



# GAGGENAU

The  
Magazine

Grandes aspirations



« Nos appareils sont beaux et utiles,  
mais seuls vos talents culinaires peuvent leur donner vie. »

# Sommaire



**Welsh Black**  
Découvrez comment la vache noire du Pays de Galles, la « Welsh Black », a contribué à façonner l'identité de tout un pays

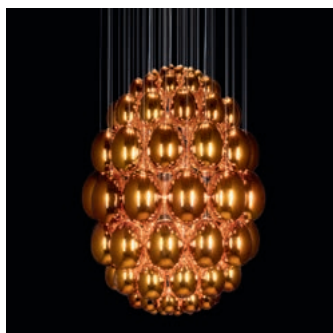
52



10

**Un grain de vérité**  
Le designer Fernando Laposse nous parle du pouvoir émotionnel du maïs

**De la vigne** 46  
Concours Sommeliers Award, 2018



Cœur de verre 40



La forme des choses à venir	04
Incandescence	06
Un grain de vérité	10
Piotr & Ingrid	18
Les platines à l'honneur	24
Casa Perfect	30
La vie derrière la censure	36



Cœur de verre	40
De la vigne	46
Welsh Black	52
Usine, usine, usine	60
Nils Henkel	66
Cité des merveilles	72

# 06

## Incandescence

Le célèbre photographe Richard Foster crée de la chaleur



Conversation  
Deux designers discutent d'innovation

# 18



Nils Henkel

66



Les platines à l'honneur  
La platine haut de gamme de Linn

# 24

# La forme des choses à venir

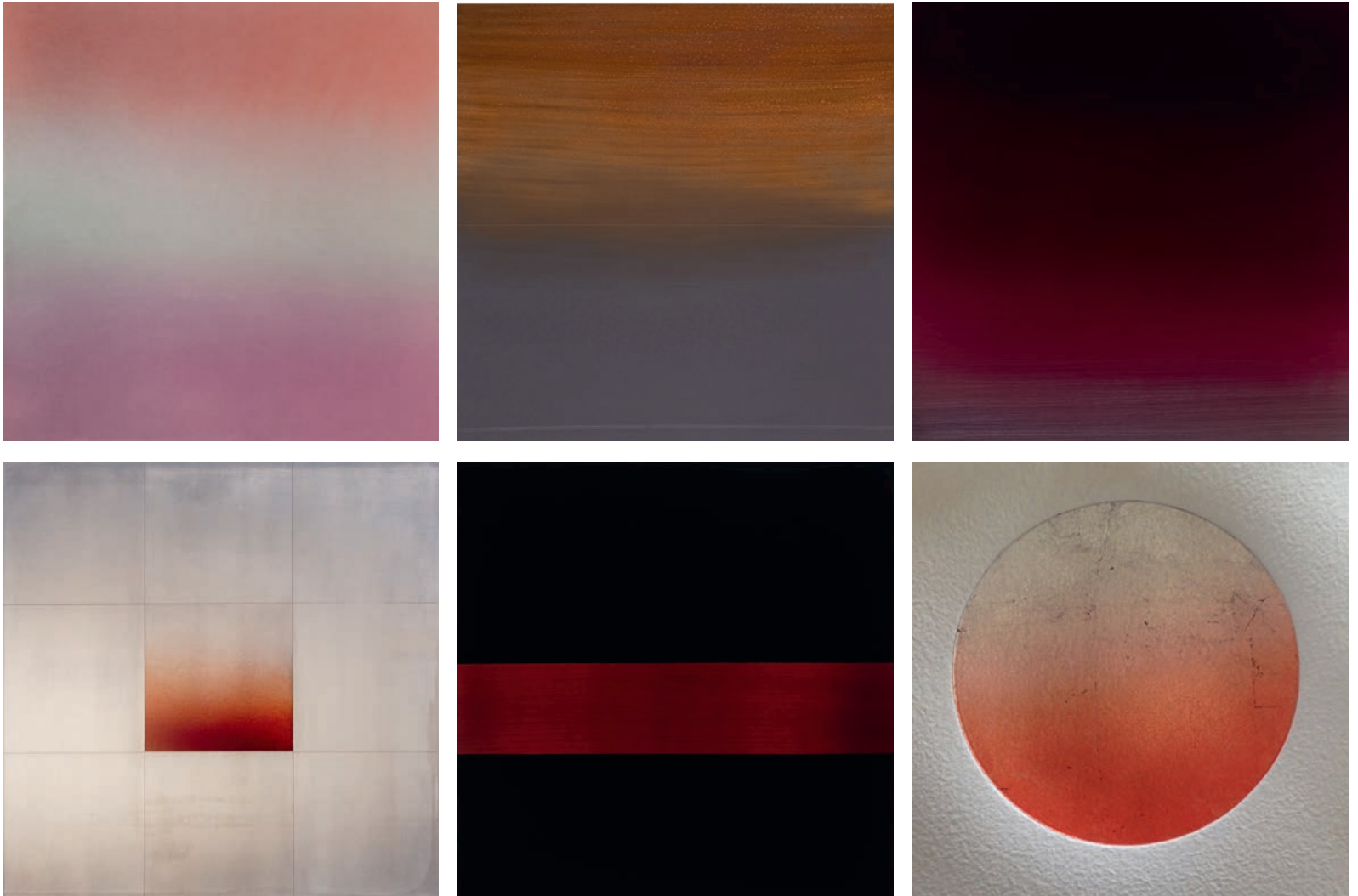
Artiste Miya Ando



Le passage du temps a toujours fasciné les artistes, comme en témoigne la présence de crânes symbolisant la mortalité dans de nombreuses natures mortes. Il continue à inspirer les peintres d'aujourd'hui.

Prenez l'exemple de l'Américaine Miya Ando. Cette artiste peintre de 39 ans emploie le langage de la nature pour créer des œuvres qui explorent notre rapport au temps au moyen de dégradés d'images telles que des nuages, et de diverses gradations de lumière. Elle invite ainsi le spectateur à prendre conscience du moment présent, de la place éphémère de l'être humain dans la nature et de la relation intime entre toute chose.

Là où la plupart des artistes s'efforcent de créer des œuvres intemporelles, Miya nous rappelle que tout est temporaire, y compris l'art lui-même.

