

PORCELAINE : ENTRE TRADITION ET INNOVATION, LES NOUVELLES FRONTIÈRES DU LUXE

Pour attirer de nouveaux talents ou faire face aux nouveaux arrivants, de la conception aux choix des formes, en passant par le décor et sa finition, les acteurs de la porcelaine se challengent tout en continuant de célébrer leur riche héritage artisanal.

■ Par/by Astrid Briant

Lorsque Sophie Salager a découvert la Manufacture de Coulevre dans le Bourbonnais il y a deux ans et demi, elle a immédiatement été séduite par les 10 000 m² d'usine, les 235 ans d'histoire et de savoir-faire nés de la rencontre fortuite entre un gisement de kaolin local et l'abondance de bois dans la forêt de Tronçais pour alimenter les fours. Mais, dès son arrivée, cette historienne de l'art spécialisée dans les objets du XVIII^e siècle a décidé d'opérer un changement radical. « *J'ai pris la décision de mettre de côté la production de la marque Muriel Grateau, spécialisée dans la porcelaine destinée aux arts de la table et teintée masse, pour recentrer notre activité sur la fabrication de pièces sur-mesure en marque blanche à destination d'un marché B2B aujourd'hui composé de marques d'exception de grands groupes français. De plus, nous avons entrepris la réédition d'archives de la manufacture. Pour cela, nous puisons dans un riche et exceptionnel patrimoine composé de 6 500 modèles et 300 000 moules.* »

Dès lors, l'entreprise se distingue par son expertise inégalée en matière de reliefs. « *Ici aucune calibreuse ou machine sous pression. Nos pièces – de véritables œuvres sculpturales – sont réalisées par la main de l'Homme de la première à la dernière étape et notamment par celles de nos quatre modelleurs, véritables artisans d'art dont la maîtrise des gestes tend à se perdre. Ces pièces contemporaines sont le fruit d'étroites collaborations entre les marques et nos designers qui les modélisent avant de les mettre en production. C'est notamment*

When Sophie Salager came across the Manufacture de Coulevre in the Bourbonnais region of central France two and a half years ago, she was immediately won over the 10 000 m² manufacturing space, the 235 years of history, and the know-how arising from the fortuitous conjunction of a local kaolin deposit and an abundance of wood in the Tronçais forest to fire the kilns. As soon as she arrived, however, the art historian with a specialism in 18th century objects made the decision to roll out a radical change. “*I decided to set aside the production of the Muriel Grateau brand that specialises in porcelain that is block-tinted and designed for tableware, and re-focus our activity on making white-label customised pieces for the B2B market that presently encompasses the high-end names of big French groups. Furthermore, we have embarked upon the re-production of pieces from the manufacturer's archives. To do that, we have dug deep into a rich and impressive heritage of 6500 models and 300,000 moulds.*”

The business has since that time made a name for itself for its unrivalled expertise in relief materials. “*There's no calibrator here, nor any casting machine. Our pieces – genuine works of sculptural art – are handmade by people first and foremost right to the final stage, mainly by our modelmakers who are genuine artisan craftspeople whose modelling skills tend to fade away over time. These contemporary pieces are the fruit of close collaborations between brands and the designers who model these before they go into production. That's particularly the case for*

PORCELAIN: THE NEW FRONTIERS OF LUXURY, BETWEEN TRADITION AND INNOVATION

To attract new talent and handle new arrivals on the scene, actors in the porcelain industry are challenging themselves while also celebrating their rich artisanal heritage in all areas including design, choice of shapes, décor, and finish.



Sieger by Fürstenberg a imaginé un nouveau décor pour son service de table fabriqué à la main My China!. Paraíso Blue conte la beauté de la nature dans un coloris bleu-gris intemporel, rehaussé d'une étoile dorée, appliquée et polie à la main sur chaque pièce. Prix public : 145 € l'assiette plate ø 29 cm. Sieger by Fürstenberg has created a new decor for their new handmade My China! table service. Paraíso Blue enshrines the beauty of nature into a classic blue-grey colour adorned with a gold star that is hand-polished and applied to each piece. Price to the public: €145 for the flat ø 29 cm plate.

le cas pour *Babylone*, la dernière collection de Christofle qui résulte de leur collaboration avec Aurélie Bidermann. Ce travail a donné naissance à des assiettes dont le bassin mat est rehaussé d'une tresse en biscuit, minutieusement réalisée à la main. Plusieurs heures de travail sont nécessaires à la réalisation d'une seule pièce et c'est ce que ces marques d'exception recherchent. Longtemps focalisées sur le décor, elles témoignent désormais d'un véritable intérêt pour la forme et le relief uniques et sur-mesure plus différenciants. Elles peuvent bouter les assiettes rondes et festonnées usinées », explique Sophie Salager avant de rappeler que pour compléter ce marché, la Manufacture de Couleuvre adresse également des particuliers grâce à son site internet et son magasin d'usine.

