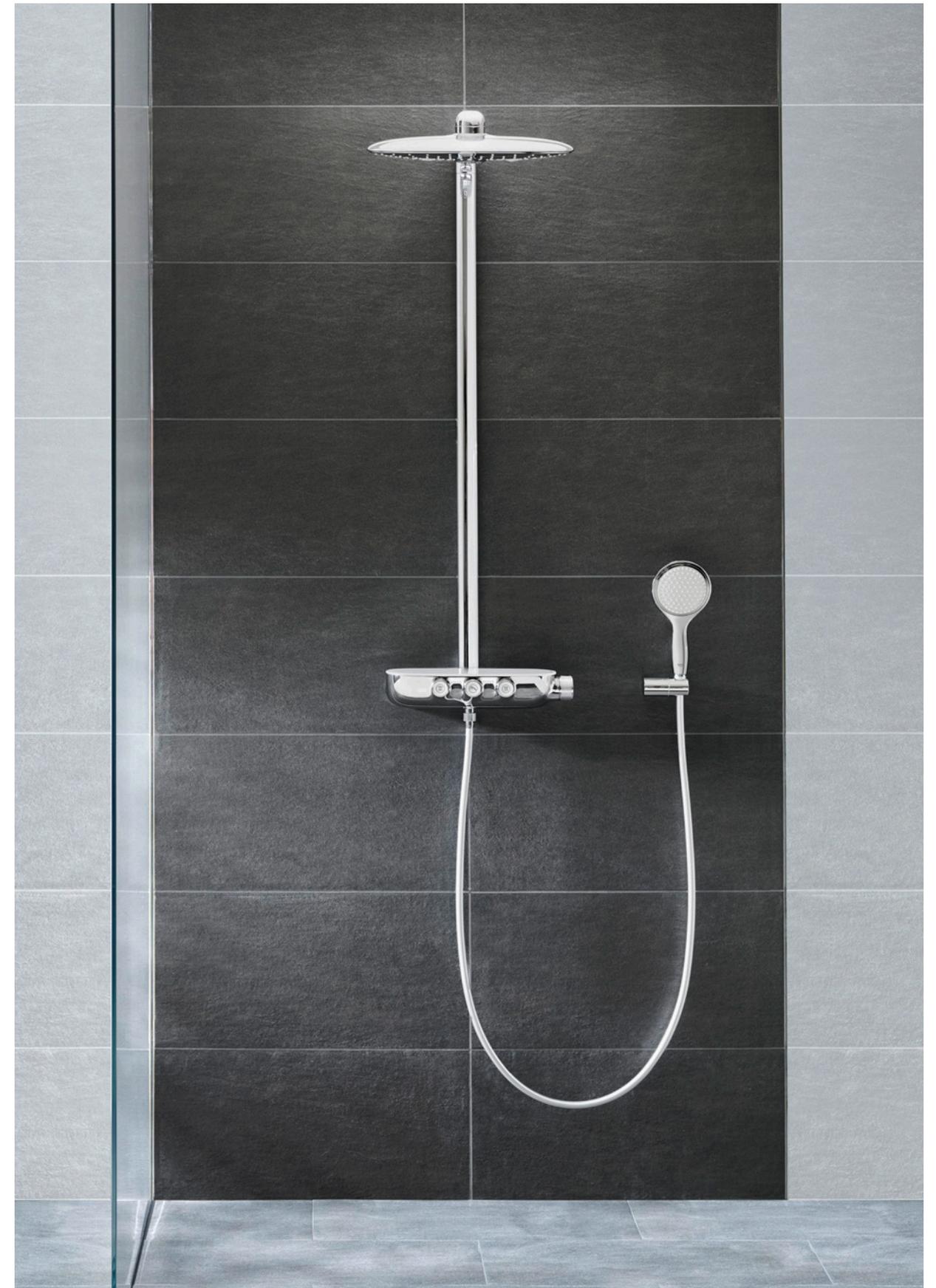


Photo : GROHE AG

Bonne nouvelle pour les amateurs de douches : avec le système SmartControl de GROHE, un simple contact suffit pour ajuster la température de l'eau et l'intensité du jet.

Quoi de mieux que de commencer (ou terminer) la journée par une douche exactement à la bonne température ? Ni trop chaude, ni trop froide. Le système GROHE Rainshower® SmartControl intègre une nouvelle technologie grâce à laquelle il n'a jamais été si facile et si agréable de prendre une douche.

L'innovation de ce système GROHE réside dans son « bouton marche ». En plus de faire couler l'eau, il permet d'en ajuster la pression par une légère rotation. Finis les réglages laborieux pour prendre sa douche le matin !

L'innovation SmartControl est disponible sur le système haut de gamme Rainshower® de GROHE, également doté d'une douche de tête extra large de 360 mm qui enveloppe l'ensemble du corps en donnant la sensation d'être sous une cascade tropicale. Le bouton SmartControl régule aussi l'intensité de la douche, de la bruine la plus fine à la plus grosse averse. Ce système peut également s'associer aux fonctions jets de GROHE : Rain, Rain O² et TrioMassage, un ensemble de jets délivrant un massage au niveau de la tête et des épaules.

En plus de ses remarquables qualités techniques, le système SmartControl est très esthétique. Son bouton, sa galette de douche, son mitigeur thermostatique et sa tablette en verre plat arborent tous un style moderne et minimaliste en accord avec la technologie dernier cri qu'il dissimule. Et pour plus de sécurité, la technologie CoolTouch® prévient les brûlures lorsque l'on touche les commandes sous la douche.

En résumé, le système Rainshower® SmartControl de GROHE procure à chaque douche encore plus de bien-être et de confort, en tenant compte de tous ces petits détails trop souvent négligés.



L'eau jaillit simplement en appuyant sur un bouton. Il suffit alors de le tourner pour ajuster le débit d'eau et passer du mode Éco à Plein débit.

Photos : GROHE AG

UN
M
A
G
R
É
A
B
L
E



DOUCHE DE TÊTE
1-TrioMassage



DOUCHE DE TÊTE
2-PureRain / Rain O²



DOUCHETTE P & S
Rain + Rain O²

UNE
P
L
U
I
E
C
H
A
U
D
E
D'
É
T
É

DOUCHE
UNE
B
O
N
N
E
C
H
A
U
D
E



ACTUALITÉ & PRODUITS



SKATE COSMOPOLITAN
Voir page 36

G
R
O
H
E
·
C
O
M

LE DESIGN POUR MOTEUR

TEXTE
KEVIN PERRY

PHOTOGRAPHIE
SCHNEPP · RENO

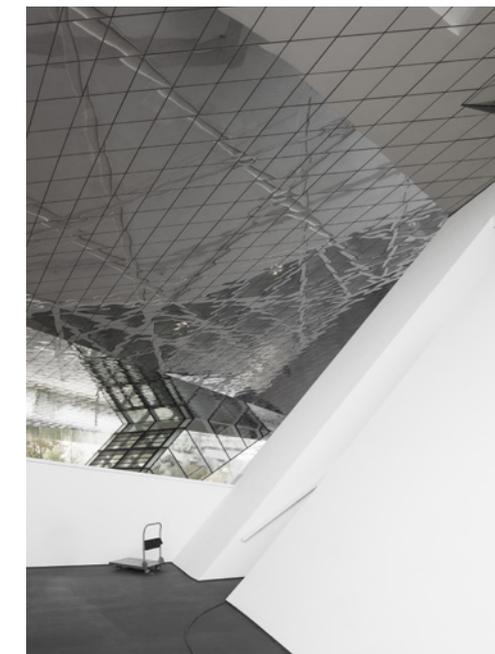
Les musées Porsche, BMW et Mercedes Benz sont aussi dynamiques que les voitures qu'ils exposent

A
C
T
U
A
L
I
T
É
&
P
R
O
D
U
I
T
S





Le musée Porsche à Zuffenhausen se distingue par son architecture, à la fois extérieure et intérieure.



A
C
T
U
A
L
I
T
É
&
P
R
O
D
U
I
T
S

En 1953, le musée d'art moderne de New York inaugure une exposition avec une Porsche 1500 Super de 1952 en vedette. Depuis, les voitures de la célèbre marque allemande ont à juste titre acquis le statut d'œuvres d'art. Le musée Porsche de Stuttgart se devait donc d'être lui aussi une merveille architecturale.

Situé dans le quartier natal de Porsche, Zuffenhausen, dans la banlieue nord de Stuttgart, le musée ouvre ses portes au public en janvier 2009. Quatre ans plus tôt, l'appel d'offres pour sa conception avait été remporté par les architectes viennois du cabinet Delugan Meissl, devant pas moins de 170 concurrents.

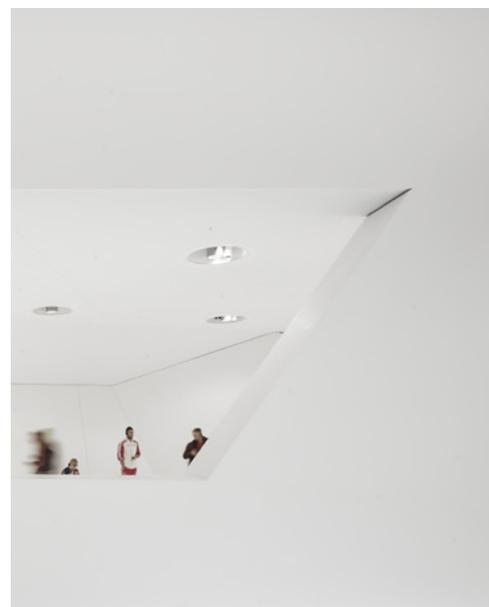
On comprend aisément leur victoire en voyant le résultat de ce concept, aussi audacieux que la marque qu'il représente. La structure principale du musée, supportée par trois colonnes en forme de V, semble flotter au-dessus du sol.

« Ce bâtiment traduit de façon architecturale la nature dynamique de la marque Porsche, explique le directeur du musée Achim Stejskal.

À chaque fois que l'on change de perspective, les silhouettes du monolithe et de la base du bâtiment paraissent différentes. C'est grâce à leur forme polygonale avant-gardiste et à la variation dans les structures et les baies vitrées. »

Au-delà du plaisir des yeux, le musée est conçu pour laisser le visiteur libre de parcourir l'exposition comme il le souhaite. « Ce musée n'est pas réservé aux amoureux des voitures et aux accros de la mécanique : il s'adresse à tous, souligne Achim Stejskal. Nous avons volontairement souhaité ne pas intégrer d'espace découverte à grand renfort d'explications. Les voitures de sport parlent d'elles-mêmes. Il n'y a pas de sens de visite imposé, l'accès est garanti à tous. »

Depuis son ouverture, le musée n'a cessé d'évoluer en ajoutant un mur tactile interactif, des douches sonores et le Wi-Fi gratuit. Si la visite est libre, il est une pièce de l'exposition à ne pas rater : celle que préfère Achim Stejskal. « La 904, c'est la plus belle voiture de sport Porsche de tous les temps ! Elle a été conçue



par Ferdinand Alexander Porsche, le père de la 911. Le modèle de 904 que nous avons au musée est sorti en 1965. L'avant est plus petit et c'est l'une des premières Porsche avec une caisse en matière plastique. »

L'Allemagne ne manque pas de musées automobiles de renommée mondiale. À seulement neuf kilomètres au sud-est du berceau de Porsche, toujours à Stuttgart, se trouve le musée Mercedes-Benz. Ouvert en mai 2006, il a été conçu par les architectes du cabinet néerlandais UNStudio, qui se sont inspirés de la forme d'un moteur de voiture. À l'autre bout du pays, Munich abrite le musée BMW. Il se distingue par sa forme de « chaudron blanc » dessinée par l'architecte viennois Karl Schwazer en 1973. Il a rouvert ses portes en 2008 après des travaux de rénovation.