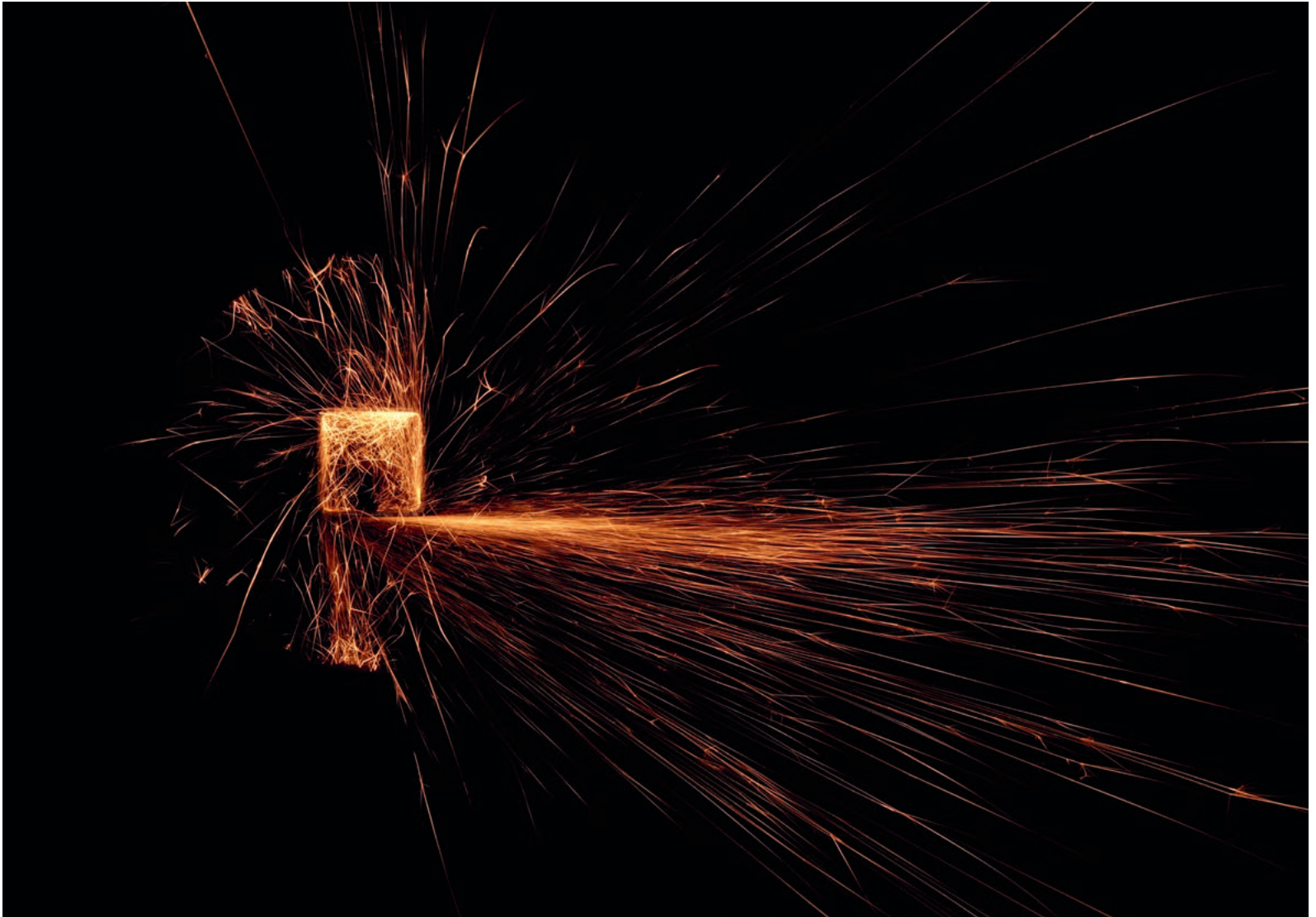


Ci-dessus et à gauche  
L'œuvre de Miya  
Ando reflète notre  
rapport au temps et à  
l'espace

