

# À VIVRE

ARCHITECTURES

NUMÉRO 59

MAISON

ENVIRONNEMENT

DESIGN

## LUMIÈRE NATURELLE

**Baies vitrées et brise-soleil:**  
le nouveau visage de la maison

**SUPPLÉMENT 16 PAGES**

**TROUVER LES BONNES  
ENTREPRISES**

CONSEILS  
D'ARCHITECTES POUR  
RÉUSSIR SES TRAVAUX

**SALLE DE BAINS**

*vasques, douches, baignoires:  
les nouveautés 2011*

**JARDIN D'OMBRES**

*inspirations d'Extrême-Orient*

**DESIGN** *les leçons colorées d'un duo  
de jeunes créateurs*

**HABITANTS ATYPIQUES**

*quelle place pour les constructions  
hors normes?*

**DÉCOUVREZ 8 MAISONS AVEC PLANS, FICHES TECHNIQUES, PRIX**  
SUR LA CÔTE ATLANTIQUE, EN RÉGION PARISIENNE, EN PROVENCE, DANS LES PYRÉNÉES...

MARS | AVRIL 2011

M 05735 - 59 - F : 5,90 € - RD



# TOUT IMPACT DU CHOCOLAT

*Chocolatiers médiatiques et bûches en série limitée, duos artisan/créateur à l'origine de véritables collections gourmandes : on ne compte plus les blogs, livres, expositions et autres événements consacrés au sujet. L'époque étant plutôt propice – notre estomac à peine remis des truffes, l'on s'apprête à chercher les œufs cachés dans le jardin –, nous avons profité de l'occasion pour faire le point, goûter quelques produits et demander aux professionnels en quoi consistent véritablement ces collaborations. Et il semblerait qu'au-delà de l'exigence du goût et de la qualité, il s'agisse de bien plus que de transformer un œuf de Pâques en chariot de bagagiste...*

Maëlle Campagnoli

**Q**ui n'aime pas le chocolat ? Depuis son importation en Europe au XVI<sup>e</sup> siècle par les conquistadors espagnols, il est devenu, sur le Vieux Continent – notamment grâce aux progrès techniques de la révolution industrielle au XIX<sup>e</sup> siècle –, un produit de grande consommation. Mais c'est sous l'impulsion de la nouvelle cuisine à la fin des années 1970 qu'il devient un produit gastronomique à part entière. Recherche des crus, adaptation des techniques, fraîcheur, travail sur les textures, les qualités nutritives, gustatives, mais aussi sur les modes de consommation, les rituels. Rien de très étonnant alors au fait que depuis une vingtaine d'années – même si sa médiatisation est un phénomène récent –, les designers y mettent aussi leur nez... et les mains parfois.

## INFINIE PÂTE À MODELER VERSUS CULTURE CULINAIRE

« Tout est possible avec le chocolat et c'est sûrement son plus grand défaut ! », souligne Stéphane Bureaux, designer, qui consacre depuis près de quinze ans une partie de son activité à ce domaine. Il peut être pulvérisé, fondu, moulé, foré, usiné, broyé, expansé, infusé, prisé, râpé, injecté. Sa transformation fait l'objet d'un processus d'une précision extrême, que l'on appelle le tempérage ou la courbe de cristallisation. Des problématiques techniques s'y appliquent comme pour les plastiques, le métal ou le bois. Le designer Germain Bourré imagine par exemple des cloches d'un nouveau genre, jouant sur la porosité du matériau. Et pour les réaliser, il met d'ailleurs au point un outillage spécifique avec le chef William Frachot. Mais le chocolat... on le mange. Ce qui crée une intimité très particulière avec la création, éphémère, presque charnelle – après tout, il fond à la température du corps, dans la bouche ou sur les doigts. Entre gourmandise, plaisir, santé et saveurs. Impossible, donc, de ne pas prendre en compte la manière dont on le consomme ni l'imaginaire qui lui est associé. Élise Hague-Labide ou Delphine Huguet pro-



posent ainsi des scénarios de dégustation, mêlant subtilement certaines de ses propriétés et qualités matériologiques avec des rituels quotidiens.

## AU-DELÀ DE LA RECETTE

Chacun son métier, donc, et les professionnels sont unanimes sur ce point. Loin de mélanger les savoir-faire, il s'agit plutôt d'élaborer un dialogue tourné vers la conception de produits bons, beaux et cohérents, depuis le laboratoire jusqu'à leur mise en boîte. Depuis les années 1970, le statut des chefs a changé : de cuisiniers anonymes, ils sont passés à celui de patrons d'entreprise au talent individuel marqué et valorisé. Et c'est aussi là que le designer entre en scène : « Après l'intuition de la recette, tous les signes émis doivent aller dans le sens souhaité par l'entreprise, explique Stéphane Bureaux. Il faut les analyser et les engager dans une direction pertinente. Or, le premier vecteur, c'est quand même le produit. Et le discours doit être à la hauteur de ce que l'on mange. » Le carré de choc' n'est donc que la partie émergée du ballotin.

## LA RÉCONCILIATION

Ou comment les propriétés antidépressives et euphorisantes du chocolat, rassemblées dans une assiette brisée, peuvent régler en trois crocs une scène de ménage. Chocolat Digestion, design Delphine Huguet, édition Chocolaterie Colas.



## INFUSIONS D'UN JOUR

Soit la transformation d'un défaut redouté du chocolat en atout : son aptitude à capter les odeurs et les saveurs ambiantes. Infusés, tabac, poivre, cannelle, feuilles de menthe ou de coriandre fraîches se mêlent ainsi aux crus de cacao sélectionnés. Cloches à saveur, design Germain Bourré, en cours de développement avec le chef William Frachot (Hostellerie du Chapeau Rouge à Dijon).