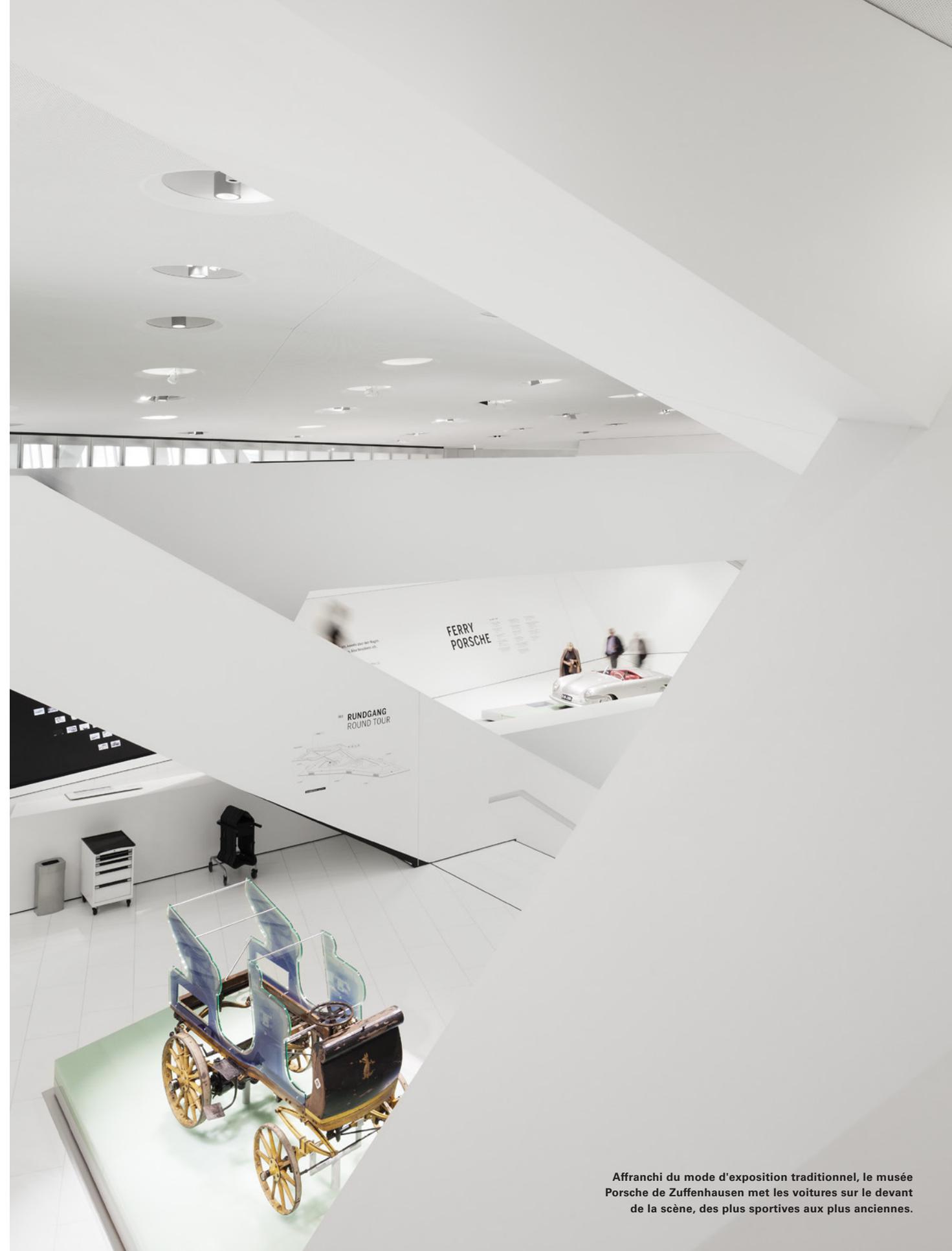
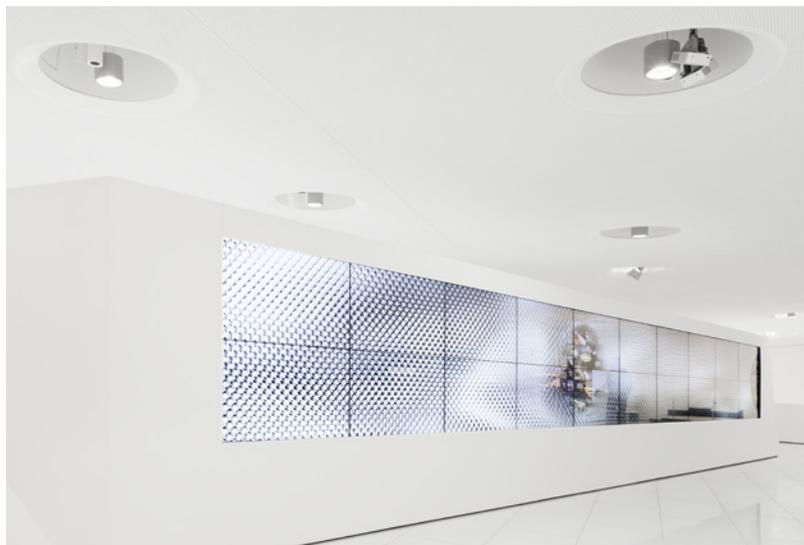
Chaque minute passée à visiter ces bâtiments nous convainc un peu plus de la qualité incomparable du design allemand. Oubliez les galeries ! Si vous êtes en Allemagne et que vous avez envie d'art moderne, foncez plutôt dans un musée automobile...

HORAIRES D'OUVERTURE

MAR – DIM, 9 h – 18 h
Porscheplatz 1, 70435 Stuttgart
www.porsche.com

SKATE COSMOPOLITAN Voir page 32

Les toilettes du musée Porsche sont équipées de systèmes sanitaires Rapid SL. Cette chasse d'eau à double commande permet à l'utilisateur de sélectionner le volume d'eau nécessaire en appuyant sur le gros bouton (volume d'eau total) ou le petit bouton (moitié du volume d'eau) sur des plaques murales comme la Skate Cosmopolitan.



Affranchi du mode d'exposition traditionnel, le musée Porsche de Zuffenhausen met les voitures sur le devant de la scène, des plus sportives aux plus anciennes.

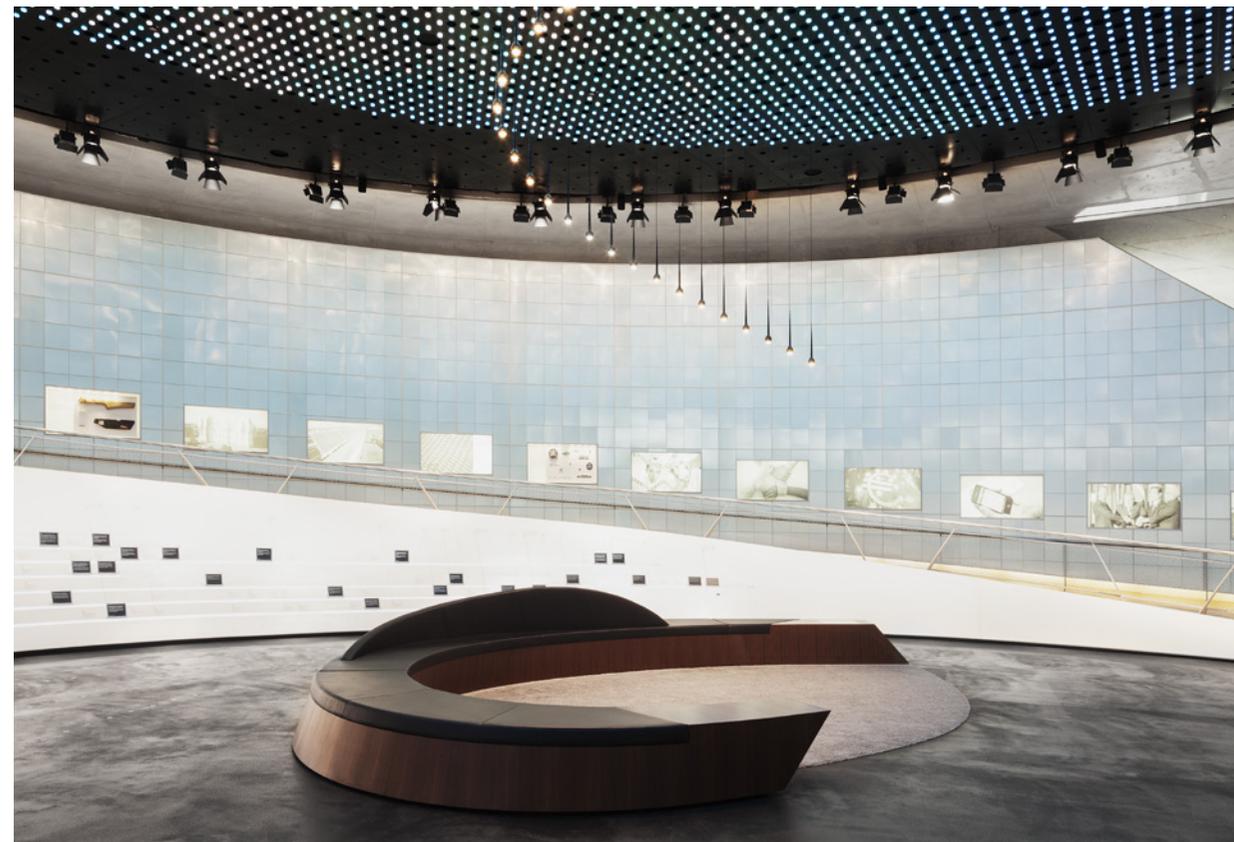
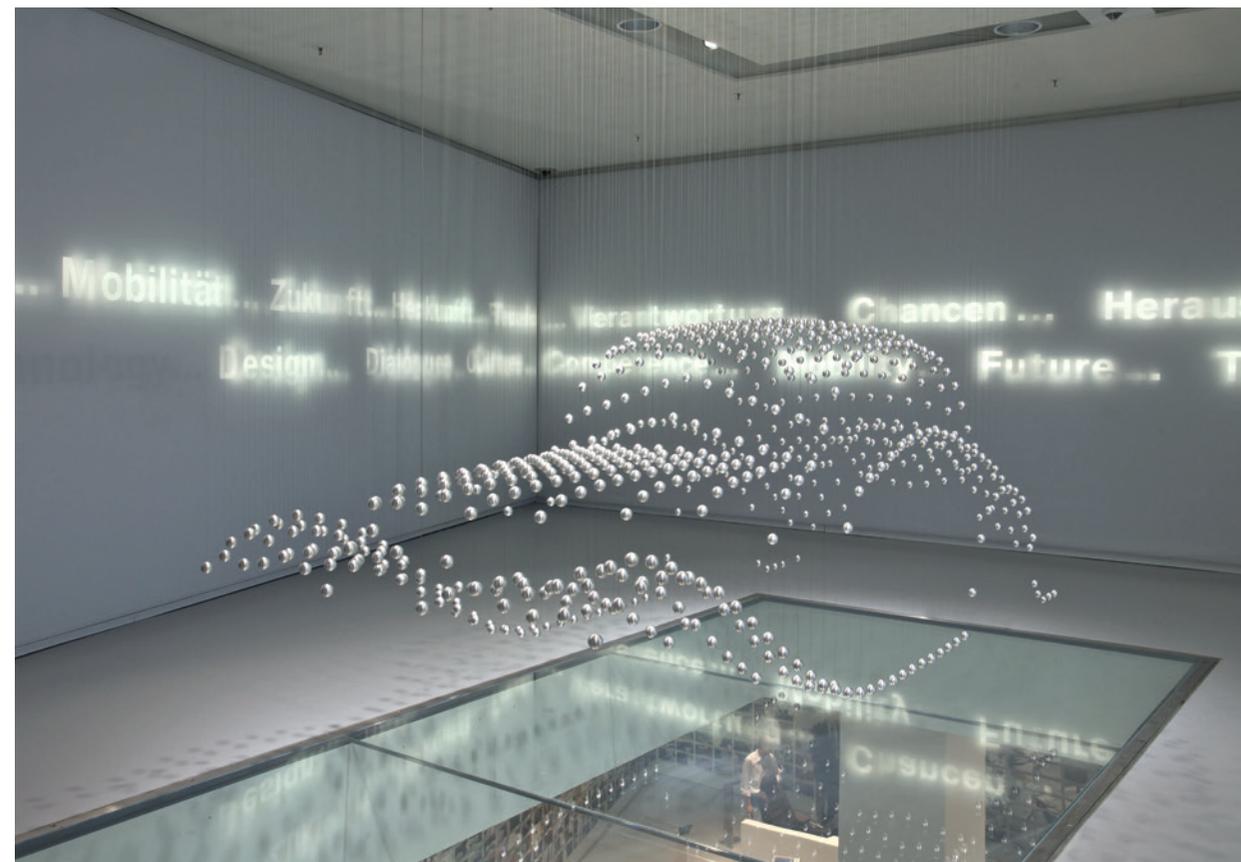
Musée BMW

Plus de 90 ans d'histoire de la marque BMW se racontent à travers sept espaces dédiés au design, à l'entreprise, à la moto, à la technologie, aux sports mécaniques, à la marque et aux séries. Chacun d'entre eux illustre un aspect particulier du patrimoine BMW, ainsi que le processus de création d'une voiture, de sa conception à sa promotion.

Le musée est lui-même un chef-d'œuvre d'architecture, conçu avec le plus grand soin du détail par Wolf D. Prix, du cabinet Coop Himmelb(l)au. Ses toilettes sont équipées de robinets **GROHE Eurostyle E**, dont les lignes pures se fondent parfaitement avec celles du musée.

HORAIRES D'OUVERTURE

MAR – DIM, 10 h – 18 h
Am Olympiapark 2
80809 Munich
www.bmw-welt.com



Musée Mercedes-Benz

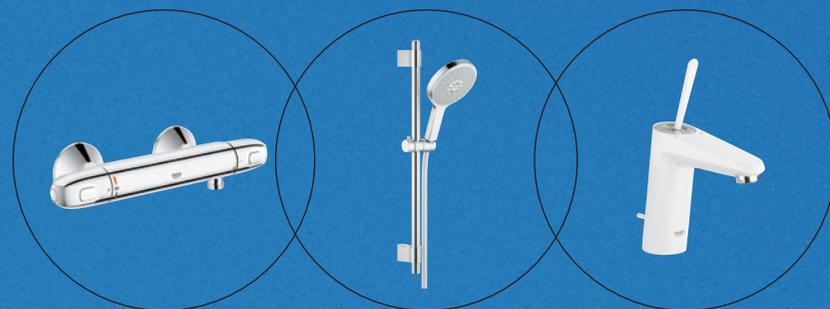
Avec plus de 160 véhicules et 1 500 objets exposés répartis sur neuf étages, ce musée illustre à la fois l'évolution de Mercedes-Benz et celle de l'industrie automobile en général au cours des 125 dernières années. Des audioguides sont mis à disposition gratuitement et il est possible de se glisser en coulisse pour découvrir l'un des étages de l'usine Mercedes où sont produits de nombreux moteurs. Tout comme le musée Porsche, les toilettes du musée Mercedes-Benz sont dotées de systèmes **GROHE Rapid SL**, qui permettent d'économiser l'eau en réduisant le volume utilisé en tirant la chasse.