LES DÉCORATEURS GARDENT LE CAP

La maison Raynaud, créée en 1919 par la famille éponyme, se distingue, quant à elle, par la qualité de ses décors. Issu de la troisième génération, Bertrand Raynaud est aujourd'hui en charge de la création de la marque et perpétue la tradition à laquelle il ne manque pas d'insuffler la dose d'innovation nécessaire pour satisfaire des clients historiquement internationaux – notamment américains – du circuit horeca (hôtellerie, restauration, café), mais aussi des décorateurs et des architectes d'intérieur qui, pour leurs propres clients – professionnels ou particuliers – apprécient particulièrement le savoir-faire décoratif unique de la maison. « Nous travaillons également avec des institutionnels. La

Christofle's latest collection, *Babylone*, which was the result of work done with Aurélie Bidermann that resulted in plates whose matt basin is adorned with a biscuit braid design that is meticulously created by hand. It takes several hours of work to make a single piece, and that is what these big names of exception are looking for. With a historic focus on décor, these brands are now expressing real interest in unique, customised shapes and reliefs that have a more differentiating effect. They are steering clear of factory-made embellished, rounded plates," explains Sophie Salager who goes on to recall that the Manufacture de Couleuvre will also be addressing the needs of personal shoppers through its factory shop and website to complete the market.

DECORATORS STEER A STEADY COURSE

The Raynaud *maison* was set up in 1919 by the eponymous family, and sets itself apart for the high quality of its decoration. The third generation family member Bertrand Raynaud presently manages the brand creation and carries the torch of the tradition. He has no hesitation, however, in infusing that tradition with a good dose of the innovation that it needs to satisfy its historically international clientele (particularly Americans) in the hotel, restaurant and café industry – as well as interior architects and decorators who are particularly fond of the *maison*'s unique decorative expertise on behalf of their own clients, be they personal or industry clients. "We do also work with institutional clients. People really appreciate the finesse of the decorations, the richness of the colours and the

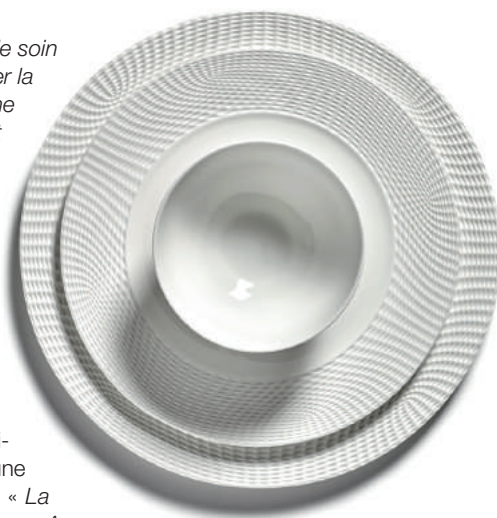
finesse des décors, la richesse des couleurs, le soin apporté au détail et notre capacité à repousser la limite des possibles pour adapter un décor à une pièce sont particulièrement appréciés. C'est notamment le cas avec un décor graphique comme celui de la collection Trésor qui vient par exemple épouser une tasse dans son entièreté et nécessite, de fait, la pose de deux chromos différents avec deux cuissons et, avec elles, l'impérieuse nécessité d'un raccord parfait et d'une jonction invisible », explique Elodie Mongellaz, responsable marketing et communication de Raynaud.