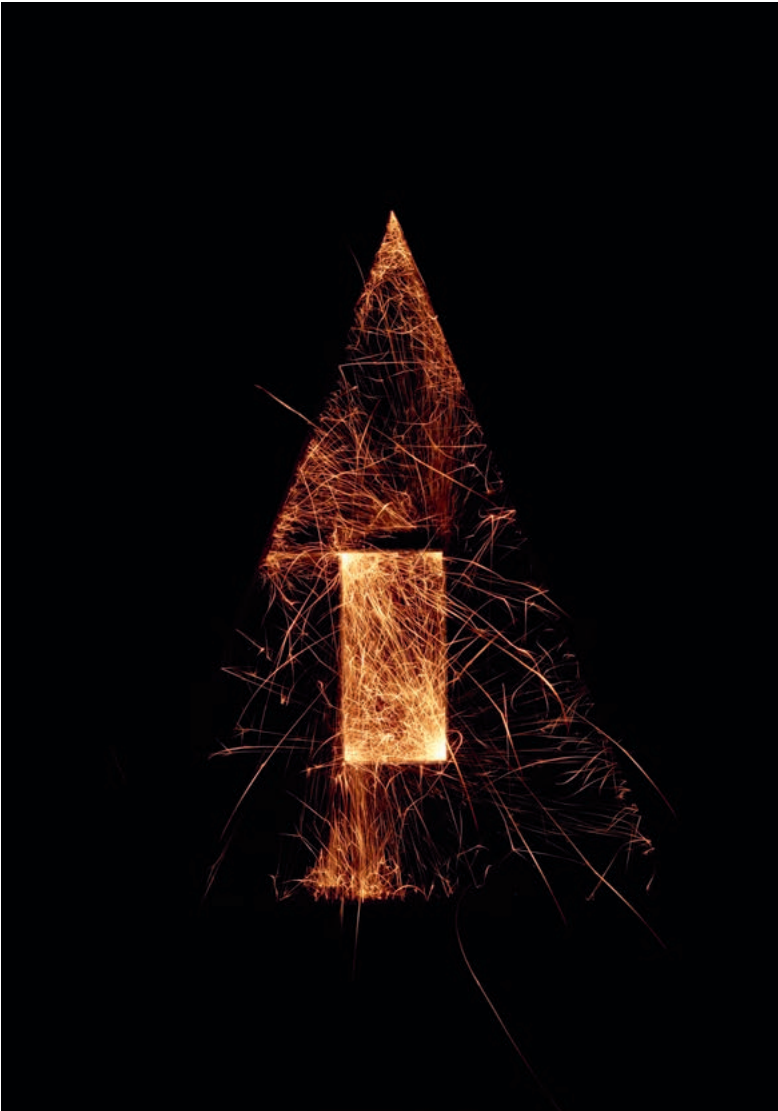


# Incandescence

Photographie Richard Foster







À gauche et ci-dessus  
Richard Foster tente  
de capturer, l'espace  
d'un instant, le  
pouvoir de la chaleur