HORAIRES D'OUVERTURE

MAR – DIM, 9 h – 18 h
Mercedesstraße 100
70372 Stuttgart
www.mercedes-benz.com



Photos : Avec l'aimable autorisation de BMW, SCHNEPP-RENOU



GROHTHERM 1000

POWER & SOUL®

EURODISC JOY

TECHNOLOGIE ET INNOVATION INTÉGRÉES

TEXTE
SARAH FAKRAY

PHOTOGRAPHIE
RAMON HAINDL

GROHE est depuis toujours un acteur majeur de la technologie de l'eau à l'échelle mondiale. Les valeurs de la marque en matière de qualité, de technologie, de design et de développement durable la poussent à créer de nouvelles technologies toujours plus innovantes pour le secteur sanitaire. Nous avons rencontré trois formateurs GROHE pour parler des technologies de l'entreprise, toutes forgées par l'esprit de progrès qui est au cœur de l'ADN de GROHE.

Une chaleur constante

Pour atteindre une précision remarquable, les mitigeurs thermostatiques GROHE utilisent le thermomètre le plus sensible qui soit : votre peau. Le TurboStat® fournit la température désirée en une fraction de seconde et la maintient constamment.

« Du point de vue du consommateur, les mitigeurs thermostatiques GROHE se résument en trois mots : confort, sécurité et économies, explique Christian Böttger. Le confort, parce que je peux facilement le fermer et le rouvrir pour me laver les cheveux ou me savonner. La sécurité, car en cas d'alimentation en eau froide insuffisante, le thermocouple réagit en coupant l'arrivée d'eau chaude pour que je ne m'ébouillante pas. Et je fais des économies, car l'eau atteint la température souhaitée sans nouveau réglage. »

Au-delà de la satisfaction du consommateur, le plus remarquable est la technologie qui se trouve à l'intérieur du mitigeur. « Le capteur de la cartouche est fabriqué à base d'un composé de cuivre et de cire qui permet au TurboStat® d'équilibrer la température en 0,3 seconde », précise Christian Böttger. Ainsi, les mitigeurs thermostatiques Grohtherm 1000 ne sont pas de simples mesureurs mécaniques, mais des interfaces technologiques entre la peau de l'utilisateur et l'eau.

À propos de la dernière création de la marque, le système de douche Power & Soul®, Jörg Nitschky-Germann confirme que l'adaptabilité est un aspect important de la philosophie du design de GROHE. « La particularité de ce produit réside dans ses différents types de jets, qui peuvent être modifiés un par un et combinés », déclare-t-il. Ce système de douche arbore des lignes arrondies. Avec une douche de tête de 190 mm de diamètre et trois tailles de douchette au choix, il est doté d'un sélecteur de jet permettant d'accéder directement sur le dessus du pommeau à son type de

jet préféré : Rain, Rain O², Jet et Bokoma Spray. Là encore, c'est ce que l'utilisateur ne voit pas qui rend le système de douche Power&Soul® si spécial. « Prenez par exemple ce qu'il se passe lorsque l'on appuie sur le bouton pour activer la fonction Rain O², explique Jörg Nitschky-Germann. Quand on appuie, un petit clapet s'ouvre. Il permet à l'air de pénétrer dans la pomme de douche, où il se mélange à l'eau de façon à augmenter le volume de chaque gouttelette. »

Le sens du détail

GROHE est attaché aux éléments fondamentaux du design des salles de bains. La cartouche fait donc l'objet d'une attention particulière. Ce composant essentiel des sanitaires modernes régule le débit d'eau des robinetteries. Si cette pièce présente des défauts de fabrication ou n'est pas correctement installée, elle peut engendrer des variations intempestives de température et de pression.

C'est pour cela que GROHE a créé une cartouche intégrant le système SilkMove®. Composée de deux disques en céramique qui agissent de concert avec la commande du mitigeur, cette technologie de précision entraîne moins de frictions, supprimant ainsi les risques et problèmes associés aux anciennes cartouches.

« SilkMove® est synonyme d'ouverture et de réglage du débit d'eau tout en douceur », décrit Heiko Middendorf. Ces améliorations sont le fruit d'innovations à l'échelle microscopique : l'un des disques en céramique SilkMove® est recouvert de pores mesurant quelques micromètres qui servent à retenir la graisse sur les disques pour une durée allant jusqu'à 20 ans. « Pour le consommateur, il est important de ne pas perdre en confort d'utilisation au fil des ans et ce système nous permet de le garantir », conclut Heiko Middendorf.

Un design d'exception

De nos jours, on oublie facilement que c'est grâce aux premières technologies hydrauliques que l'on peut profiter des bienfaits pour la santé et du pur plaisir que procurent un bon bain chaud ou une douche massante. Animée par la curiosité d'un inventeur et le désir d'accroître toujours plus la satisfaction du consommateur, la société GROHE continue d'améliorer ses produits existants tout en concevant chaque année de nouveaux designs. En alliant son expertise en matière de robinetteries de cuisine et de salle de bains au savoir-faire de son partenaire LIXIL dans le domaine de la céramique, GROHE est désormais en mesure de fournir des salles de bains complètes. Ce progrès qui répond aux besoins des consommateurs permet d'intégrer les prouesses techniques de GROHE dans un environnement sanitaire spécialement conçu pour chaque maison, hôtel ou entreprise. Tout ceci ne serait pas possible sans le dévouement des experts en technologie de GROHE, qui façonnent ces produits exceptionnels avec fierté et précision, soignant minutieusement chaque composant jusqu'à offrir une expérience inégalable pour le consommateur.

GROHTHERM 1000

Ce mitigeur thermostatique intègre la technologie TurboStat®, qui permet un maximum de confort, de sécurité et d'économies en atteignant la température désirée en moins d'une seconde, sans variation pendant toute la durée de la douche.

POWER & SOUL®

Les systèmes de douche Power & Soul® de GROHE permettent de choisir parmi quatre types de jets : GROHE Rain O², Rain, Bokoma Spray et Jet ou de les combiner pour encore plus de confort.

EURODISC JOY

Le mitigeur pour lavabo GROHE de la gamme Eurodisc Joy se compose d'une cartouche intégrant la technologie SilkMove®. Ses disques en céramique limitent les frictions et prolongent la facilité d'utilisation.



« LES THERMOSTA-
TIQUES INTÉGRANT
TURBOSTAT RÉGULENT
LA TEMPÉRATURE DE
L'EAU EN 0,3 SECONDE »

Christian Böttger



Éclaté d'une cartouche de mitigeur thermostatique :
le capteur est fabriqué à base d'un composé de cuivre
et de cire qui permet à la technologie TurboStat®
d'équilibrer la température en quelques millisecondes.



« LA POMME DE
DOUCHE MÉLANGE DE
L'AIR À L'EAU DE FAÇON
À AUGMENTER LE
VOLUME DE CHAQUE
GOUTTELETTE. »

Jörg Nitschky-Germann

Le système de douche Power&Soul® de GROHE se compose de nombreux éléments, tous « Made in Germany », visant un seul but : procurer à chacun une expérience de douche sur mesure.



« IL EST IMPORTANT
DE NE PAS PERDRE EN
CONFORT D'UTILISA-
TION AU FIL DES ANS »

Heiko Middendorf



Les cartouches FeatherControl® et SilkMove® de la gamme Eurodisc Joy sont composées de disques en céramiques revêtus de micropores qui permettent à la graisse d'y rester pour une utilisation jusqu'à 20 ans.

AU MIEUX DE SA FORME

ILLUSTRATIONS
OLLANSKI

Les rituels de bain japonais inspirent à GROHE ses luxueuses gammes de spas à domicile

Le concept Aqua Zone de GROHE transforme chaque salle de bains en spa privé, un espace pour prendre soin de soi et se sentir spécial(e). S'inspirant de la culture japonaise, dans laquelle chaque étape du rituel de bain a sa place, GROHE a créé cinq zones essentielles et la gamme de produits qui y correspond. Dans cet article, nous vous présentons les Aqua Zones, tandis que la décoratrice d'intérieur britannique Vanessa Brady nous explique la logique derrière ce concept.



1 Zone de régénération : GROHE Rainshower® F-Series 40 Aquasymphony

La Zone de régénération est conçue pour réveiller et vivifier l'utilisateur le matin, et pour l'apaiser le soir. Cette douche de luxe spacieuse aux multiples facettes offre plusieurs options, parmi lesquelles des jets de massage stimulants, une cascade réparatrice et des séances de brume purifiantes.

Le système GROHE Rainshower® F-Series 40 Aquasymphony est le plus grand plafonnier de la gamme GROHE. Il révolutionne l'expérience de douche en permettant même de diffuser de la musique directement

depuis son téléphone via le Bluetooth. Il intègre également un système d'éclairage de différentes couleurs réglable selon l'ambiance souhaitée.

« C'est un fait scientifique : nous ressentons davantage les émotions lorsque plusieurs sens sont stimulés. Avec cette douche, GROHE propose une manière unique de se détendre ou de revitaliser plusieurs sens », souligne Vanessa Brady. En véritable douche sur mesure, elle permet de combiner l'eau, la lumière et le son à volonté.



Zone de préparation : mélangeur pour lavabo 3 trous GROHE Grandera

2

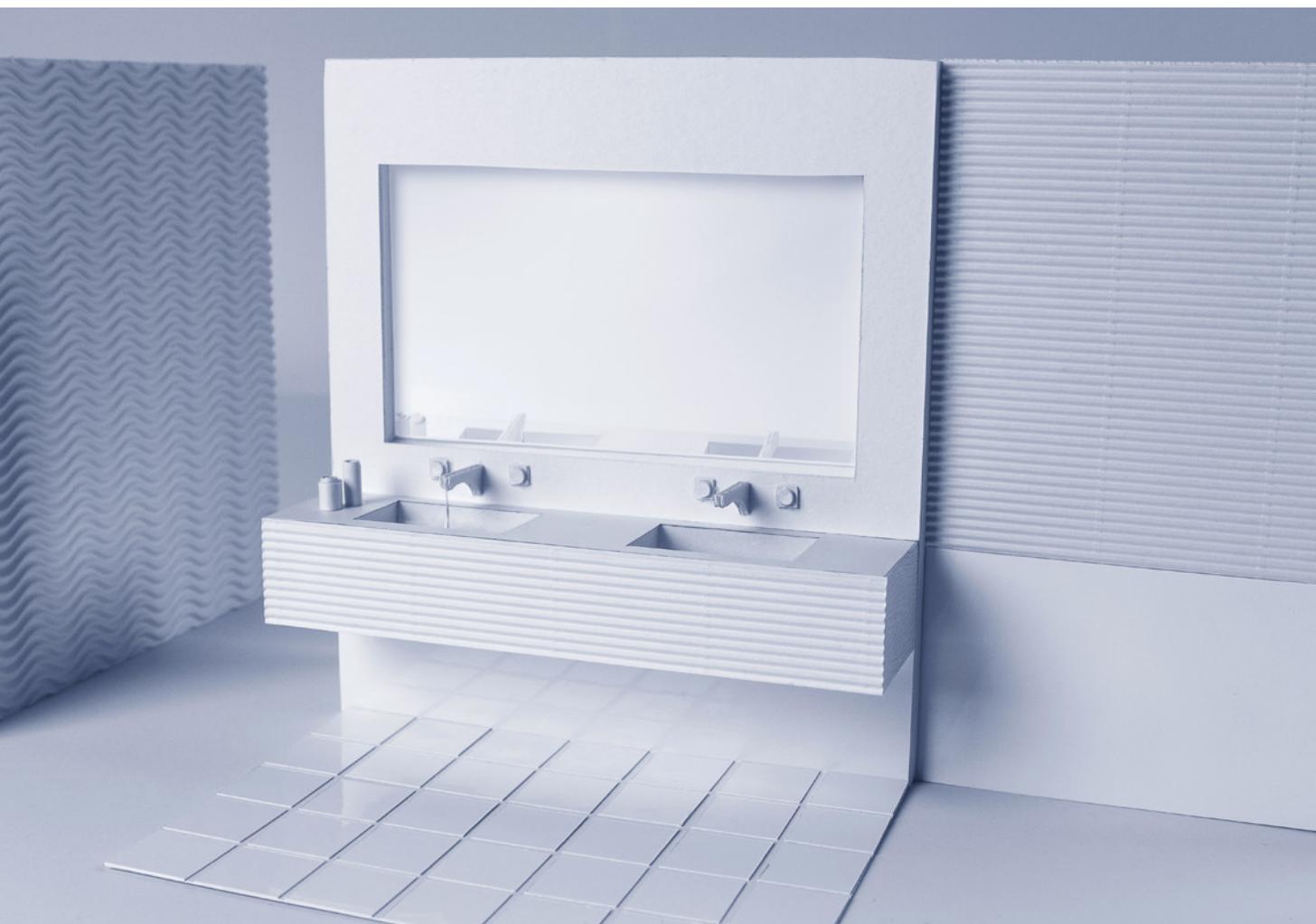


Tout en élégance, la Zone de préparation se sert de son environnement original pour transformer le rituel de soins quotidiens. Chez GROHE, nous pensons qu'il devrait toujours y avoir de la place pour deux dans une salle de bains spa, et donc deux vasques côte à côte.