Pour déterminer quels seront les prochains décors, Elodie Mongellaz concède que la maison fait souvent appel à son instinct et porte une grande attention aux attentes de ses clients. « La collection Abysses réalisée en collaboration avec Aurore de la Morinerie est née par hasard. L'artiste avait publié un travel book avec Louis Vuitton qui a fait l'objet d'un article dans le magazine AD sur lequel est tombé Bertrand Raynaud. Il a été conquis par son travail et, à partir de là, a imaginé la dimension que ces illustrations pourraient prendre sur ses pièces en porcelaine de Limoges. Sur Imari et Abysses, nos deux dernières collections, nous avons travaillé le décor en variant les motifs, en créant la surprise d'une pièce à l'autre, sans les décliner de façon systématique et automatique. Par exemple, la paire de tasses à café Imari a un décor différent de la paire de tasses à thé, les deux se complètent mais ne sont pas identiques. Sur Abysses, certaines pièces comportent des motifs de faune marine, d'autres non, décrit Elodie Mongellaz avant de poursuivre : D'autres processus créatifs ont également lieu en interne, pour créer des designs plus intemporels avec du noir, de l'or à l'instar d'Oskar. Nous avons également fait appel à Olivier Maillefer, un ancien designer de la Maison Raynaud qui est à l'origine du décor Imari lancé en septembre dernier. Il n'y a pas de processus figé. Les créations naissent au gré des projets, des rencontres, des envies. »

Michel Bernardaud, président de la maison éponyme, définit, quant à lui, l'approche du style de la maison éponyme comme volatile : « Chez Bernardaud, nous sommes à la fois ancrés dans la tradition et ouverts à l'innovation. Nous possédons notre propre imprimerie, d'une qualité exceptionnelle, et disposons d'un bureau interne de création. Cette spécificité nous confère une grande liberté dans nos créations poussant le plus loin possible la complexité de nos décors et nous permet d'innover en permanence en proposant par exemple des décors texturés ou inventant des couleurs miroir réfléchissantes comme celles imaginées pour l'artiste Jeff Koons. »

FORMES ET FINITIONS : LE MIX & MATCH S'AFFIRME !

Sophie Salager concède qu'il suffit parfois de peu pour qu'une pièce datée donne le sentiment d'avoir fait l'objet d'une cure de jouvence. « Redessiner l'anse d'une tasse, le pied d'un vase, suffit parfois à rendre



La céramiste belge Ann Van Hoey a créé pour Serax un service de table contemporain dans la tradition de la vaisselle en bone china de haute qualité, en utilisant la technologie informatique pour générer les modèles 3D. Baptisée Nido, cette collection combine différents motifs pour un rendu ludique et frais, et se compose de pièces emboîtables. Côté finition, la designer belge a choisi une glaçure translucide qui rehausse le caractère immaculé de la porcelaine blanche. Prix public : à partir de 24,50 € la pièce en porcelaine. The Belgian ceramic artist Ann Van Hoey has created a contemporary table service for Serax in the tradition of high-quality bone china dishware, using IT to generate 3D models. The service is called Nido, and it combines different motifs for a look that is fresh and playful, with stackable pieces. The Belgian designer has opted for a translucent glaze for the finish that highlights the immaculate character of white porcelain. Prices to the public: from €24.50 for the porcelain piece.

attention to detail, as well as our capacity to push the boundaries of what is possible in adapting a decoration on a piece. That is especially the case for a graphic-look décor such as the one you see on the Trésor collection that will, for example, bring together a cup in its entirety and in fact requires the placing of two different chromolithographs with two firings alongside the absolute necessity of ensuring that the join is impeccable and the link-up invisible" explains Elodie Mongellaz, marketing and communications manager at Raynaud.

To determine future decorations, Elodie Mongellaz says that Raynaud frequently goes with its own instinct, and takes into account the expectations of its customers to a significant extent. "The Abysses collection made in partnership with Aurore de la Morinerie came about by chance. The artist had published a travel book with Louis Vitton that was the subject of an article in AD magazine, and Bertrand Raynaud came across the article. He liked the work, and on that basis conceived of the dimensions that the illustrations might assume on Limoges porcelain. Our most recent two collections, Imari and Abysses, feature the decoration we have worked out in varying the motifs to generate a surprise effect on one piece and then another, without rolling it out in an automated or systematic fashion. The Imari coffee cups have a different decoration to the tea cups, for example, and the two complement each other but are not identical. On the Abysses pieces, some pieces have marine fauna motifs while others don't, says Elodie Mongellaz, adding that Other creative processes also occur internally to result in more timeless designs using black, or gold – like with Oskar. We also called upon the services of Olivier Maillefer, a past Raynaud designer, who started the Imari decoration that was launched in September. There's

Service Augusta chez Bernardaud. Inspiration Art déco pour une mosaïque d'or, de vert tendre et vert émeraude qui se déploie en tapis et en frise. Augusta service at Bernardaud. Art Deco inspiration for a mosaic of gold, gentle green and emerald green that is rolled out as a frieze and also covering a greater surface area.