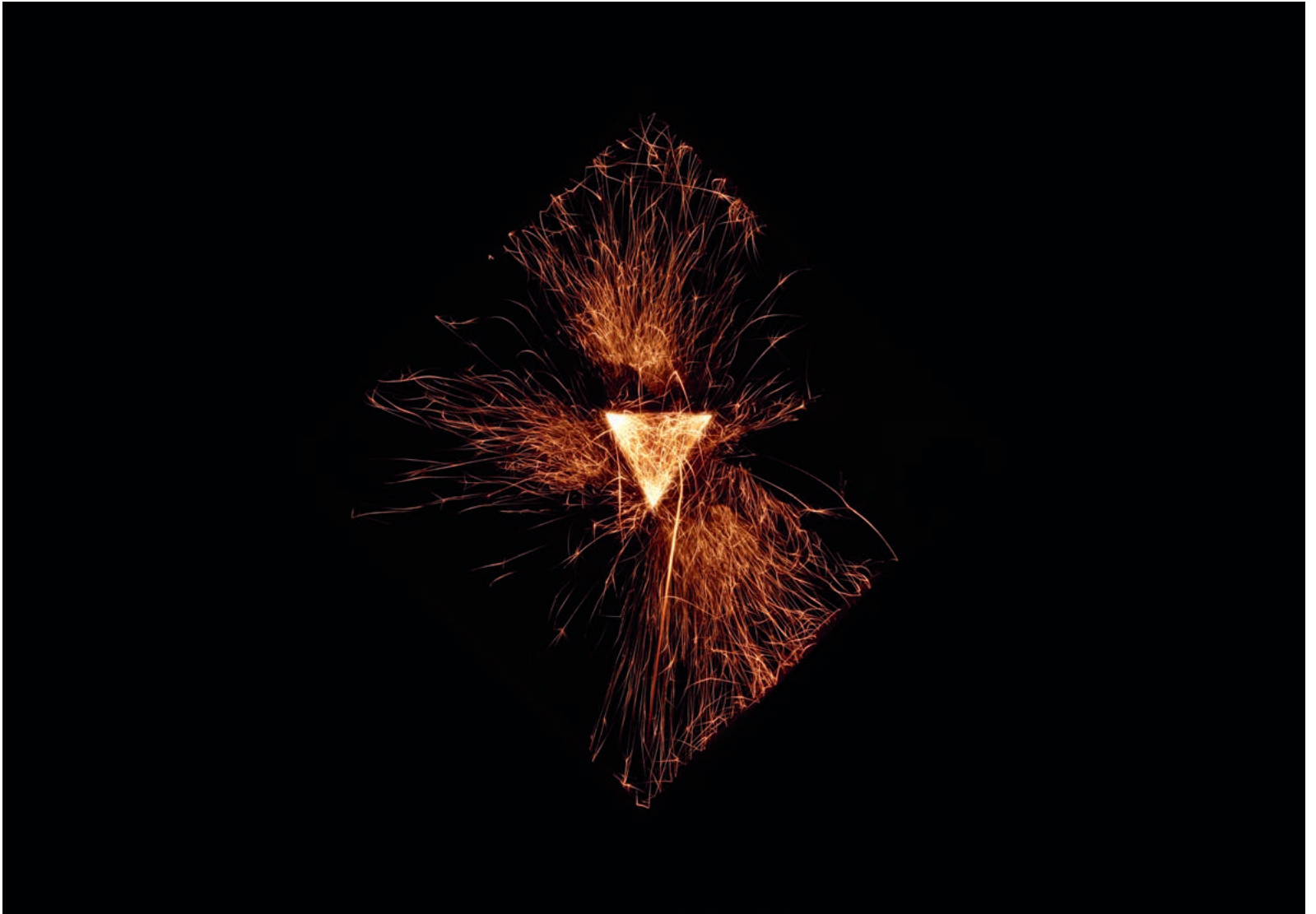




La chaleur se ressent plus qu'elle ne se voit. Mais quand elle devient visible, son pouvoir magique (et destructeur) est incontestable. Comment la mettre en valeur ?