Vanessa Brady explique comment GROHE fait passer la salle de bains « d'une pièce fonctionnelle à un espace dans lequel on peut passer des heures à prendre soin de soi. Désor-

mais, la salle de bains est un espace de plaisir propre à chacun. »

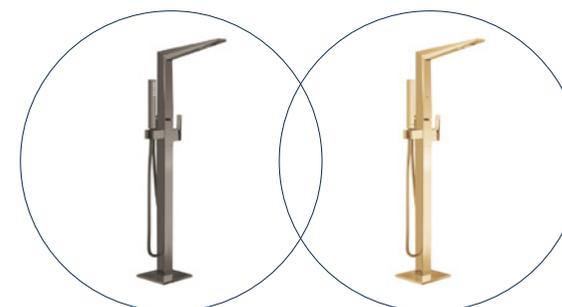
Avec ses lignes pures et ses formes raffinées, ce mélangeur pour lavabo 3 trous de la collection moderne et intemporelle GROHE Grandera illustre un savoir-faire exceptionnel. Résistant aux salissures et aux rayures, cette robinetterie durable intègre la technologie GROHE Starlight®, qui parvient à faire durer une brillance éclatante.



Zone de Relaxation : bec pour baignoire GROHE Allure

La Zone de relaxation est l'espace dédié à la fois au corps et à l'esprit. Les produits de bain GROHE associent un design innovant à la philosophie des rituels de bain séculaires au Japon. À l'origine, l'objectif de ces rituels n'était pas seulement de se laver, mais d'atteindre une forme de connexion spirituelle avec les éléments naturels, ainsi que la paix intérieure.

Avec leur style unique et emblématique, les becs hors-sol sur pied pour baignoire GROHE ajoutent de la valeur à la pièce, même lorsque l'on ne les utilise pas. Chacun positionne sa baignoire où il le souhaite, mais Vanessa Brady explique que la mode est actuellement aux espaces ouverts, avec des baignoires au centre de la salle de bains, et non plus dans un coin, « pour donner une impression de fluidité et de liberté de circulation ».



3



Zone de détente : GROHE Blue® et GROHE Red®

GROHE tient à créer une expérience de spa complète, d'où la présence d'une Zone de détente. La tradition du spa, c'est aussi se prélasser dans son bain tout en savourant un verre d'eau fraîche ou une tasse de thé à la menthe. Pour rester en pleine santé, rien de tel que les systèmes d'eau GROHE Blue® et GROHE Red®, deux robinetteries monocommande fournissant respectivement une eau pétillante filtrée réfrigérée et de l'eau bouillante. À savourer pendant vos moments de méditation dans la salle de bains...

« Cette délicieuse sensation procurée par l'expérience physique de l'eau accroît notre bien-être émotionnel », souligne Vanessa Brady. Les systèmes d'eau GROHE Blue® et Red® s'allient parfaitement aux produits de la gamme pour salle de bains de GROHE pour savourer pleinement l'expérience Aqua Zone.



4



Zone de contemplation : GROHE Arena®

La Zone de contemplation associe hygiène et paix intérieure. GROHE Arena® est un WC lavant à la pointe de la technologie, conçu pour préserver une hygiène irréprochable.

Proposant un large éventail de paramètres réglables et personnalisés, ainsi qu'un système de reconnaissance automatique du corps, c'est la base d'une hygiène intime extrêmement méticuleuse. En outre, le WC douche Arena® est doté d'un système autonettoyant thermique avancé qui lui permet d'être propre après chaque utilisation, comme par magie.

5





GROHE RED®
Voir page 59

PETIT PLAISIR INSTANTANÉ

TEXTE
THOMAS PLATT

PHOTOGRAPHIE
CHRISTIAN HAGEMANNI

Des placards d'étudiants aux tables des chefs étoilés, les nouilles instantanées font leur grand retour dans nos assiettes

La cuisine moderne puise nombre de ses inspirations dans la cuisine asiatique. Noix de coco, coriandre, gingembre, basilic thaï et citronnelle sont devenus des ingrédients de base de la cuisine occidentale et internationale, tandis que des restaurants asiatiques ou fusion se hissent parmi les meilleurs du monde. Malgré cette reconnaissance unanime, il reste un produit de la gastronomie asiatique que certains consommateurs ont du mal à prendre au sérieux : les nouilles instantanées.

Leur ubiquité est l'un des aspects qui rebutent les gens. Depuis leur création en 1958 par l'inventeur taïwano-japonais Momofuku Ando, on trouve ces petits sachets de nouilles lyophilisées dans presque tous les supermarchés. Dans certaines régions du monde, le nom de la marque la plus populaire, Yum Yum, est devenu le terme

générique pour désigner ce plat vendu à toute heure dans de nombreuses villes, et qui offre une alternative rapide et bon marché pour le dîner. Yum Yum a aussi révolutionné les pauses déjeuner, se substituant aux sandwiches, yaourts, muesli et barres chocolatées. C'est en partie dû au fait que ces nouilles sont incroyablement faciles à préparer : il suffit d'y ajouter de l'eau chaude et certains industriels fournissent même le bol en plastique dans lequel les « cuire ».

Une nouvelle image

Dans ces conditions, on comprend aisément pourquoi les nouilles instantanées n'ont pas une bonne image. C'est un en-cas bon marché simple à préparer que l'on associe aux étudiants, aux célibataires et aux campeurs. À l'heure où la culture culinaire est un signe de savoir-vivre, on peut le



regretter, d'autant que l'absence de gamme de luxe perpétue la réputation de snack rudimentaire des nouilles instantanées.

Mais à y regarder de plus près, les nouilles instantanées ne sont pas si banales. En réalité, leurs multiples saveurs reflètent la palette complète des traditions culinaires asiatiques, de la Chine à la Thaïlande, en passant par le Vietnam, l'Indonésie, la Corée et le Japon. Ainsi, il en existe de toutes les formes et de toutes les tailles. Les consommateurs peuvent choisir des nouilles de riz ou des nouilles aux œufs de différentes épaisseurs, agrémentées de différentes sauces à base de miso, de soja ou autre, et accompagnées d'un large choix de viandes ou de produits de la mer.

Pourtant, la polyvalence des nouilles instantanées a contribué à une autre idée reçue : comme elles sont pratiques, elles seraient forcément

un produit synthétique et donc mauvais pour la santé. Thomas A. Vilgis, professeur de physique théorique à l'Université de Mayence, éminent chercheur en saveurs et auteur d'un livre de cuisine d'avant-garde sur les arômes et l'art d'assaisonner ne voit aucun danger dans les soupes Yum Yum. « En plus de l'amidon, les nouilles ne contiennent que de la farine de blé et deux agents épaississants qui sont complètement inoffensifs, déclare-t-il. Les régulateurs d'acidité comme le citrate ou les faibles doses de phosphate ne représentent aucun danger pour la santé non plus. »

Contrairement à ce que l'on pense, les exhausteurs de goût ne sont pas dangereux non plus. Fabriqués essentiellement à partir d'extraits de levure, ils déclenchent simplement certains arômes et odeurs et sont tout aussi « authentiques » que les autres aliments naturellement salés, acides, sucrés ou amers. Les goûts et les





parfums existent à un niveau moléculaire dans lequel des combinaisons produisent certains effets gustatifs. Et que les aliments responsables de ces effets soient ou non fabriqués en laboratoire, extraits d'autres aliments ou consommés à l'état naturel, les molécules restent des molécules et notre corps ne peut pas les distinguer.

Un plaisir pour les papilles

L'an dernier, dans un test pour le journal allemand Frankfurter Allgemeine Zeitung, le célèbre chef berlinois Michael Kempf a montré que certaines nouilles instantanées méritaient le statut de plat gastronomique. Son confrère, le chef étoilé Hendrik Otto, qui officie au restaurant Lorenz Adlon Esszimmer à Berlin, aime cuisiner ce type de soupes à la maison avec du flétan. Il coupe les filets en fines lamelles et les cuit dans l'eau chaude avec les nouilles jusqu'à ébullition. Pour parfaire le plat, Otto n'ajoute pas d'herbes asiatiques,

mais des herbes locales comme la sarriette, la livèche, la marjolaine et des feuilles de céleri. Parfois, il y ajoute même quelques huîtres fraîches pour faire bonne mesure, transformant ainsi une simple soupe Yum Yum en un mets délicat.

GROHE RED®
Voir page 55

Pour ceux qui souhaitent réaliser leurs nouilles instantanées préférées encore plus vite, la technologie GROHE Red® distribue de l'eau bouillante directement au robinet. Ce système innovant conserve jusqu'à 6 litres (selon le modèle) d'eau filtrée à la bonne température, afin que vous puissiez vous servir de l'eau bouillante à tout moment. Vos nouilles seront donc meilleures, car toutes les substances pouvant en altérer l'odeur et les saveurs seront filtrées. Et avec de l'eau bouillante directement au robinet, elles seront vraiment instantanées.

Pure Freude an Wasser.



01



02



04



05

UN ŒIL SUR LONDRES

Le festival du design de Londres 2015 a permis de comparer les meilleures créations de l'univers international du design. Paul Flowers, directeur du design de GROHE et LWT, nous décrit cinq grandes tendances

Le festival du design de Londres est un événement majeur pendant lequel sont présentées les créations les plus innovantes dans les domaines de la décoration d'intérieur, du mobilier, du textile, des accessoires et même du design industriel éthique. Plus de 350 manifestations et installations ont investi de magnifiques lieux à travers la ville. On a ainsi pu découvrir une Tour de Babel en céramique au Victoria and Albert Museum ou encore un pavillon Serpentine translucide au milieu de Kensington Gardens. Nous les avons tous passés en revue afin d'identifier quelques fils conducteurs parmi les diverses tendances émergentes du design. Ustensiles de cuisine improvisés avec irrévérence ou clins d'œil au style vintage, voici les principales créations qui illustrent le mieux les tendances à suivre cette saison.



03

Exclusivité

Marques de renom et nouveaux noms du design revisitent les lignes de produits existantes en version haut de gamme, comme avec ces lampes et ces chaises, toutes signées **TOM DIXON (01-05)**. Cela permet de prolonger leur longévité et leur apporte une touche de raffinement dans l'esprit « édition limitée ». Les matériaux métalliques de couleur chaude, en particulier le cuivre, abondent. Les bougeoirs finement sculptés de **SKULTUNA (06)** en sont un parfait exemple.



06



01

Nouveau vintage chic

Le style rétro est toujours en plein essor et les designers s'inspirent de différentes périodes en mixant plusieurs classiques du milieu du siècle dernier comme avec cette crédence signée **MADE.COM (01)** ou cette vaisselle post-moderne kitsch créée par **SMUG (02, 03)**. Ce mobilier ne rappelle pas seulement le passé, il y ajoute une touche de sophistication moderne. Avec leurs coins arrondis, leurs finitions dorées et leur palette de couleurs pop et pastel, les lampes **LINDHOLDT (04)** incarnent parfaitement cette tendance.