Fort de son patrimoine, la manufacture de Couleuvre réédite sa collection "Les Perles" créée dans les années 1930 en retravaillant les formes pour en accentuer les reliefs, et en soulignant la porcelaine blanche avec des émaux or, argent et platine.
 The Manufacture de Couleuvre is bringing out once again its 'Les Perles' collection created back in the 1930s, in a re-work of the forms to accentuate the relief and underpin the white porcelain with platinum, silver and gold enamel.

ces pièces plus contemporaines », illustre-t-elle. Une seconde tendance émergente dans ce domaine est la fusion de techniques de finition traditionnelles avec des méthodes plus contemporaines, créant ainsi des pièces uniques et originales qui marient l'ancien et le nouveau. Certaines pièces comme celles de la Manufacture de Couleuvre combinent des finitions mates avec des émaux brillants pour créer des contrastes visuels saisissants, ajoutant ainsi une dimension supplémentaire à leurs créations. « C'est encore assez peu courant parce que ça prend du temps, souligne Sophie Salager. C'est un travail entièrement artisanal qui consiste à cirer et réserver des parties de la pièce que vous ne souhaitez pas émailler. À la Manufacture de Couleuvre, nous aimons le temps long. Certaines pièces de la collection qui sortira en septembre prochain ont été imaginées ainsi. »

Cette tendance du mix and match, Elodie Mongellaz chez Raynaud, l'observe également : « Le dressage est beaucoup plus décomplexé, notamment chez les jeunes générations. C'est une tendance que nous avons identifiée et nous n'hésitons pas à mixer nos propres collections. Chez Raynaud, nous nous amusons régulièrement à mixer des collections qui, a priori, n'avaient rien en commun et nous nous apercevons que, souvent, cela fonctionne. C'est une affaire d'imagination et de goût. Pour de futurs lancements, nous étudions également l'idée du



Raffinement poétique pour la collection Abysses, née de la rencontre entre Raynaud et Aurore de la Morinerie. Prix public : 130 € l'assiette plate ø 31 cm.
 Lyrical elegance for the Abysses collection, the fruit of the encounter between Raynaud and Aurore de la Morinerie. Price to the public: €130 for the ø 31 cm plate.

no set process – designs come about as plans are developed alongside encounters and what people want."

Michel Bernardaud, head of the eponymous maison, defines the house style as mercurial: "Here at Bernardaud, we are both anchored in tradition and open to innovation. We have our own print facilities that are of exceptionally high quality, and we have an internal design studio. That particular feature gives us great creative freedom, and pushes the complexity of our decorations to its utmost limit. It means we can always be innovative, offering textured decorations for example, or inventing reflecting mirror hues like those created by the artist Jeff Koons."

FORMS AND FINISHES : MIX & MATCH ALL THE WAY!

Sophie Salager concedes that sometimes it is enough for a dated piece to convey the feel of something that has been rejuvenated. "Sometimes all you need to do to make these pieces more contemporary is to redesign a cup handle or vase base," she points out. A second emerging trend in the domain is the fusion of traditional finishes with more contemporary methods, resulting in unique and original pieces that blend the old with the new.

Some pieces, such as those made by the Manufacture de Couleuvre, combine matt finishes with brilliant enamels to create striking visual



« Chaque pièce façonnée par Revol porte la marque distinctive du savoir-faire français, une alchimie entre artisanat et innovation pour créer des objets d'exception », explique Olivier Passot, dirigeant de Revol. La nouvelle collection de la marque, Madeleine, ne fait pas exception puisque la fabrication d'une théière nécessite l'intervention de 40 mains ! 3 techniques de fabrication sont mobilisées : le coulage, le calibrage et le coulage sous-pression. Madeleine se distingue aussi par son design tout en rondeur et sa teinte blanc albâtre, signature de la manufacture fondée en 1768. Prix publics entre 15 et 39 €. : "Every piece shaped by Revol bears the distinctive hallmark of French know-how – an alchemy of artisanship and innovation, to create exceptional objects," explains Revol manager Olivier Passot. The brand's new collection, Madeleine, is no exception to the rule – making a teapot involves the intervention of 40 hands! Three manufacturing techniques are used: pouring, calibration, and pressure casting. The rounded design and white alabaster colour are also what makes the Madeleine collection really stand out – the signature of the manufacturer founded back in 1768. Prices to the public between €15 and €39.

