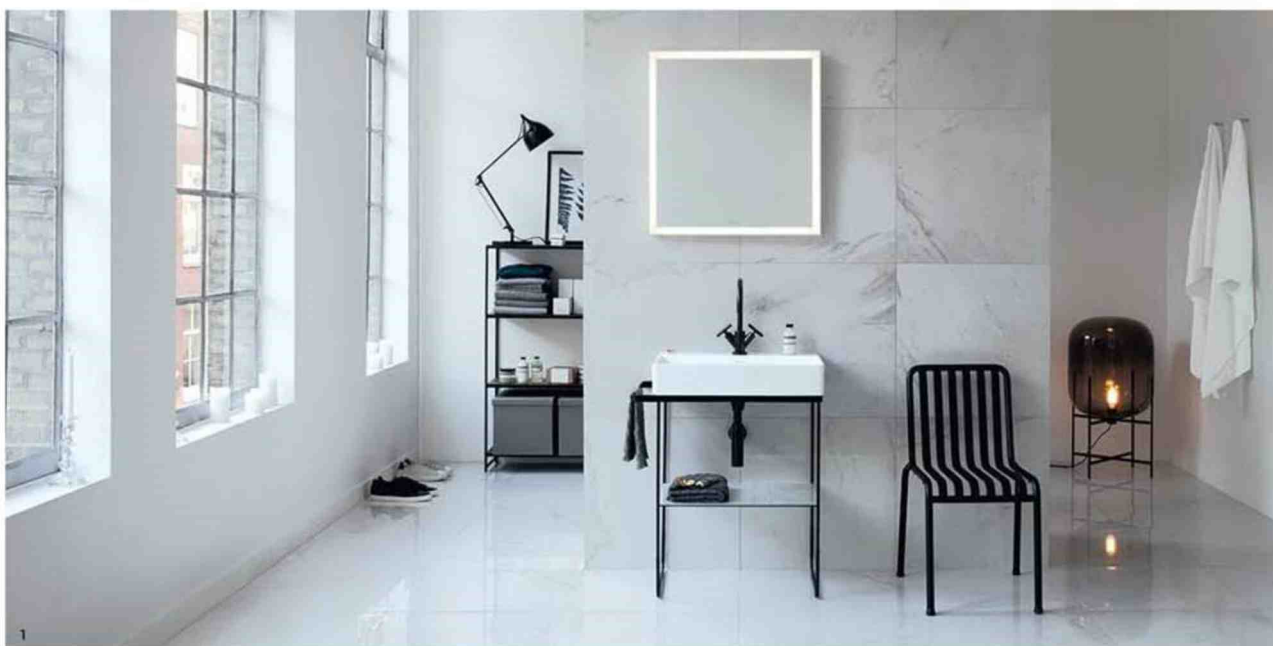


Duravit, bicentenaire et toujours à la pointe



En mars dernier, l'entreprise allemande fêtait en grande pompe ses 200 ans lors du salon ISH de Francfort, le salon mondial des technologies du chauffage, de la climatisation, du sanitaire et des énergies. Retour sur l'histoire de cette spécialiste de la salle de bains qui a fait du design l'une des clés de sa réussite.

Par Olivier Waché

À l'origine de Duravit était la faïence, il y a tout juste deux cents ans. En 1817, une jeune manufacture allemande s'installe au cœur de la Forêt-Noire, à Hornberg, pour y produire de la vaisselle. Au fil des années, la société s'ouvre à de nouveaux débouchés : le sanitaire, puis la céramique, qui remplacera d'ailleurs la faïence dès 1956. 1960 marque la naissance officielle d'une nouvelle marque : Duravit. Mobilier, accessoires, l'entreprise devient en quelques années une référence de la salle de bains et s'est imposée aujourd'hui dans le monde entier comme une actrice incontournable du secteur. Comment ? « La conjugaison de l'artisanat et du high-tech est le secret de notre qualité, explique

Thomas Braig, directeur général de Duravit France. C'est un facteur décisif pour notre succès, et ce dans tous nos domaines d'activité. Faire d'une salle de bains un espace de vie est le credo qui nous motive depuis ces trente dernières années. »