02



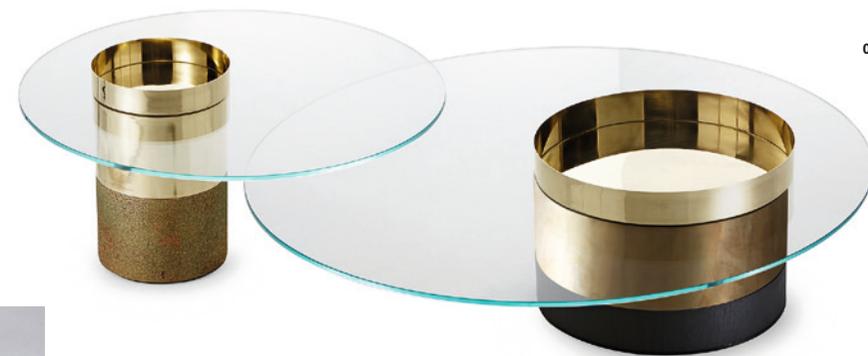
03



04



01



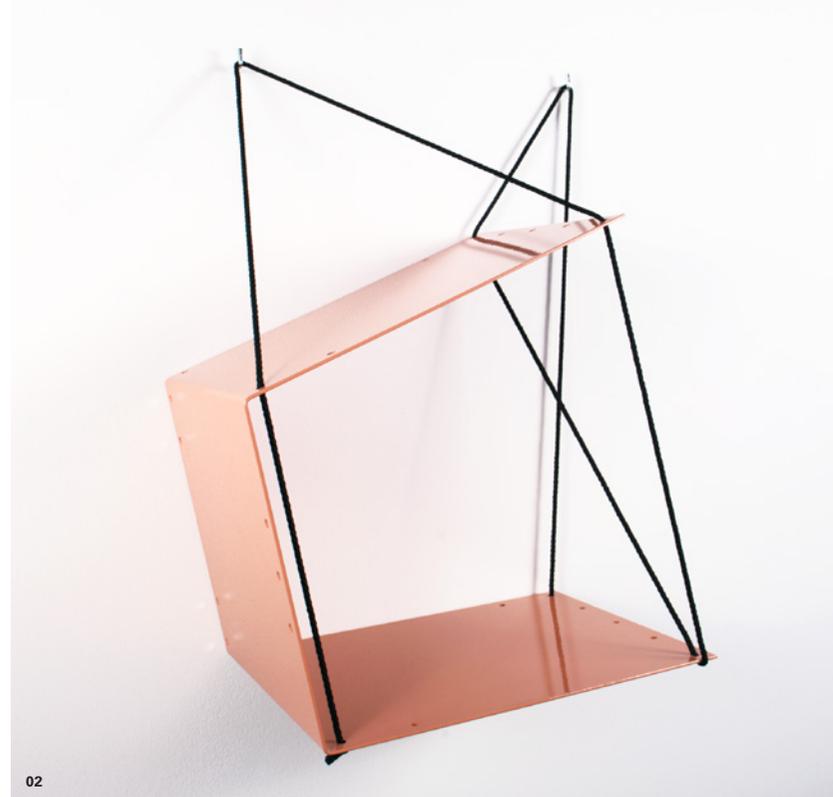
02



03

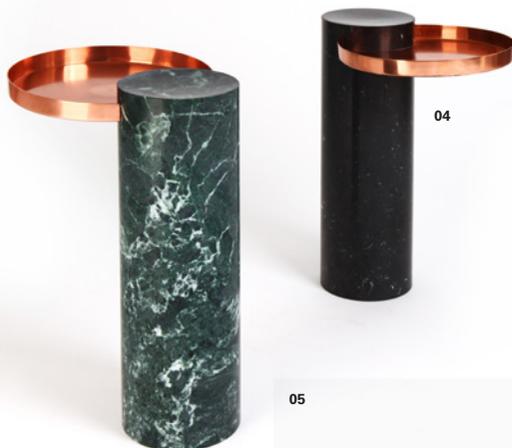
La forme dans la forme

Les designers utilisent le verre pour intégrer des formes à des décors intérieurs, de façon à les encadrer, mais sans les contenir. Ainsi, les lampes « Flame » de **LUUM (01)** et les vases « Toy » signés **LA CHANCE (03)** entourent des formes suspendues qui semblent délicatement protégées par le verre. L'intérieur semble se soustraire à l'extérieur dans les tables « Haumea » créées par **GALLOTTI&RADICE (02)**, grâce aux contrastes de lumière, de matériau ou de couleur qui attirent l'œil sur l'espace négatif entre les deux.



Nouvelles interactions

WRONG FOR HAY donne un sens nouveau aux objets du quotidien en réalisant des juxtapositions originales et inattendues de corde, de métal et de clous, comme l'illustre ce modèle de lampe intitulé « Rope Trick » (03). Les étagères « Altar » de **MR. AND MR.** (01, 02) présentent une esthétique légère et surprenante, comme si les designers s'étaient amusés avec des restes de matériaux. C'est peut-être leur réponse à la question « Un objet peut-il être quelconque ? »



De marbre

Les marques adorent le mot « intemporel », mais seul le marbre peut être littéralement considéré comme un classique. Cette pierre raffinée était fortement représentée au festival, agrémentant tous types de créations comme ces guéridons **LA CHANCE** (04) ou ces verres à martini signés **LEE BROOM** (05). Son aspect froid et lisse s'accorde parfaitement avec d'autres matériaux nobles comme le bois et le verre, ajoutant une touche de profondeur à des designs tout en légèreté.

Photos : PR, Arthur Woodcraft



GROHE
EUROCUBE

PURETÉ
DES LIGNES

Admirez un vrai chef d'œuvre d'inspiration cubiste par GROHE. Les lignes saillantes et architecturales d'EuROCUBE seront parfaites pour les cuisines où le design est au premier rang. Du levier évidé à la précision extrême jusqu'aux nouvelles fonctionnalités d'une cuisine moderne, comme le bras rotatif à 360° et les deux jets distincts, ce modèle est idéal pour ceux qui aiment les cuisines au style moderne et raffiné.

Pure Freude
an Wasser



GROHE.COM



L'ESPACE ENTRE NOUS

TEXTE
JENI FULTON

PORTRAIT
MIRJAM WÄHLEN

**En redéfinissant le rapport des gens à l'architecture,
Ole Scheeren crée un nouveau concept d'espaces partagés**

L'architecte Ole Scheeren réinvente le gratte-ciel. Âgé de quarante-quatre ans, il est originaire de Karlsruhe en Allemagne. Des Pays-Bas à New York en passant par la Chine et Singapour, il a parcouru le monde au fil de sa carrière. Sa société possède des bureaux à Hong Kong, Pékin et désormais Berlin. La plupart de ses projets les plus récents se situent en Asie, où il se spécialise dans la construction de tours originales, aussi intéressantes à l'intérieur qu'à l'extérieur.

Ole Scheeren a voyagé pour la première fois en Chine il y a 24 ans « par intérêt intuitif », confie-t-il à GROHE. « L'Asie se caractérise par une très forte densité urbaine. Plus de 50 pour cent de la population mondiale vit en ville, et c'est en Chine que cette proportion est la plus importante. Depuis une dizaine d'années, mon travail est axé sur la recherche de nouvelles façons d'envisager l'habitat de l'homme dans ces environnements denses, étant donné que j'y



Photos : Iwan Baan, Büro OS (avec l'aimable autorisation de IOWA)

CCTV Headquarters est le siège de la télévision publique chinoise.



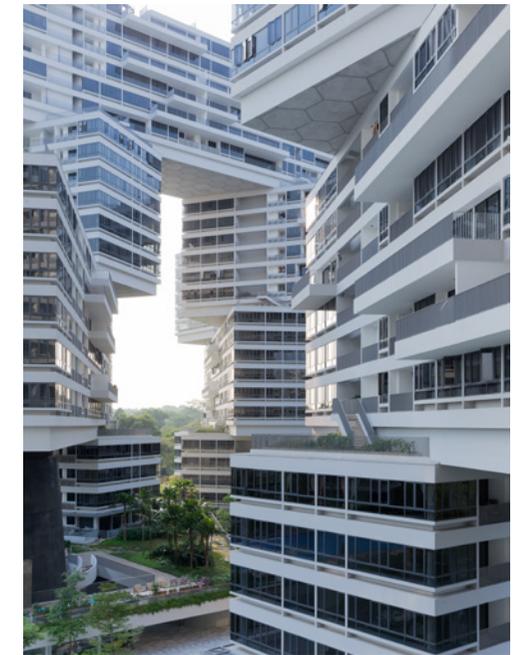
suis confronté au quotidien. » Lorsqu'il commence à travailler en Chine, le pays entre dans une nouvelle ère « d'ouverture », grâce au boom économique généré par les réformes de Deng Xiaoping, qui enclenche un processus de modernisation à grande vitesse. « Étant donné la situation, la Chine est plus que jamais confrontée à la question de l'avenir et doit trouver comment gérer les choses autrement, car le fonctionnement actuel n'est tout simplement pas viable. Évidemment, c'est un contexte très stimulant pour un architecte », souligne-t-il. En tant que directeur des bureaux chinois de l'OMA de Rem Koolhaas, Ole Scheeren crée le siège de la télévision publique chinoise, CCTV Headquarters, qui marque l'entrée de l'architecture du pays dans une nouvelle ère. « Le bâtiment de CCTV a été construit au moment où Pékin est devenu membre de l'OMC et a remporté l'organisation des Jeux olympiques, comme si la Chine faisait enfin son entrée sur la scène internationale. En imaginant ce gratte-ciel, nous avons renoncé à toute disposition hiérarchique pour opter pour un immense espace collectif. C'est autour de cette idée que s'est construit le projet CCTV. »

Le domaine public

Plusieurs questions clés guident son travail. Comment les gens habitent les différents espaces ? Quels sont leurs expériences et leur état d'esprit ? Et comment tout ceci entre-t-il en relation avec la psychologie de l'espace ? De cette approche sont nés de nombreux projets résidentiels, comme The Interlace à Singapour, Maha Nakhon à Bangkok et 1500 West Georgia à Vancouver, des immeubles qui mêlent transparence et structure, public et privé. « Si vous regardez des exemples de mon travail, vous verrez que je m'intéresse tout particulièrement à la façon d'intégrer l'intimité au plus haut degré de communalité, au sentiment de



Photos : Mirjam Wähele, Iwan Baan



ZOOM SUR

« NOUS CHERCHONS À DONNER À LA VILLE UNE SILHOUETTE QUI ÉVOQUE LA VIE »

vivre ensemble et dans le partage », souligne-t-il. C'est tout à fait le cas de The Interlace, un « village vertical » constitué de blocs horizontaux qui se croisent et se superposent de façon à former des hexagones autour d'une place ouverte sur le ciel, comme un contrepied à la typologie du logement, une réinvention de l'immeuble monolithique. Ce projet salué par la critique a été élu « Bâtiment de l'année » en novembre 2015 lors du World Architecture Festival à Singapour.

L'extérieur et l'intérieur sont des espaces indissociables dans l'architecture d'Ole Scheeren. « Le fil conducteur de tous mes projets consiste à trouver un moyen

WORLD ARCHITECTURE FESTIVAL

« Festival dédié à la célébration et au partage de l'excellence architecturale à travers le monde » organisé pour la première fois en 2008, le World Architecture Festival attire chaque année les plus grands noms du secteur pour discuter de l'architecture de demain. Parmi eux, le célèbre architecte allemand, Ole Scheeren est intervenu lors d'une édition précédente et a reçu en 2015 un prix récompensant son œuvre baptisée The Interlace. Singapour accueille ce festival depuis 2012 et GROHE demeure son partenaire fondateur.

www.worldarchitecturefestival.com



d'ouvrir la structure invisible de la tour à grande échelle. Et comment décomposer cette échelle en éléments indiquant la façon dont ils sont habités ou utilisés par l'homme. Nous cherchons à donner à la ville une silhouette qui évoque la vie, déclare-t-il. Les émotions qu'un bâtiment procure aux gens, qu'on le regarde de l'extérieur ou qu'on vive à l'intérieur, sont intimement liées. Nous réalisons la plupart des décorations d'intérieur de nos bâtiments et je trouve que cela fait partie intégrante de notre travail. » Naturellement, vous croyez que la maison d'Ole Scheeren reflète cette approche, mais ce n'est pas le cas : « Pendant la majeure partie de ma vie, j'ai vécu dans de tout petits appartements complètement impersonnels, à peine fonctionnels et seulement meublés d'un matelas à même le sol et d'une grande table de travail. Je travaille énormément et quand on est rarement chez soi, on ne peut pas se permettre de posséder trop d'affaires, ce serait tout de suite un frein à la mobilité », analyse-t-il.

Tout au long de ses projets, Ole Scheeren concilie les besoins de ses clients et les contextes culturels, environnementaux et urbains dans lesquels s'inscrivent les bâtiments qui lui sont commandés. Ensuite, il lui faut trouver « comment pousser le concept pour qu'il prenne sens au-delà de lui-même, afin de le situer dans un contexte plus vaste : le domaine public de la ville. » Paradoxalement, son bâtiment préféré est une structure presque invisible : le Grand collisionneur de hadrons, un accélérateur de particules situé à Genève, en Suisse, où sont menées des recherches sur la structure fondamentale de l'univers. « Je n'y suis jamais allé, mais je trouve cette structure absolument fascinante, et cela n'a rien à voir avec l'architecture. »

Photos : Büro Ole Scheeren (avec l'aimable autorisation de l'OMA)

La ville idéale

Le père d'Ole Scheeren était lui aussi architecte. Parmi ses plus lointains souvenirs, Ole se souvient des longs couloirs de l'université où enseignait son père et des modèles architecturaux qui y étaient exposés. « À 14 ans, je dessinais déjà des projets dans le bureau de mon père. À 21 ans, j'ai eu ma première commande. Quelqu'un m'a confié un projet et je l'ai réalisé », sourit-il. Il a fait ses débuts au sein du célèbre cabinet de Rem Koolhaas, OMA, à Rotterdam. Il avait décidé de travailler pour Rem Koolhaas, car c'était alors le seul architecte à inscrire l'architecture dans un contexte social. « J'y suis allé parce que je cherchais à échanger avec lui. Je pense qu'à l'époque, très peu de personnes encourageaient ce type de dialogue. Aujourd'hui, c'est différent, presque tout le monde parle de presque tout », ironise-t-il.

En fin de compte, Ole Scheeren est convaincu que les architectes sont indispensables pour résoudre les défis d'un monde de plus en plus urbanisé où la construction est dictée par les exigences financières. « En tant qu'architecte, je cherche toujours à ouvrir les structures des bâtiments, qu'il s'agisse de gratte-ciel ou autre, et de les reconnecter à la ville, de trouver des espaces où intégrer ces projets et de les rendre au domaine public. C'est ce qui augmente la valeur du projet, car il a alors du sens pour la ville et pour le public », explique-t-il. Néanmoins, remarque Ole, « Nous devons reconnaître franchement tout ce qui peut nous limiter. Et en même temps, il faut être totalement optimiste et croire à la possibilité de changer la donne, parce que sinon, on ne peut pas travailler, on abandonne avant même d'avoir commencé. »



À Bangkok : la façade du Maha Nakhon ressemble à une image pixelisée.