mix and match au sein d'une même collection, sur des matières, sur des finitions. Le contraste mat et émaillé est très moderne et élégant. Nous en sommes encore aux prémices et de nombreux tests seront sans doute encore nécessaires pour s'assurer du résultat », explique Elodie Mongellaz. Et de confier par ailleurs que la marque explore des voies plus technologiques pour s'offrir une plus grande liberté créative en termes de formes.

DES POSSIBILITÉS DE CONCEPTION ÉLARGIES PAR LA 3D

Comme Raynaud, de nombreuses marques se tournent vers l'impression 3D pour explorer de nouvelles formes de blanc. « C'est fascinant à la fois pour la rapidité de réalisation que pour l'ampleur des possibilités offertes. Chez Raynaud, nous utilisons actuellement des imprimantes 3D pour créer des pièces en plastique qui servent à tester des moules destinés à notre atelier de modelage. Ceux-ci sont ensuite traduits de manière plus traditionnelle. Cependant, certaines maisons impriment

contrasts, adding an additional dimension to the creations. "That kind of thing is still not commonplace as it takes quite some time, points out Sophie Salager, It is a fully artisanal work that involves polishing and blocking off parts of the piece that you do not want to enamel. We like things that take a long time here at the Manufacture de Couleuvre – some pieces in the collection that will be available in September have been conceived that way."

At Raynaud, Elodie Mongellaz also notes the mix and match trend: "The looks people go for are increasingly deconstructed, particularly among younger generations. We have identified that trend and have no hesitation in mixing up our own collections. Here at Raynaud, we take great pleasure in mixing and matching collections that, in theory anyway, might not go together at all. Then we see that actually it can work well. It's about imagination and personal taste. We are also looking closely at mix and matches within the same collection for future launches around materials and finishes. The matt and enamel contrast is very modern and elegant. We are still in the early stages, and we will no doubt need to do a lot more testing to get the outcome we want" explains Elodie Mongellaz. She also adds that the brand is exploring more high-tech pathways to offer greater creative freedom around forms and shapes.

EXPANDED DESIGN POSSIBILITIES WITH 3D

Like Raynaud, other brands have turned to 3D printing to explore new shapes as a blank canvas. "It's as fascinating to use for the speed of the creations as for the breadth of possibilities available. Here at Raynaud, we are currently using 3D printers to create plastic pieces that can be used to test moulds for our modelling workshop, and these are then transcribed in a more traditional way. Some places actually already print porcelain directly, which has the potential to result in shapes that would be impossible to create manually because of how fragile porcelain is which can, in some cases, complicate the turn-out process."

It is a vision shared by Michel Bernardaud: Contrary to what some people say, all that ancestral knowledge dovetails very nicely with new technologies. Porcelain is often associated with tableware, but it has



La collection Signum incarne la rencontre entre le cristal et la porcelaine. Née de la collaboration entre Swarovski et Rosenthal, elle arbore un design graphique octogonal rehaussée de touches dorées peintes à la main. Coloris disponibles : fern, rose, azure et jonquille. Prix public : 105 € la paire de tasse à café. : The Signum collection embodies the encounter between crystal and porcelain. Borne out of a partnership between Swarovski and Rosenthal, the collection is adorned with an octagonal graphic design together with hand-painted gilt touches. Colours available: fern, rose, azure and daffodil. Price to the public: €105 for the coffee cup pair.

