

IDEAT

CONTEMPORARY LIFE

ART
PARIS
ART
FAIR
Grand Palais
March 31st - April 3rd 2016

Design

4 designers épatent la galerie

Notre shooting mode arty

Gufram et Seletti,

les Italiens crazy

Lifestyle

10 intérieurs de collectionneurs

Chez les Ricard troisième génération

100 %
ARTY

300
PAGES

Trips

L'Art District 798, à Pékin

Hong Kong, plaque tournante de l'art

Art Paris Art Fair défriche les talents coréens

M 01469 - 121 - F: 5,50 € - RD



La nouvelle face de Montblanc

Par Marie Godfrain



Montblanc a ouvert en décembre 2015, dans le quartier de l'Opéra à Paris, son nouveau concept de boutique. Plus sensuelle, cette formule dessinée par Noé Duchaufour Lawrance se détourne des anciens codes de la marque pour proposer une véritable expérience au visiteur.

C'est un écran aux formes mobiles qui attire l'œil, un jeu d'encre en mouvement qui témoigne de l'évolution de Montblanc tout en rappelant ses racines de fabricant d'« instruments d'écriture ». Ce regard respectueux et contemporain posé sur les nouvelles boutiques de la marque allemande appartient à Noé Duchaufour Lawrance, qui avoue pourtant avoir « privilégié l'expérience client plutôt que l'histoire de Montblanc ». Son concept à l'œuvre dans la boutique du quartier de l'Opéra existe déjà à Taipei ou à Singapour et se retrouvera, dès avril, sur les Champs-Élysées, puis à Marseille comme dans 500 autres points de vente déclinés selon une même « bible architecturale ». « J'ai voulu créer des conditions propices à la déambulation, en dessinant un espace fluide et organique. Montblanc est une marque proche du corps de l'utilisateur. Lui proposer une expérience plus sensuelle à partir de courbes et de couleurs chaudes passe aussi par la création de tiroirs qui évoquent le meuble d'artisan et permettent d'expérimenter les collections. Un meuble se regarde et se touche, deux aspects qui font le caractère de Montblanc », explique le designer. Ce jeu de formes organiques offre un accès plus convivial et moins cérémonieux aux produits, plus en phase avec les nouvelles attentes des clients qui, même dans l'univers du luxe, veulent éprouver l'objet sans distance. Autres détails : un comptoir d'écriture, la mise à disposition d'un écran tactile qui parcourt la collection et une matériauthèque pour comparer les différentes finitions du cuir. Un travail sur mesure réalisé avec des artisans français comme les Ateliers Normand, à Nantes, ou Ligne Roset pour les assises exclusives au piètement galbé.

BOUTIQUE MONTBLANC. 12, boulevard des Capucines, 75009 Paris. www.montblanc.com

Ci-dessus Pour redéfinir les boutiques Montblanc, l'architecte d'intérieur et designer Noé Duchaufour Lawrance (à droite) a eu le talent de marier deux paradigmes : un savoir-faire d'orfèvre et un regard international sur le luxe contemporain. Grâce à cette union, il redéfinit les codes d'un secteur où l'expérience compte désormais davantage que l'image.

© GOVIN SOREL