HYDRO- THÉRAPIE

L'exposition de la conservatrice Jane Withers sensibilise les visiteurs à ce qui se passe dans nos océans

Cette année a lieu la cinquième édition de l'exposition Project Ocean chez Selfridges. Son objectif : mieux sensibiliser le public à la pollution plastique dans nos océans. Située à l'entrée, l'installation signée How About Studio et intitulée « Flotsam » accueille les visiteurs avec ses 5 000 bouteilles en plastique ondulant au plafond. C'est le nombre approximatif de bouteilles utilisées au Royaume-Uni toutes les 15 secondes.

L'œuvre de Studio Swine et Andrew Friend, « Gyrecraft », est également exposée. Il s'agit d'une collection de cinq objets fabriqués à partir de matières plastiques récupérées dans les tourbillons où elles s'accumulent. Le Water Bar, fruit

d'une collaboration entre Withers et Arabeschi di Latte, sert aux visiteurs de l'eau traitée avec du charbon, des minéraux et des aromates pour les inciter à imaginer la vie sans bouteilles en plastique.

Avant cela, Jane Withers a organisé d'autres expositions sur les problèmes environnementaux au musée V&A ainsi qu'à la Royal Academy. Elle se dit « hydrophile » pour expliquer son obsession de l'eau. Elle est également conseillère en design et co-fondatrice de Wonderwater, organisme à l'initiative de différents projets aux quatre coins de la planète visant à éveiller les consciences à la question de l'eau dans le monde.

Photo : Andrew Friend

Pour l'exposition, Studio Swine et Andrew Friend ont créé une réplique du Sea Dragon, le bateau de recherche à bord duquel les designers ont navigué jusqu'au Gyre de l'Atlantique nord.



Fabriqué à base de plastique issu du Gyre de l'Atlantique sud, cet objet s'inspire des eaux dangereuses de cette zone et des expéditions polaires qui ont traversé ce passage.



Photos - Andrew Meredith, Petr Krejci

L'installation de bouteilles en plastique signée How About Studio imite les eaux turquoise et sert à orienter le visiteur à travers l'exposition.



Pour cette représentation du Gyre de l'Atlantique nord, Studio Swine s'est inspiré de la tradition artisanale locale Scrimshaw, des gravures réalisées par les chasseurs de baleines.



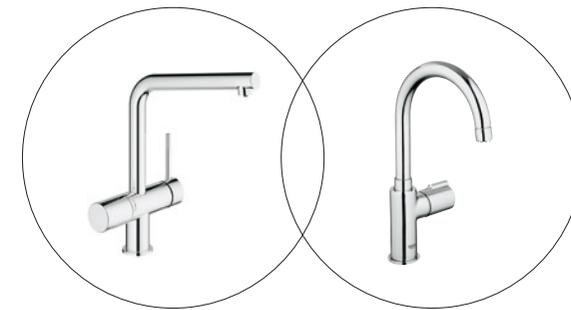
Photos : Petr Krájer

La création de Studio Swine intitulée « Indian Ocean » représente un conteneur maritime. Selon les designers, 10 000 immenses caisses en métal seraient perdues dans les océans chaque année.

Le studio italien Arabeschi di Latte et la conservatrice Jane Withers ont installé ce bar dans le célèbre grand magasin londonien Selfridges dans le but d'inciter les visiteurs à « imaginer la vie sans bouteilles en plastique ».



Photo : Andrew Meredith



GROHE BLUE® ET RED®
Voir page 82

DEUX FOIS PLUS UTILE

TEXTE
ARSALAN MOHAMMAD

PORTRAIT
GEORGIA KUHN

L'architecte Ron Bakker nous explique comment, pour concevoir The Edge à Amsterdam, il a cherché le bon équilibre entre rentabilité et environnement

L'architecte néerlandais Ron Bakker est l'un des partenaires fondateurs du cabinet londonien PLP Architecture, concepteur de The Edge. Ce bâtiment d'Amsterdam est actuellement occupé par le cabinet d'expertise-comptable Deloitte. En 2014, l'agence d'évaluation de viabilité environnementale, BREEAM, lui a attribué la meilleure note jamais obtenue pour son niveau « exceptionnel ». Dans cet entretien avec GROHE, Ron Bakker nous parle de développement durable, de la conception d'espaces de travail au XXIe siècle et des raisons pour lesquelles les produits GROHE s'accordent parfaitement avec sa vision respectueuse de l'environnement.

GROHE

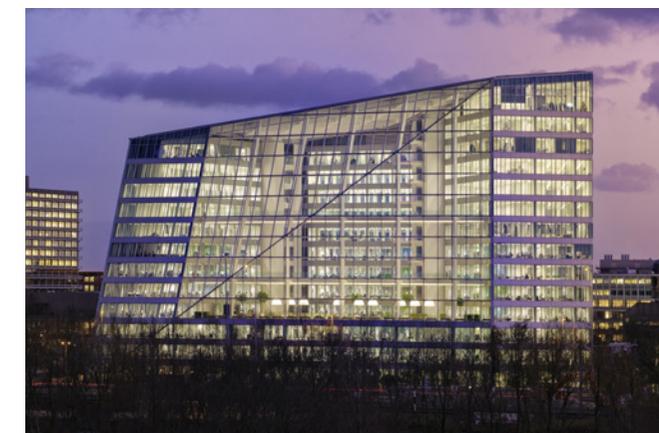
Quand PLP Architecture a-t-il vu le jour ?

R. Bakker

Il y a environ six ans. Je suis arrivé à Londres dans les années 1990, où j'ai d'abord travaillé pour KFP Architects pendant 18 ans. Puis, nous avons décidé d'ouvrir un nouveau cabinet avec quelques collègues. Aujourd'hui, nous employons 200 personnes et travaillons beaucoup à Londres, en Europe, au Moyen-Orient, en Chine et en Corée.

G Qui est à l'origine du concept The Edge ?

RB Cette idée est le fruit du travail de l'équipe chargée de la conception, en étroite collaboration avec Deloitte et la société immobilière OVG. The Edge est un immeuble de bureaux dont Deloitte occupe six ou sept étages, le reste est réparti entre plusieurs sociétés de différents



secteurs. Avec The Edge, nous avons essayé de réunir les différents aspects de l'environnement professionnel en intégrant la technologie et le développement durable de manière à redéfinir le concept de lieu de travail.

G En 2014, l'agence d'évaluation de viabilité environnementale, BREEAM, a attribué à The Edge la meilleure note jamais décernée, faisant de cet immeuble de bureaux le plus respectueux de l'environnement au monde. Vous avez déclaré que c'est en partie la récession de 2008 qui vous a incité à utiliser des matériaux rentables issus de sources respectueuses de l'environnement. C'est bien cela ?

RB Oui. Au moment de la récession, il est devenu plus difficile de prendre les risques qu'implique la mise en œuvre de grands projets. Nous avons tout de même continué de travailler et cherché des moyens d'y arriver. Nous avons envisagé différentes stratégies, comme la mise en œuvre graduelle et la fonctionnalité multi-usages. Nous avons aussi lu des études sur le meilleur moyen d'équilibrer le rapport entre développement durable et rentabilité, ce qui nous a permis de découvrir de meilleurs moyens de construire une structure.

G La note de l'agence BREEAM était la meilleure jamais attribuée. Comment parvient-on à un tel niveau ?

RB Parfois avec difficulté ! L'agence BREEAM évalue le moindre aspect lié au développement durable et on peut facilement s'y perdre en essayant de marquer le plus de points possible. Ce n'était cependant pas l'objectif de Deloitte et OVG. Leur souhait était de bâtir un immeuble durable seulement par souci de l'environnement. Il a donc été conçu dans cette optique, avant même que nous parlions de certification officielle. OVG et Deloitte avaient de grandes ambitions, ce qui nous a permis de déployer tout notre potentiel.

G En tant qu'architecte, comment concevez-vous les espaces de travail et comment contribuez-vous à inventer de nouvelles façons de travailler ?

RB Chez PLP, nous discutons depuis longtemps de ce qui fait un bon lieu de travail. Au fil de ces discussions, il nous a semblé que les gens apprécient de travailler dans un environnement propice aux rencontres fortuites. Nous avons d'ailleurs récemment travaillé pour un client qui est d'accord avec nous sur ce point. Le projet en question est le Crick à Londres. Lorsque sa construction sera achevée, ce bâtiment abritera l'institut de recherche biomédicale le plus performant et le plus innovant du Royaume-Uni. Bref, durant nos séances de travail, l'un des membres de l'équipe du Crick nous a confié que toutes les grandes avancées en recherche médicale trouvent leur origine dans la rencontre fortuite de deux personnes issues d'un

domaine de compétence différent. C'est une excellente façon de voir les choses, dont on devrait s'inspirer. Après tout, ce sont des experts qui le disent.

G Au treizième étage des locaux d'OVG, vous avez fait installer des robinets GROHE Blue® et GROHE Red® dans la cuisine. Comment ces produits s'intègrent-ils à l'esprit du concept The Edge ?

RB Notre agence a toujours fait appel à GROHE, car ses installations sont d'excellente qualité et très bien conçues, mais je ne connaissais absolument pas ces deux robinetteries. Nous ne les avons encore jamais utilisés. GROHE Blue® transforme l'eau plate en eau pétillante à l'aide d'un filtre et de CO₂ alimentaire tandis que GROHE Red® permet d'avoir directement de l'eau bouillante. J'ai été particulièrement impressionné par le potentiel écologique de GROHE Blue®. Aujourd'hui, de nombreuses personnes vont travailler avec une bouteille d'eau pétillante en plastique, en partie parce qu'elles ont pris conscience de l'importance de boire de l'eau pour être en bonne santé. GROHE Blue® leur permet donc de réduire leur impact sur l'environnement en réduisant la consommation de plastique.

G Coen van Oostrom, fondateur et PDG d'OVG dit avoir des robinetteries GROHE chez lui, feriez-vous de même ?

RB Oui, je pense. En fait, j'adorerais avoir une robinetterie GROHE Blue® à la maison. Ici, à Londres, l'eau du robinet n'est pas aussi bonne qu'à Amsterdam, car il paraît qu'elle a déjà été bue sept fois avant ! Dans mon pays natal, les dunes servent de filtration naturelle. Récemment, j'ai lu une étude comparative sur les bienfaits de l'eau du robinet et de l'eau en bouteille à Londres. Globalement, il serait plus sûr de boire l'eau du robinet que de l'eau en bouteille, et c'est probablement meilleur pour la santé, compte tenu de la haute teneur en minéraux des eaux en bouteille, qui peut être nocive. Les robinets devraient vraiment jouer un rôle plus important dans nos vies !

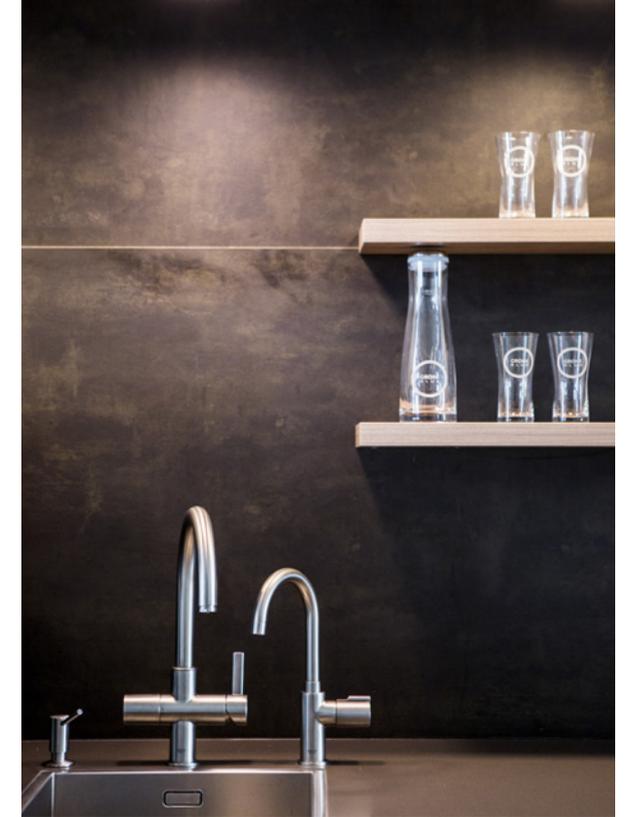
Voir page 81

GROHE BLUE® RÉFRIGÉRANT ET PÉTILLANT

GROHE Blue® purifie l'eau du robinet en lui donnant un goût frais et agréable. L'unité de refroidissement intégrée et la bouteille de gazéification échangeable ajoutent la touche de fraîcheur et de bulles souhaitée.

GROHE RED®

Avec GROHE Red®, vous pouvez tirer de l'eau filtrée déjà bouillante directement au robinet, sans attendre. Et ce, jusqu'à trois litres. Simple et économique.





L'EAU REMPLECE LES ROULEAUX

PHOTOGRAPHIE
SCHMOTT

La nouvelle gamme de WC lavants Arena® utilise le pouvoir purifiant de l'eau pour révolutionner l'hygiène intime et procurer plus de bien-être

Les WC Arena® proposent une température réglable et les fonctions jet de la technologie DreamSpray®, qui nettoie et purifie pour garantir une hygiène irréprochable.