Une fois encore, Haviland invite à admirer l'art du détail avec la collection Romane, qui dissimule une jungle luxuriante dans son décor en fleur de cashmere. Plus de 9 espèces végétales y sont représentées dans une déclinaison d'orange et de gris. Les feuilles de philodendron, de bananier, de palmier majestueux ou de phœnix, de Strelitzia, de Ginkgo et des lianes épousent ainsi la porcelaine extra blanche de Limoges. : Haviland have once again issued an invitation to admire the art of fine detail with its Romane collection, in which a luxuriant jungle lurks beneath a cashmere flower design. Over 9 plant species are depicted in an orange or grey roll-out, featuring the leaves of the philodendron, the banana tree, the majestic palm tree and the phoenix palm tree, the Strelitzia, the Ginkgo and the vine tree – all of them winding their way across the extra-white Limoges porcelain.

déjà directement de la porcelaine. Cela permet notamment d'obtenir des formes qui seraient impossibles à réaliser de manière traditionnelle en raison de la fragilité de la porcelaine, ce qui, dans certains cas, complique le démoulage. »

Une vision partagée par Michel Bernardaud : « Contrairement à ce que d'aucuns pensent, ces savoir-faire ancestraux se conjuguent très bien avec les nouvelles technologies. Souvent associée aux arts de la table, la porcelaine a de tout temps été utilisée dans d'autres territoires tels que les meubles ou les luminaires, ou les contenants spiritueux. Chaque projet, de plus en plus complexe, est un enrichissement, une nouvelle opportunité de pousser un peu plus loin la porcelaine, la sortir de ses limites, car la porcelaine est un matériau complexe et difficile à maîtriser. » Pour Elodie Mongellaz, il reste néanmoins nécessaire de rappeler que s'il semble évident que l'impression 3D permet de réaliser des pièces phénoménales, en termes de finesse, rien n'est pour le moment encore comparable à la main de l'Homme.

Pour Vanessa Sitbon, directrice de la communication, du marketing et du digital chez Haviland, les évolutions techniques, technologiques ou encore artistiques des savoir-faire représentent aussi le moyen de recruter au sein des jeunes talents : « Nos métiers reposent sur des gestes ancestraux, estime-t-elle. L'hybridation entre tradition et modernisme est essentielle pour attirer la nouvelle génération d'artisans à travailler avec nous. Il est primordial de leur démontrer que les métiers d'art sont en constante évolution, c'est pourquoi nous sommes labélisés Entreprise du patrimoine vivant. De plus, ces avancées significatives nous poussent à relever le défi de surprendre continuellement les arts de la table et les consommateurs. »

Vanessa Sitbon rappelle par ailleurs que pour pérenniser les activités de la marque et rester pertinente face à l'arrivée de grands groupes à l'instar de LVMH dans le secteur des arts de la table, tout en continuant de célébrer le riche héritage artisanal de la porcelaine et de la céramique, les marques n'ont définitivement plus le choix que de se challenger pour ainsi répondre aux besoins des consommateurs contemporains qui cherchent à la fois la qualité et l'esthétique dans leurs articles de table. ●



also been used in other domains all that time including furnishing and lighting, as well as for containers for spirits. Every project, as it becomes increasingly complex, is actually an enrichment – a further opportunity to push the boundaries of porcelain a little further and to get outside its comfort zone – after all, porcelain is a complex material that is difficult to handle expertly.”

Elodie Mongellaz is of the view that, no matter what, it remains important to remember that while it might seem obvious that 3D printing is a great way to create extraordinary pieces in terms of finesse, nothing – right now – compares to the work of the human hand.

Vanessa Sitbon, communications, marketing and digital manager at Haviland, considers that the developments of know-how in terms of techniques, technology and artistry also represent an opportunity to recruit younger talent: “Our crafts are based on what our ancestors did, she suggests, The cross-fertilisation of tradition with modernism

is essential to attract the next generation of artisans to get them to come and work with us. It is critical that we show them that arts and crafts are constantly evolving, and that is why we bear the French Living Heritage Enterprise label. What's more, these major advances push us towards meeting the challenge of always surprising the tableware industry and its consumers.”

Vanessa Sitbon also recalls that brands simply no longer have any choice but to challenge themselves if they want to ensure that they continue to thrive and remain relevant in the face of the arrival of big groups like LVMH in the tableware sector, while also simultaneously celebrating the rich artisan heritage of porcelain and ceramic. For now, that is how they will respond to what consumers are looking for: both quality and good aesthetics in their tableware pieces. ●