Le photographe Richard Foster a trouvé la réponse. « Nous sommes parvenus à créer des particules incandescentes et à les emprisonner dans des formes géométriques », explique-t-il. « Pour ce faire, l'obturateur de l'appareil photo doit rester ouvert pendant 10 à 30 secondes. Il a fallu de nombreuses tentatives, mais chaque cliché est unique. »

Et représente un moment bien précis, impossible à reproduire, capturé pour l'éternité.



# Fernando Laposse





Un grain  
de vérité

Sur son CV, Fernando Laposse se décrit officiellement comme un « designer », mais lorsque l'on y regarde de plus près, on s'aperçoit que ses diverses créations englobent un large éventail de disciplines.

Art, gastronomie, sciences, politique, géographie, histoire, économie, alchimie, entrepreneuriat, mixologie et activisme... Fernando est un véritable touche-à-tout. Au cœur de son travail se retrouve sa fascination pour la nourriture : sa production, la manière dont elle s'intègre aux notions d'économie mondiale et la manière dont elle reflète et façonne l'identité nationale.

Ce Mexicain de 30 ans a fini par orienter son travail sur la relation complexe qu'entretient son pays d'origine avec le produit qui domine son agriculture : le maïs. D'où son mode de vie nomade.

« Je suis le cycle du maïs », explique-t-il depuis son studio de Londres. « Je serai au Mexique à la saison des semis. Je reviendrai à Londres pour concevoir et produire, puis je retournerai au Mexique pour la récolte. »

Ce processus est à l'origine de son projet primé, intitulé « Totomoxtle ». Il s'agit d'une série de produits fabriqués à partir de matières premières transformées, issues d'une espèce de maïs menacée, native du Mexique. À ce jour, Fernando a fabriqué de nombreux objets comme des tables et des meubles de rangement, mais aussi des lampes et des vases.

Mais « Totomoxtle » va au-delà de l'esthétique. Ce projet nous parle de la destruction des terres agricoles traditionnelles du Mexique et de l'érosion du maïs natif face à une espèce hybride créée par les industriels.

Pour Fernando, le design est une passerelle vers des idées qui semblent plus complexes.

« Il peut simplifier des choses qui paraissent peut-être ennuyeuses et compliquées », m'a-t-il dit l'an dernier, lors de notre premier entretien. « Le design a le pouvoir de simplifier les choses et de créer un objet représentatif de toutes ces idées. »

Un an plus tard, Totomoxtle a progressé à grands pas. Vers la fin de l'année dernière, Fernando Laposse a remporté le premier concours « Future Food Design » organisé dans le cadre de la Dutch Design Week. En raflant le premier prix, il a pu obtenir les financements nécessaires pour faire avancer

son projet. Il a pu acheter davantage d'équipements permettant aux résidents de Tonahuixtla (le village mexicain où est basé son projet) de transformer les spathes de maïs, mais aussi de passer plus de temps sur le terrain, dans les champs.

« J'en suis maintenant à un stade où je peux organiser une vraie production. Donc, nous avons non seulement acheté de l'équipement, mais nous avons aussi passé deux mois à former les gens. Auparavant, je devais fabriquer la matière première moi-même. Mais depuis le début, j'avais prévu de confier cette tâche aux habitants d'ici. »

Une autre de ses installations récentes, exposée lors du London Design Festival, est basée sur le sisal, une fibre durable issue de l'agave qui était autrefois une matière première très utilisée dans l'industrie manufacturière mexicaine. Pour « Sisal Sanctum », Fernando a utilisé cette fibre afin de créer des sculptures géantes, comme autant de prétextes à un débat sur les raisons pour lesquelles ce matériau robuste a été remplacé par le plastique.