Les lignes pures et minimalistes de la gamme Arena® s'accordent parfaitement avec un mode de vie sain.

Avec son couvercle automatique, sa télécommande et son application dédiée, la gamme Arena® facilite l'hygiène intime et favorise votre bien-être.



ARENA®

Intégrant les meilleures technologies et fonctionnalités, la gamme Arena® de GROHE révolutionne l'hygiène intime et convient parfaitement à toutes les salles de bains GROHE.

L'AVENIR DE L'EAU

TEXTE
SUE GEORGE

En collaboration avec les secteurs du tourisme et de l'hôtellerie, GROHE propose des produits qui réduisent les coûts et les risques de manquer d'eau

L'eau potable se raréfie. D'ici 2030, la demande mondiale devrait être 40 % supérieure à l'offre et de nombreux lacs et rivières s'assèchent déjà. Actuellement, 1,1 milliard de personnes n'a pas accès à l'eau et seulement un pour cent de l'eau consommée est de l'eau douce. Il s'agit d'un problème majeur en réponse auquel les Nations Unies (ONU) ont décidé de se fixer des Objectifs de développement durable (ODD).

Les ODD sont un ensemble de cibles définies par les membres de l'ONU pour encadrer leurs pratiques. Leur réalisation aura ensuite un impact sur les entreprises. L'un de ces objectifs concerne l'eau, les pays s'engageant à « garantir l'accès de l'eau à tous et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau. » Il est donc question d'approvisionnement en eau potable, de gestion des ressources en eau, de préservation de l'eau et de sensibilisation des communautés locales à la préservation de l'eau.

Les causes de la raréfaction de l'eau à travers le monde sont complexes et vont du changement climatique à l'urbanisation, en passant par la croissance démographique. Les

solutions sont donc tout aussi variées et, si les gouvernements et les multinationales ont un rôle à jouer pour enrayer le problème, cette responsabilité incombe également à chaque citoyen. En effet, nombre d'entre nous sont sensibles à la question, mais ne parviennent pas pour autant à changer leurs habitudes au quotidien. Les images de sécheresse diffusées par les médias les incitent à faire des dons, mais ils les oublient quand ils plongent dans une piscine à débordement ou laissent un robinet fuir.

Conscient de ce dilemme, en tant que premier fabricant d'installations sanitaires au monde, GROHE a commencé à intégrer le développement durable au cœur de son métier. « Il est présent dans chaque aspect structurel de notre entreprise, affirme son directeur Thomas Fuhr. Il détermine tout ce que nous faisons, du développement de produit à la fabrication et à la logistique, sans oublier l'utilisation du produit et son traitement en tant que déchet. »

L'industrie hôtelière représente l'un des principaux clients de GROHE. Selon une étude récente du Malta Business Bureau, l'industrie

hôtelière européenne pourrait économiser 365 000 milliards de litres d'eau chaque année. Dans ce domaine, les hôtels pourraient améliorer leur rentabilité en réduisant leur consommation d'eau.

En s'attelant à cette question, et en gardant toujours à l'esprit son engagement pour un design de qualité exceptionnelle, GROHE a collaboré avec de nombreux noms de l'hôtellerie pour les aider à atteindre leurs objectifs. Par exemple, la chaîne hôtelière danoise Danhostel vient de remplacer les anciennes installations de son établissement de Copenhague par des douches de tête GROHE respectueuses de l'environnement et permettant d'économiser l'eau. Les résultats parlent d'eux-mêmes : la consommation d'eau est passée de 13 à 5,8 litres par minute.

Avant la rénovation, GROHE avait évalué la consommation d'eau et d'énergie de l'hôtel Danhostel Copenhagen City afin de déterminer combien d'eau et d'argent pourraient être économisés en passant à des installations respectueuses de l'environnement. C'est un moyen concret de démontrer tout le potentiel des nouveaux produits aux entreprises qui hésitent à réaliser de telles améliorations. Parmi eux, citons la robinetterie électronique Powerbox, qui utilise son débit d'eau pour entraîner une turbine, dissimulée dans une petite boîte sous le lavabo, qui alimente la fonction infrarouge du robinet. « Il suffit que l'eau coule pendant 60 secondes pour générer suffisamment d'énergie pour assurer le fonctionnement de la robinetterie infrarouge pendant 24 heures », explique Thomas Fuhr.

Le Carlson Rezidor Hotel Group est un exemple de groupe hôtelier pour qui l'environnement est une affaire sérieuse. Inge Huijbrechts, vice-présidente chargée de la responsabilité d'entreprise, souligne les

nombreuses étapes que sa société a dû franchir pour garantir la durabilité à long terme de l'eau, à la fois pour sa chaîne d'hôtels et pour l'environnement. L'une des conditions majeures était de signer auprès de l'ONU le mandat des chefs d'entreprise, qui lie les sociétés dans les domaines pouvant avoir un impact sur la durabilité de l'eau.

Prenons l'exemple du groupe Radisson Blu hotels. Comme l'explique Inge Huijbrechts, « Radisson Blu s'applique à diffuser à travers la marque un message de sensibilisation concernant la question de l'eau. Nous travaillons avec les produits pour la douche et des robinetteries GROHE, car ils allient design

L'INDUSTRIE HÔTELIÈRE EUROPÉENNE POURRAIT ÉCONOMISER 365 000 MILLIARDS DE LITRES D'EAU CHAQUE ANNÉE

soigné et utilisation efficace de l'eau. Par exemple, en installant les derniers systèmes Rainshower, nous pouvons économiser 80 litres par douche, soit 8 millions de litres par an dans un hôtel de 250 chambres en moyenne. »

Le secteur du tourisme prend également des mesures dans le monde entier. Fondé en 1992, l'organisme Travelife œuvre pour le développement durable en informant les franchises hôtelières et les agences de voyages sur les moyens de mettre en place des mesures d'économie d'eau : de l'entretien de la piscine à l'utilisation de sanitaires économes en eau, en passant par les services de blanchisserie.

Aujourd'hui, une démarche durable ne signifie pas seulement être respectueux de l'environnement ou faire des économies. Étant donné que nous sommes de plus en plus

alertés sur les problèmes de pollution, il est essentiel que les entreprises communiquent au sujet des efforts qu'elles réalisent. « Le problème de l'accès à l'eau s'intensifie dans de nombreux pays à travers le monde », déplore le directeur commercial de Travelife, Sören Stöber. Son organisme a mis en place un programme de certification reconnu internationalement, qui permet aux entreprises de prouver leur excellence en matière de développement durable. Actuellement, 1 500 membres répartis dans 56 pays ont obtenu cette certification, dont plusieurs grands tour-opérateurs comme TUI et Thomas Cook.

Pour être certifiés Travelife, les hôtels doivent répondre à une longue liste d'exigences, dont 20 critères spécifiquement liés à l'utilisation de l'eau. De la documentation administrative à la gestion des sanitaires, tout est vérifié pour permettre au vacancier séjournant dans un hôtel certifié Travelife d'être sûr que l'eau n'y est pas gaspillée.

La Clef Verte est le premier label environnemental international. Il a été attribué à plus de 2 400 hôtels dans 50 pays. Les pratiques durables des hôtels travaillant avec La Clef Verte sont évaluées par un jury indépendant. Ainsi, ils peuvent informer efficacement leurs hôtes de leurs performances environnementales.

Le groupe Carlson Rezidor est partenaire de La Clef Verte depuis 2009. « Il existe une multitude d'éco-labels pour les hôtels, affirme Inge Huijbrechts. Nous avons choisi de travailler avec un organisme à but non lucratif pour nous assurer que ce qui compte est l'impact positif sur l'environnement, et non les bénéfices de l'organisme de certification. L'évaluation par un jury indépendant est indispensable pour veiller à ce que les mesures conseillées soient bien mises en place et pour aider les hôtels à améliorer continuellement

leurs performances environnementales. »

Avec d'autres membres de l'ITP (partenariat international pour le tourisme) comme KPMG, le Carlson Rezidor fait également partie d'un groupe de travail qui développe actuellement un outil de mesure de la consom-

ET SI LA MISE EN PLACE DES MESURES NÉCESSAIRES NUISAIT À LA QUALITÉ DE L'EXPÉRIENCE CLIENT ?

mation d'eau dans les hôtels. Cet outil proposera des méthodes cohérentes permettant de mesurer, d'analyser et de gérer la consommation d'eau.

Et si la mise en place des mesures nécessaires nuisait à la qualité de l'expérience client ? C'est la question que se posent les hôtels et les agences de voyages souhaitant s'engager pour une eau durable. Pour Jeanette Birkedal, de l'établissement Danhostel Copenhagen City, la force des produits GROHE réside dans leur capacité à augmenter l'efficacité sans perdre en qualité.

« Le principal atout de nos nouvelles douches de tête est qu'elles nous permettent de faire des économies d'eau et d'argent, tout en offrant la même excellence de service à ceux qui séjournent chez nous, apprécie-t-elle. Lorsqu'ils prennent leur douche, nos hôtes ne se rendent pas compte que nous avons réduit notre consommation d'eau de plus de 50 pour cent. Pourtant, l'impact est tout à fait réel d'un point de vue budgétaire et environnemental. » Le secret qui permet aux douches de tête et aux flexibles GROHE de réduire à ce point le gaspillage n'est autre que leur design innovant : en pompant à la fois de l'eau et de l'air, ils réduisent la quantité de liquide utilisée tout en procurant la même sensation de

douche qu'un modèle classique moins économe en eau.

En outre, ces améliorations n'ont pas seulement un effet immédiat, elles contribuent également à façonner à long terme le développement durable. Ainsi, la question du gaspillage ne concerne pas uniquement chaque entreprise, elle est cruciale pour l'avenir du commerce et de l'industrie. Elle touche donc tout le monde, car sans personnel, emplois et services, ce sont les infrastructures entières qui sont en danger.

Aujourd'hui, la situation s'améliore. L'ONU contribue en demandant à ses membres de mettre en œuvre les ODD et les ONG de tourisme durable aident les secteurs de l'hôtellerie et du tourisme à adopter des pratiques plus sûres, sans que cela nuise à leur activité. Naturellement, GROHE collabore avec ses clients pour leur fournir les produits facilitant cette démarche. Mais dans l'ensemble, il reste encore beaucoup à faire.

Premièrement, les touristes devraient s'assurer que leur hébergement respecte les normes environnementales. Deuxièmement, chacun devrait évaluer ses propres habitudes. Parfois, les vacanciers puisent de façon disproportionnée dans les réserves locales. Selon un rapport de l'ONG Tourism Concern, les touristes en vacances à Zanzibar en 2012 ont utilisé 16 fois plus d'eau douce que les habitants de l'archipel. Pourtant, en pensant simplement à fermer les robinets, signaler les fuites et emporter de l'eau en bouteille lors de leurs excursions, les touristes peuvent avoir un impact positif tout en passant de bonnes vacances.

Il est conseillé aux hôtels d'aborder la question sous plusieurs angles : s'inscrire aux programmes de certification est une première étape, mais la formation est tout aussi

importante. Transmettre au personnel le savoir nécessaire pour identifier les problèmes et gérer les incidents permet d'ancrer les meilleures pratiques dans la gestion de l'établissement. Et en se tenant au courant des dernières technologies permettant d'économiser l'eau, ils peuvent prévenir le gaspillage, réaliser encore plus d'économies et renforcer la réputation de leur enseigne.

Le design joue également un rôle essentiel. Si les clients recherchent naturellement des produits esthétiques qui procurent un service excellent, la notion de durabilité doit être prise en compte à chaque étape. Les installations qui sont plaisantes à l'œil mais ne réduisent pas le gaspillage représentent une menace pour le secteur. Dans ce domaine, les fabricants comme GROHE ont montré la voie et lorsque leurs produits font partie d'un système intégrant des éléments de plomberie et de chauffage économes en eau, les bienfaits sont significatifs.

EN SE TENANT AU COURANT DES DERNIÈRES TECHNOLOGIES PERMETTANT D'ÉCONOMISER L'EAU, LES HÔTELS PEUVENT PRÉVENIR LE GASPILLAGE, RÉALISER ENCORE PLUS D'ÉCONOMIES ET RENFORCER LA RÉPUTATION DE LEUR ENSEIGNE

« Nous croyons au pouvoir de l'eau, conclut Thomas Fuhr. Nous travaillons à la création de produits qui la mettent à l'honneur et la préservent. » En adoptant la même attitude, les particuliers, les entreprises et les gouvernements pourront faire de la crise de l'eau de l'histoire ancienne.

DESTINATIONS CULTES

TEXTE
JOSIA LAMBERTO-EGAN

Structure monolithique se fondant dans le désert américain, villa épousant la mer sur la côte espagnole et maison sur pilotis au Japon : partons à la rencontre de trois résidences privées extraordinaires. Toutes achevées récemment, ce sont de parfaits exemples de ce que l'on peut faire en alliant une vision forte à un sens aigu du détail. Naturellement, les propriétaires et les architectes de ces maisons ont choisi GROHE pour équiper leurs salles de bains et leurs cuisines.

Absorbant la lumière, la Black Desert House se dresse comme une ombre dans la ville californienne de Yucca Valley.