Objet design iconique de Villeroy & Boch, La Boule s'affiche cette année dans un décor inspiré du style Mid-century. Baptisée Miami, cette nouvelle version affiche un look volontairement rétro. Pour rappel Boule est un service 7 pièces (2 bols, 2 coupes plates, 3 assiettes dont une de service). A noter qu'en 2024, Villeroy & Boch lance la Petite Boule, un ensemble de 5 éléments (4 bols + 1 assiette) dédié à l'apéritif. Celle-ci est déclinée en noir mat, blanc satiné, noir et blanc contrasté et dans le style Memphis, et dans la version Toy's Delight pour les fêtes de fin d'année. : La Boule is an iconic design object from Villeroy & Boch, and this year the piece sports a design inspired by a mid-century style. The new variant is called Miami, and it has a determinedly retro look. La Boule is a 7-piece service (2 bowls, 2 shallow bowls and 3 dishes including one serving dish) – and in 2024, Villeroy & Boch launched the Petite Boule – a set of 5 items (4 bowls + 1 plate) dedicated to the aperitif. It comes in matt black, satinated white, black and white contrast, and Memphis style as well as a Toy's Delight variant for the end-of-year festivities.



INSPIRATIONS PORCELAINE

LIFETIME BRANDS

La porcelaine continue d'être associée à des designs classiques : c'est par exemple le cas de Mikasa Chalk, collection en porcelaine blanche polyvalente qui laisse libre cours au mix & match. « *Cependant, nous constatons également que les consommateurs gravitent autour de tendances maximalistes pour créer des paysages de table saisissants, dignes des médias sociaux, qui célèbrent la vaisselle d'une manière audacieuse*, observe Claire Budgen, directrice marketing et commerciale chez Lifetime brands. *Notre collaboration Mikasa x Sarah Arnett repousse les limites de la couleur et du motif. Nous avons collaboré cette créatrice basée au Royaume-Uni en utilisant des éléments de ses modèles à succès pour créer une proposition exclusive pour notre gamme Mikasa.* » Coloré et vibrant, ce service de table et à thé inspiré de la flore, de la faune, du cinéma, de la poésie, de l'architecture et des voyages, ajoute une touche d'aventure pour soi, ou pour offrir. Articles livrés en boîtes-cadeaux recyclables et prêtes à l'envoi.

Porcelain continues to be associated with classic designs, and that is certainly the case with Mikasa Chalk - a collection of versatile white porcelain that gives free rein to mix & match preferences. "We are also, however, seeing that consumers are gravitating towards maximalist trends to create striking table landscapes worthy of social media posts that celebrate the dishware in a bold manner, observes Claire Budgen, commercial and marketing director at Lifetime brands. Our Mikasa x Sarah Arnett collaborations are pushing at the boundaries of colour and motif. We worked with this UK-based designer by using elements of her models with great success to come up with an exclusive proposition for our Mikasa range." The table service is vibrant and colourful and takes its inspiration from flora, fauna, cinema, poetry, architecture and travel, adding a touch of adventure for yourself or as a great gift. The items come in recyclable gift boxes and are dispatch ready.



ZONE DENMARK

La marque de F&H Group investit le champ de l'art de la table avec Eau, un service de table en porcelaine de douze pièces épurées et pratiques (assiettes, bols, tasses, carafe). Simple et efficace : son coloris blanc cassé et sa robustesse lui permettent un usage aussi bien domestique que professionnel. Le plus ? Tout est empilable pour un gain de place dans les placards. Prix public : de 6,95 € à 32,95 €.

The brand from the F&H Group is investing the tableware landscape with Eau: a porcelain table service comprising twelve practical, pared-back pieces (plates, bowls, cups and a carafe). It's straightforward and efficient: the off-white colour and robustness make the set ideal for usage both in the home and in the catering industry. Everything is stackable for space saving in the cupboard. Price to the public: from €6.95 to €32.95.



PILLIVUYT

La toile de Jouy et la porcelaine Pillivuyt se rencontrent pour donner naissance à la collection Les Quatre Parties du monde, issue d'une collaboration avec le Musée de la Toile de Jouy de Jouy-en-Josas. Chaque pièce « incarne la fusion unique entre l'histoire captivante de l'iconologie de Cesare Ripa et l'ingéniosité artistique de Huet, révélant ainsi les continents européen, africain, américain et asiatique à travers des allégories codifiées », explique-t-on chez Pillivuyt qui propose ainsi un banquet artistique. Chaque pièce devient ainsi une fenêtre sur le XVIIIe siècle, dans une symphonie de couleurs (pourpre, jaune, bronze, vert empire, bleu, gris foncé) et d'allégories, conçue pour être superposée et assortie. Références disponibles : assiettes plates ø 17, 22 et 26 cm, assiette creuse ø 22 cm, tasse + soucoupe à moka, mug, bols saladiers ø 13 et 15 cm.