Diplômé de l'école d'art londonienne Central Saint Martins, Fernando Laposse a commencé à se faire connaître en créant du « verre » comestible (en réalité, du sucre).

Et même s'il admet volontiers que le design alimentaire occupe une place prépondérante dans son travail, il s'est promis de ne jamais trop tomber dans ce qu'il appelle la « restauration ».

« Je pense que de nombreux 'food designers' tombent dans ce piège. Quand on demande à quelqu'un quelle est la définition du design alimentaire, la vérité c'est que personne ne le sait vraiment. Ma vision est basée sur ma volonté de rester un designer avant tout. »

Ses compétences en matière de design, aussi bien esthétiques que fonctionnelles, sont au cœur de Totomoxtle. Il prend les spathes du luxuriant maïs mexicain (dont il existe plus de 60 variétés) et les transforme en matériau de placage qui peut être utilisé dans la marqueterie et la fabrication de meubles ou encore de panneaux muraux. L'un des principaux objectifs du projet est d'inciter les agriculteurs à replanter du maïs natif.

Et dans cette optique, la collaboration de Fernando avec le Centre international d'amélioration du maïs et du blé (plus connu sous son acronyme espagnol, le CIMMYT) a également été bénéfique. Denise Costich,

Directrice de la collecte de maïs au CIMMYT, a contacté Fernando pour lui demander d'utiliser certaines des graines traditionnelles que contient sa vaste banque de semences.

En plus de lui donner accès à des semences techniquement « disparues » (très important, car les banques de semences doivent renouveler leurs stocks de temps à autre pour en maintenir la viabilité), cela a permis à Fernando d'approfondir ses connaissances et de renforcer son appréciation pour cette culture sans laquelle, selon un proverbe national, il n'y a pas de Mexique.

A-t-il l'impression que, lorsque les gens achètent ses pièces, ils adhèrent complètement aux implications politiques et économiques des objets? Il a des doutes sur la question.

« Récemment, j'ai discuté avec des clients qui voulaient simplement parler du matériau et savoir s'ils pouvaient en faire un revêtement de sol. Mais un collectionneur qui a acheté une table était très intéressé par toute l'histoire liée à sa création. Totomoxtle est en train de devenir un projet de communication. Si je peux faire passer ce message, je trouve ça très bien. »

Pour Fernando Laposse, l'objectif principal de Totomoxtle est la biodiversité. Il fait référence à un article paru récemment dans National Geographic qui explique qu'entre 1903 et 1983, les États-Unis avaient perdu 93 % de leurs variétés de semences autochtones. Ce qui s'est passé dans le minuscule village de Tonahuixtla n'est qu'un microcosme de ce qui se passe à l'échelle mondiale.

« C'est scandaleux. Regardez les supermarchés, ils ont une douzaine de légumes différents en stock. C'est tout. En dépendant d'une si petite variété de plantes alimentaires, nous nous exposons à des fléaux majeurs, et nous nous retrouvons à la merci du changement climatique. »

Selon Fernando, tout repose sur la manière dont nous voulons nous alimenter.

« Moins nous avons de variétés, plus nous devons ajouter des additifs dans celles que nous plantons », se lamente-t-il. « Plus de variétés, c'est plus de sécurité, mais aussi des produits globalement plus sains. »

Entre les mains de Fernando Laposse, le design est bien plus qu'une table, une lampe ou un revêtement. ■





Regardez l'histoire de Fernando sur le site  
[gaggenau-themagazine.com](http://gaggenau-themagazine.com)





Il existe plus de 60 espèces de maïs, possédant chacune une texture et une couleur propres (ci-dessus) Travail avec les fibres naturelles de sisal (à droite)



« Quand on demande à quelqu'un quelle est la définition du design alimentaire, la vérité c'est que personne ne le sait vraiment »






# Gros plan sur le design





# Piotr &





Dans un parc pittoresque et paisible près du château de Nymphenburg, nous retrouvons Ingrid Harding et Piotr Szpryngwald, deux créatifs novateurs qui travaillent dans deux domaines différents : la porcelaine, pour Ingrid, et le design au sein de la division Future Research de Gaggenau, pour Piotr. Dans cet article, ils nous parlent de savoir-faire, de créativité et de collaboration.