Une parfaite maîtrise technologique

Outre les savoir-faire maintenus et développés durant deux cents ans, Duravit s'est appuyée sur la recherche technologique. L'entreprise crée de nouvelles techniques comme le « c-bounded », un procédé qui permet une jonction parfaite entre la céramique et le meuble de salle de bains. Côté matériaux, elle imagine le DuraCeram, une céramique ultrarésistante et très fine. « Pour autant, reconnaît le directeur général, nous ne faisons pas de technologie pour l'amour de la technologie. Cette innovation doit être au service du confort et faire partie d'une approche globale et harmonieuse du design. Il s'agit d'engendrer une plus-value au quotidien, de plaire tout en étant fonctionnel. Duravit se démarque par des innovations continues. Elles touchent tout autant nos procédés de fabrication, la mise en œuvre de nouveaux matériaux, les

1/ La vasque à poser sur console métallique de la série « DuraSquare ». 2/ Le modèle « Giamo », lancé en 1987, a été conçu par Dieter Sieger. Cette ligne dessinée par un designer fut la première d'une longue série. Duravit s'engagera ensuite sur la voie du design, à commencer par les collaborations avec Philippe Starck.





techniques de rinçage jusqu'aux solutions d'éclairage dans nos miroirs et de son dans nos baignoires. L'innovation et le design vont de pair chez Duravit. »

La défense du design

De fait, le design est la troisième clé de son succès. Les premiers pas se sont engagés dès 1987, avec l'appui du designer Dieter Sieger. « *Le design est manifestement l'une de nos forces*, poursuit Thomas Braig. Avec « *Giamo* », créé par Dieter Sieger, Duravit présentait pour la première fois une série design pour la salle de bains. Ce n'était qu'un début. » L'entreprise, alors reconnue au niveau national, mais en quête d'une stature internationale et désireuse de réveiller une salle de bains endormie, se tourne en 1989 vers l'un des plus grands designers de sa génération : Philippe Starck. La rencontre fonctionne entre cette société d'une grande exigence et le designer qui n'hésite pas à bousculer les codes. Les premiers projets, dont le mot d'ordre est l'authenticité, voient le jour, puis sont abandonnés. C'est finalement en 1994 qu'est créée la série « *Starck 1* », qui réinterprète le seau. « *L'entreprise a alors fait une percée internationale avec cette série, in-*

dique Thomas Braig. Celle-ci a connu un succès fulgurant avec son langage des formes à la fois nouveau et archaïque. Elle a marqué de manière décisive l'orientation de Duravit en termes de design. » Suivront d'autres collections avec le designer : « *Starck#2* », en 1998, qui s'intéresse au design démocratique, « *Starck#3* », en 2002, et son approche ultra-accessible, la douche hammam *St. Trop*, en 2011, le WC lavant *SensoWash*, un an plus tard, les collections « *ME* » et « *Cape Cod* », en 2015... Autre symbole fort de la collaboration : la création du Duravit Design Center en 2004, le siège de l'entreprise, pour lequel Philippe Starck ose un bâtiment composé d'un immense WC, dont la cuvette est une terrasse qui domine la forêt ! Humour potache ? Plutôt un hommage que le designer rend aux origines de la marque et à ce qui a fait son succès. L'acceptation du projet montre l'ouverture d'esprit dont fait preuve l'entreprise, celle-ci se retrouvant dans le large éventail de collaborations qui jalonnent son histoire : Matteo Thun, Phoenix Design, Ecos Design, Christian Werner, Norman Foster notamment et, tout dernièrement, Cecilie Manz, la première femme à intégrer la liste, l'année des 200 ans de l'entreprise... »

3/ « *Starck 1* », une série comprenant lavabo, baignoire, bidet et cuvette, lancée en 1994, qui réinterprète le seau, le baquet et la baignoire. Toujours vendue dans sa forme d'origine livrée par le designer éponyme. 4/ La vasque à poser *Luv* dessinée par la designer Cecilie Manz, l'une des toutes dernières collaborations de l'entreprise allemande.