Pillivuyt porcelain and Toile de Jouy fabric have got together and given birth to the collection Les Quatre Parties du monde ['The Four Continents'] that is the fruit of



PORCELAIN INSPIRATIONS

a partnership with the Museum of Toile de Jouy at Jouy-en-Josas in the greater Paris area. Each piece *"incarnates the unique fusion between the captivating history of the iconology of Cesare Ripa and the artistic ingenuity of Huet, depicting the continents of Europe, Africa, America and Asia via codified allegories,"* explained Pillivuyt, as they serve up an artistic banquet. Each piece has become a window into the world of the 18th Century in a symphony of colours (purple, yellow, bronze, empire green, blue, dark grey) and allegories designed to be placed one on the other, and matched. Items available: flat plates measuring ø 17, 22 and 26 cm, deep plates measuring ø 22 cm, mocha cup + saucer, mug, salad bowls measuring ø 13 and 15 cm.

RAK PORCELAIN

Contours fluides et design artistique pour la collection Pose en porcelaine fine, présentée en janvier dernier à Ambiente. « *Parfaitement imparfaite* » comme le souligne le fabricant, cette gamme introduit un mouvement libre dans le dressage. RAK Porcelain a collaboré avec Ana Roquero, PDG et designer de Cookplay et lauréate du Reddot Award pour imaginer ce service de 18 pièces. Une porcelaine blanche, brillante et pure pour une table au luxe discret. 18 références disponibles.



The Pose collection presented at the January iteration of Ambiente features artistic design and fluid contours. The range introduces fluid movement into the presentation - *Perfectly imperfect* emphasises the manufacturer. To create the 18-piece set, RAK Porcelain has joined forces with Ana Roquero, CEO and designer at Cookplay, and winner of the Reddot Award. There are 18 pieces in the set of porcelain that is white, brilliant and pure for discreet luxury at the dining table.

VILLEROY & BOCH

Tendance ultra minimaliste pour Afina, la nouvelle collection de Villeroy & Boch et Christian Haas : sa silhouette raffinée se marie à un relief délicat en premium porcelain immaculé, ce qui a représenté un défi en termes de production. « *Avec la*



collection Afina, je voulais créer une contrepartie à un monde de plus en plus numérique, explique Christian Haas. *Afina est une expérience tactile au design inédit. Son relief, son bord surélevé et sa fluidité captivante constituent une expérience pour les sens au quotidien. Parallèlement, la forme originale des assiettes, inédite jusqu'à présent, donne à la porcelaine un effet aérien.* »

An ultra-minimalist trend for Afina, the new collection from Villeroy & Boch and Christian Haas: the collection's elegant profile is married to a delicate relief in immaculate premium porcelain, which was a real challenge to produce. *"With the Afina collection, I wanted to create a counterpart to an increasingly digital world,* explains Christian Haas, *Afina is a tactile experience with a brand-new design. Its relief features, the raised edge and the captivating fluidity constitute an everyday sense experience. Alongside that, the original shape of the plates that is brand new gives the porcelain an aerial effect."*

ESMA DEREBOY

Les services en porcelaine Esma Dereboy se caractérisent par leur simplicité et leur caractère intemporel, combinant des coloris naturels : noir, ivoire, corail, roche... Ils se marient ainsi aisément entre eux dans une multitude de combinaisons originales. Des articles complémentaires peuvent s'ajouter : saladier, plats de services, tasses, etc. Esma Dereboy s'est formée à Kütahya, la capitale de la céramique en Turquie, en participant à des formations de design classique et local. Les produits articles de la marque sont aujourd'hui vendus à Hong Kong, en France, au Liban, aux États-Unis, à Dubaï, en Jordanie, en Suisse, en Afrique du Sud et au Japon.

Esma Dereboy porcelain services are notable for their timeless character and their simplicity, combining natural shades: black, ivory, coral, rock grey. They match effortlessly with each other to produce a multitude of original combinations. Further complementary items are easily added including salad bowls, serving dishes and cups. Esma Dereboy trained at Kütahya, the ceramics capital in Turkey, during which she was involved in local and classic design training. Esma Dereboy items are currently sold in Hong Kong, France, Lebanon, Dubai, Jordan, Switzerland, South Africa and Japan.

