

CONCEPT **Bain**

Tendance

Le tissu habille
l'espace

Équipement

Douchettes à main
Plaques de
déclenchement

Bien-être

Le rituel détox
du sauna

Innovation

La feuille de pierre
en épaisseur XXS

Ré-enchanter le bain
45 baignoires sculpturales



Myriad

Une collection archi-précieuse
conçue et facettée comme un bijou intemporel

Issues de la réflexion entre le studio MHNA (Marc Hertrich - Nicolas Adnet) et la maison française de robinetterie Horus, les pièces de la collection Myriad affichent des lignes monumentales ornées d'un décor guilloché qui incarne l'essence du produit, le valorise. Des surfaces gravées en pointes de diamant empruntées aux codes raffinés de l'horlogerie et aux plus beaux objets manufacturés.

Le corps constellé de micro poinçons sur lesquels la lumière vibre, Myriad impose sa minutieuse géométrie dans l'espace. En ciselant ainsi la matière grâce au procédé de guillochage, ces atours chics forment bien plus qu'un décor de surface. Ennobli par une technique délicate qui s'apparente à de l'art, le laiton chromé démontre qu'il peut se travailler comme l'or ou l'argent,

à l'instar des cadrans des montres d'exception dont le fond tapissé de sillons devient une signature exclusive, un motif identifiable entre tous mais discret, ou encore des briquets de luxe, icônes immuables du savoir-faire de la maison S.T. Dupont en matière de gravure.

LES DÉTAILS RENDENT UNIQUE

Transposée dans l'univers de la salle de bains, cette finition savamment ouvragée fait de la robinetterie un produit hautement

différenciant dont l'identité est aussi remarquable que remarquée. Empreinte de classicisme avec, en filigrane, un hommage révérencieux à la rigueur emblématique du design des années 30, cette robinetterie possède un caractère résolument contemporain. Car il s'agit bien d'une création, au sens artistique du terme. Commercialisé à partir de janvier 2016, Myriad est le fruit d'une collaboration entre le fabricant de robinetterie haut de gamme Horus, symbole de l'excellence

française, et le Studio MHNA. Pour comprendre la genèse de cette collection dont le surfaçage délicat sublime la matière et en cela l'habilité d'une société labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant qui équipe, depuis plus de 30 ans, les hôtels et palaces du monde entier, Concept Bain a rencontré François Retailleau, directeur général de Horus France, porteur de ce nouveau développement industriel et commercial, et Marc Hertrich, son designer.



Studio MHNA : Marc Hertrich (à droite) et Nicolas Adnet.

De quelle façon a démarré l'aventure ?

Marc Hertrich : « C'est d'abord une rencontre, par le biais de produits existant chez Horus, que nous prescrivons. Cette envie de travailler ensemble, de faire un bout de chemin sur une base de création, est née en juillet dernier, suite à une visite de l'usine ». François Retailleau : « Dans un passé récent, c'est la première fois que Horus fait appel à un designer extérieur. Nous souhaitons amener du « sang neuf », très séduits par l'idée d'associer un créateur externe à notre petit univers, sans les limites et les freins que l'on s'impose parfois, avant de se poser la question de l'intelligence du produit dans son utilisation, ses contraintes ».

Comment ce concept particulier a-t-il été développé ?

M.H. : « Il n'y a pas eu de commande. Assez naturellement, nous avons joué le jeu en proposant des esquisses de collections variées. Myriad a été choisie parmi 3 autres pistes assez différentes, plus organiques. Le fait que le studio travaille en général beaucoup pour l'hôtellerie est un paramètre important dans notre réflexion ». F.R. : « Pour tester le marché, ces prototypes ont été montrés aux professionnels lors d'une première présentation à Francfort. « Camouflés » parmi d'autres, la différence de Myriad a fait qu'il a été le plus observé des projets, et l'un des 2 finalement développés.

Qu'est-ce qui vous a séduit dans ce projet industriel ?

M.H. : « Je suis né dans une famille d'ébéniste, j'ai étudié l'ébénisterie. Mon grand-père faisait des choses presque à l'unité, mes parents produisaient en série, ces processus artisanaux ou industriels m'ont toujours intéressés. Au studio, nous réfléchissons sur des objets industriels en plus ou moins grande série ».

Pourriez-vous résumer le principe qui a inspiré cette collection ?

M.H. : « Parmi les réflexions qui nous animent, il y a le regard sur le passé et le futur puisqu'on s'inspire d'Histoire, de lieux où l'on travaille, de toutes sortes de références, d'influences... Dans l'hôtellerie, la prépondérance des collections 1930 m'a toujours marqué. Lorsque les établissements haut de gamme sont refaits, la moitié le sont avec ce type de série. Comment et pourquoi cet élément du passé perdure ? Cette interrogation qui me poursuit depuis 20 ans ! Notre travail a été de concevoir un robinet qui serait suffisamment classique pour remplacer ce robinet 1930 mais en même temps compatible avec le monde contemporain. Avec le guillochage, on en est arrivé à un motif qui est l'essence même du produit. C'est un clin d'œil aux briquets Dupont, Cartier (...) et à tous les joailliers qui ont utilisé l'idée de ciseler en pointe de diamant une partie des surfaces. Par rapport au goût, il y a des choses qui ne

se démodent pas comme la petite robe noire dans la mode ». F.R. : « Nous avons eu un coup de foudre pour quelque chose d'évident ; un robinet assez simple mais original à cause de sa surface, de son aspect extérieur. Quand, en salle d'exposition, je vois 10 ou 20 robinets sur un présentoir, une multitude d'entre eux, au moins les 2/3, ont des formes disgracieuses, vraiment torturées, avec le souci de faire « différent » mais de façon tellement marquée, que c'est choquant et donc raté ».

Sur le plan de l'ergonomie, qu'apporte justement Myriad ? M.H. : « Myriad est née de mon expérience en tant qu'utilisateur dans les hôtels mais aussi d'un constat d'architecte dans nos propres projets. Parce que je trouve bizarre de se pencher derrière un robinet pour actionner une tige, j'ai proposé de mettre en

évidence la tirette de vidage, pour la rendre plus facile à l'utilisation tout en faisant un élément du décor. Raisonner hôtellerie, c'est raisonner pour l'ensemble de la maison, c'est une vitrine ». F.R. : « D'autant qu'il arrive souvent chez le particulier qu'il n'y ait pas assez d'espace entre la cloison et le robinet pour rendre la tirette accessible. Conçu pour l'hôtellerie qui est son premier marché, Myriad doit aussi avoir la capacité de séduire le particulier sans que le prix ait un caractère dissuasif. Sur un marché déflationniste, il faut amener du rêve et de la qualité pour essayer de vendre autre chose que du prix. Pour donner cet aspect en relief, le guillochage réclame un gros travail d'usinage - perpendiculaire à 90° - sur des machines de très haute précision. Nous avons réussi à trouver un équilibre qui ne pénalise pas le coût de revient et donc le prix de vente du robinet ».