ESSENCE
Voir page 97

L'OASIS NOIRE

Avec sa vue panoramique sur le paysage sablonneux californien, sa façade noire et son design minimaliste, la Black Desert House offre à ses propriétaires une oasis de tranquillité.

La Black Desert House, conçue par le cabinet d'architectes de Los Angeles Oller&Pejic est une expérimentation visuelle dans un espace négatif. Entre le grand ciel bleu et le sol blanchi par le soleil de Yucca Valley, ses murs en obsidienne aux angles saillants absorbent la lumière comme de l'antimatière. C'était justement le souhait de ses propriétaires, Marc et Michèle Atlan, dont la seule consigne pour les architectes était de créer une maison qui ressemble à une ombre.

Ils ont donc conçu ce bâtiment qui contraste avec la nature sauvage qui l'entoure tout en la reflétant. « Nous avons traité l'ensemble de la maison, intérieur et extérieur, comme un outil permettant de mettre en valeur le paysage et d'en amplifier la perception », explique l'architecte Tom Oller.

Le résultat, achevé en 2012, ressemble à un avion furtif selon Marc et Michèle Atlan. À l'extérieur de cet imposant bâtiment, des baies à effet miroir servent à dissimuler l'ouvrage en reflétant le désert, si bien que de grandes parties de la structure semblent se dématérialiser, donnant ainsi l'impression de voir au loin à travers la maison. Et à cette hauteur, plus d'un kilomètre au-dessus de la mer, la vue est aussi panoramique que si on était à bord d'un avion.

Cette maison a un effet très apaisant. Les grands espaces lisses à l'extérieur permettent à l'œil de se reposer tandis qu'aucune fioriture ne vient encombrer l'intérieur minimaliste. Les murs noirs et les sols en béton créent une impression de fraîcheur, à l'image des habitations troglodytiques, renforcée par l'un des murs de l'espace à vivre, formé de pierres brutes issues du flanc de la colline. Au centre du bâtiment, une cour protégée est ornée d'un simple jardin triangulaire invitant à la méditation. En effet, cette propriété sans aucun voisin à des kilomètres à la ronde est le lieu de retraite idéal où règnent le silence et un sentiment de profonde quiétude.

La décoration intérieure est également tout en subtilité. La cuisine ouverte et le salon sont entourés par un mur de baies vitrées donnant sur l'étendue désertique qui fait office de décoration. Malgré cette sobriété, quelques pièces du mobilier attirent l'œil. À commencer par le lustre « Zettel'z » signé Ingo Maurer, sur lequel les pampilles en cristal sont remplacées par des notes qui semblent avoir été écrites par quelque poète maudit. Puis, on remarque les produits de la gamme Essence de GROHE, au style pourtant si discret. Avec leurs finitions chrome, ces objets cylindriques utilisés à travers toute la maison contrastent avec les formes angulaires de la Black Desert House tout en se fondant dans l'atmosphère des lieux.



Toujours sur cette thématique, les architectes ont décidé de ne pas recourir au faux turquoise que l'on voit dans presque toutes les piscines de Californie. Ils ont remplacé le fond bleu par un béton noir qui donne un aspect sombre évoquant une source de montagne et donnant l'impression que les blocs de granit dans le désert en contrebas escaladent la colline.

Le paysage est isolé et aride, mais il est aussi unique et fascinant. C'est la raison pour laquelle il a tout de suite plu à Marc Atlan. « Dès que j'ai découvert ce site, j'ai oublié tous les autres terrains que j'avais envisagés », révèle-t-il. Et avec le concept original d'Oller&Pejic, qui résisterait au charme si particulier de la Black Desert House ?

Photos : PR

ESSENCE

Parfaitement harmonieuse, la gamme de robinetterie Essence, qui s'est agrandie depuis la construction de la Black Desert House, s'accorde à merveille avec les intérieurs cosmopolites.

L'ÉTERNEL RETOUR

Surplombant l'océan Atlantique du côté de Cadix, « The House of the Infinite » est une maison tout en modernité digne des dieux de l'Antiquité.



RAINSHOWER® CLASSIC
Voir page 100

Selon la légende andalouse, la ville de Cadix aurait été fondée par Hercule. Si ce divin héros était toujours de ce monde, il habiterait sûrement la « maison de l'infini » (The House of the Infinite), une villa de luxe conçue par l'architecte espagnol Alberto Campo Baeza.

La construction de cette structure minimaliste formée d'un seul bloc rectangulaire s'est achevée en 2014. Elle est construite en travertin, une

roche calcaire semblable au marbre blanc, en référence au matériau utilisé par les Romains qui ont fait prospérer la ville il y a 2 000 ans.

La moitié du bâtiment étant enterrée dans le sable, il a des airs de site archéologique, une impression renforcée par les murs qui se dressent sur son toit, tels des vestiges. La plus longue de ces structures isole la maison de la circulation et est entrecoupée de grandes portes



Photo : Javier Callejas

rappelant les linteaux et les colonnes des temples grecs. Alberto Campo Baeza explique que c'était l'effet souhaité : il a imaginé cette maison comme « une acropole sur laquelle les dieux descendent pour converser avec les humains ».

Toujours dans l'esprit archéologique, l'accès à la maison se fait par un passage entre les murs qui donne la sensation d'entrer dans la roche. Une fois à l'intérieur, au premier étage de la villa, le design reste austère, mais le style est résolument moderne. La surface est très ouverte, ce qui permet d'organiser de grandes soirées et accentue l'étendue de l'espace à vivre. Si l'on observe cet étage d'un bout à l'autre, des ouvertures concentriques créent un effet visuel télescopique semblable à l'illusion d'un miroir sans fin. Au plafond, les larges ouvertures rondes creusées dans la roche, telles les grottes formées par la mer, apportent une touche de fantaisie.

L'atout majeur de cette pièce reste tout de même l'océan Atlantique. Perpendiculaire à la maison, il est visible à travers les baies vitrées allant du sol au plafond sur près de 20 mètres, soit presque toute la façade côté mer. Baignée de lumière la journée, c'est une pièce dédiée à l'adoration du dieu du soleil, Apollon.

L'étage inférieur, composé de sept chambres avec salle de bains, donne directement sur la plage. Ici, la décoration est spartiate et, comme dans le reste de la maison, l'accent est mis sur la continuité des lignes. Quelques concessions sont tout de même faites au confort, avec par exemple de nombreux divans répartis sporadiquement à travers la propriété. Pour les douches, Alberto Campo Baeza a choisi la gamme GROHE Rainshower® Classics pour « ses lignes simples et ses finitions de qualité » en

adéquation avec son design. Comme les aqueducs romains qui alimentaient autrefois Cadix en eau douce, ces installations offrent une cascade rafraîchissante sur la peau salée des baigneurs après une après-midi à la plage.

L'architecte a choisi Cadix pour bâtir ce qu'il appelle « la maison la plus radicale que nous ayons conçue », car il s'agit de la plus ancienne ville d'Europe occidentale. En théorie, une maison aussi contemporaine dénoterait dans un lieu tellement chargé d'histoire, mais avec Alberto Campo Baeza, l'ouvrage a été réalisé d'une main de maître. Si The House of the Infinite est résolument moderne, il émane d'elle une telle intemporalité qu'elle rend parfaitement hommage aux vestiges de l'Antiquité.

RAINSHOWER® CLASSIC
Voir page 99

Les douches de tête GROHE Rainshower® Classic sont parfaitement assorties aux lignes modernes de The House of the Infinite, dont les occupants peuvent apprécier quatre types de jets différents : Jet, Champagne, Rain et DreamSpray.



Photos : Javier Callejas





Photo : Toshiyuki Yano



COSTA
Voir page 104

LA MAISON DU SOLEIL LEVANT

Au Japon, l'architecte magicien Kimihiko Okada transforme les rêves en réalité

Il paraît que le concept de la Toda House, à Hiroshima, est né de la question d'une petite fille, qui a demandé à ses parents si on pouvait vivre dans une maison qui flotte dans l'air. Ses parents sont donc partis de cette folle idée, en y ajoutant quelques exigences, dont la vue sur la mer, un étage pour tenir une boutique, une place de parking et le sentiment d'espace et de sécurité.

Tout ceci semblait peu réalisable, en particulier compte tenu du manque de place dans la banlieue d'Hiroshima. Mais l'architecte Kimihiko Okada a trouvé la solution, Toda House. Cette maison lévite délicatement au-dessus de ses voisines à l'aide de piliers en acier étrangement penchés qui donnent l'impression d'un équilibre précaire. Sous la maison se trouvent une place de parking et un jardin.

À l'étage, les fenêtres panoramiques installées le long des quatre murs extérieurs offrent une vue spectaculaire sur le lever et le coucher de soleil. Parfois, les rêves deviennent réalité.

Au-delà de son impressionnante silhouette, l'aspect le plus innovant de Toda House réside dans son agencement. Façonnée comme le ruban de Möbius, son plafond devient sol et sa pièce à vivre est un long couloir circulaire en plein ciel. Aucune cloison physique ne sépare les pièces, seules deux ou trois petites marches marquent le passage de l'une à l'autre. Elles sont donc toutes à un niveau différent.

Vivre dans la Toda House donne parfois l'impression d'être à bord d'un train : pour passer de la



cuisine au bureau, ses habitants doivent d'abord traverser les espaces salle à manger et salon. Selon la conception de Kimihiko Okada, ces petits trajets donnent l'impression que la maison est plus spacieuse qu'en réalité.

Étant donné l'espace limité, la décoration est simple et sobre. Les piliers en acier créent l'élément visuel le plus spectaculaire en traversant la maison sur toute sa hauteur. Leurs courbes raffinées sont rappelées en miniature dans toute la maison par les robinetteries Costa de GROHE. Les propriétaires ont recherché la gamme originale de ces produits, car ils en apprécient « le design futuriste et la forme classique ».

Le risque d'une maison sans grande pièce commune est d'isoler ses occupants. Mais ici, la baie vitrée qui se prolonge le long de la spirale intérieure offre une vue traversante permettant aux membres de la famille de ne jamais être visuellement coupés les uns des autres. « Étant donné que la hauteur du mur qui entoure la maison varie, explique Kimihiko Okada, la famille peut s'apercevoir. Cela crée un sentiment de sécurité et de confort. »

Effectivement, la force de la Toda House vient de ses contrastes : elle s'étire dans l'espace tout en offrant des espaces intimistes et elle s'ouvre sur l'extérieur tout en s'observant elle-même. Elle semble également se fondre dans le paysage. L'architecte l'a même surnommée « le nid d'oiseau », car elle est construite autour d'un arbre qui pousse au centre de la cour.

Achevée en 2011, cette maison est souvent comparée à la célèbre Villa Savoye du moderniste Le Corbusier. En 2012, elle était chaudement recommandée par le magazine Architectural Review. Kimihiko Okada semble suivre les traces de son mentor, le lauréat du prix Pritzker, Ryue Nishizawa. Mais avec des commandes aussi uniques que la Toda House, nul ne saurait prédire la suite de sa carrière.

COSTA
Voir page 103

Un vrai classique GROHE : le design minimaliste de la gamme de robinetteries Costa et les courbes en acier de Toda House forment un mariage parfait.

Photos : Toshiyuki Yano





LE PLUS GRAND GLACIER DU MONDE

Le glacier Lambert, situé en Antarctique orientale, détient le record Guinness du plus long glacier sur Terre. Difficile de mesurer ses dimensions exactes, étant donné qu'il est constamment en mouvement, mais la NASA estime sa superficie à 20 000 kilomètres carrés pour une longueur de 400 kilomètres. Certains considèrent les glaciers comme des « fleuves de glace », car ils se comportent comme un cours d'eau, un courant de glace

se déplaçant vers le bas depuis un point élevé. Le glacier Lambert a la particularité de se former à partir de la glace qui tombe de la calotte glaciaire de l'Antarctique. Il se déplace vers le Nord et alimente la barrière d'Amery. Outre sa beauté à couper le souffle, le glacier est très utile aux scientifiques qui travaillent sur le changement climatique, car le moindre écart de température à l'échelle de la planète peut avoir un impact colossal sur son flux.

Photo : Richard Stanaway

GROHE | MASTERS OF TECHNOLOGY

NOUVEAU

LES THERMOSTATIQUES GROHE
INDISPENSABLES POUR LA FAMILLE

SÉCURITÉ MAXIMALE POUR LES ENFANTS
GRÂCE À LA TECHNOLOGIE COOLTOUCH



**Thermostatiques Grotherm -
pour une sécurité dans le bain et sous la douche**



GROHE CoolTouch®

Pas de danger de brûlure sur les surfaces chaudes.



GROHE TurboStat®

Une régulation immédiate et permanente
de la température pendant toute la douche.

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE

GROHE RAINSHOWER® SMARTCONTROL

NOUVEAU

GROHE SMARTCONTROL LA NOUVELLE DOUCHE 3D

VIVEZ LA DOUCHE EN 3 DIMENSIONS* :
APPUYEZ, REGLEZ, PROFITEZ

MASTERS OF TECHNOLOGY

*DRÜKEN, DREHEN, DUSCHEN

Rainshower® SmartControl – Sélectionnez le jet, réglez le débit et conservez les réglages . Tout est sous contrôle.

Activez la commande du jet choisi avec le bouton poussoir et tournez-le pour trouver le débit idéal. Une solution vraiment novatrice tout-en-un qui fait de la douche un plaisir.

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE
WAVES