# Ingrid

## « Nous continuons de rendre hommage au merveilleux savoir-faire artisanal d'antan, auquel nous allions une pensée nouvelle et moderne. »

Il faut de nombreuses années à une marque pour asseoir la réputation de son savoir-faire. La maison de porcelaine allemande Porzellan Manufaktur Nymphenburg fabrique à la main de splendides objets depuis 270 ans. Gaggenau est le premier producteur mondial d'électroménager haut de gamme, et son héritage remonte à 1683.

Le savoir-faire est au cœur de nos identités respectives. Mais aucune des deux entreprises n'est restée figée dans le passé. Même si les méthodes artisanales et le souci du détail sont au cœur de ce qu'elles font, l'innovation est tout aussi importante. Ci-dessous, nous nous entretenons avec Ingrid Harding, directrice du développement produit chez Nymphenburg, et Piotr Szpryngwald, designer au sein de la division Future Research de Gaggenau, au sujet de leurs processus créatifs, de la réaction de leurs clients et de l'avantage de faire des erreurs.

### **Le Magazine : Comment parvenez-vous à assurer la pertinence de votre travail, tout en conservant les qualités traditionnelles qui font la réputation de vos entreprises ?**

Piotr : Au tout début, Gaggenau fabriquait des clous, ce qui n'a rien à voir avec ce que nous faisons maintenant. Aujourd'hui, nous sommes très axés sur la technologie, et il arrive un moment où il faut décider si l'on veut suivre le rythme ou maintenir le statu quo. J'ai beaucoup de chance, car on m'autorise à remettre en question les choses que crée Gaggenau.

Ingrid : En réalité, nous avons aussi beaucoup de chance ici, chez Nymphenburg, car on nous permet également d'être très ouverts. Nous nous attaquons à des choses très complexes.

### **Comme quoi ?**

I : Depuis toujours, nous fabriquons des objets à la pointe du progrès, mais nous continuons de rendre hommage au merveilleux savoir-faire artisanal d'antan, auquel nous allions une pensée nouvelle et moderne. Rien n'a disparu : une conversation s'est opérée entre le passé et le présent.

### **Pouvez-vous nous décrire le processus, de l'idée initiale au produit final ?**

P : C'est une démarche très classique, qui commence par la recherche, avant de passer aux croquis et à la modélisation des idées. Nous remettons sans cesse en question ce que nous

faisons. Le processus de conception, c'est de vous autoriser à faire des erreurs. Souvent, les erreurs mènent à quelque chose de nouveau. Il arrive parfois qu'un minuscule prototype en papier tout grossier vous fasse faire un grand bond en avant.

### **Donc, vous faites des erreurs ?**

P : Je crois que c'est ma raison d'être [il rit]. Je veux faire des erreurs, car cela veut dire que j'ai accompli ma mission.

I : Cela fait plaisir à entendre ! Je pense que nous devrions davantage voir les erreurs comme quelque chose de positif, car elles sont riches d'enseignements.

En général, j'esquisse très rapidement quelque chose avec la matière, car c'est la façon la plus facile de réagir à quelque chose. Les dessins me sont utiles, mais je n'en ai pas besoin pour passer à l'étape suivante.

### **Quelle est l'étendue de votre liberté créative à tous les deux ?**

I : C'est une très bonne question, car mes collaborateurs et moi sommes ceux qui réalisent les croquis, mais nous confions souvent la matérialisation du projet à un autre studio. Ils n'aiment pas ça.

### **Pourquoi ?**

I : Parce que bien souvent, ils ont le sentiment d'être des experts, avec plus de 40 ans d'expérience, et tout à coup, un petit jeune qui n'y connaît absolument rien à leurs méthodes débarque, et a le culot d'essayer quelque chose de nouveau.

### **Et vous, Piotr ?**

P : Comme je n'évolue pas dans un environnement aussi fermé, je suis libre de travailler sur des projets qui bouleversent le paysage existant. Je ne sais toujours pas ce que les ingénieurs pensent exactement de mon travail, mais je ne peux pas leur demander de me rassurer à chaque étape, surtout en tant que designer conceptuel.

I : Vous arrive-t-il de leur parler ?

P : Oui, bien sûr, et je sais plus ou moins bien comment ça se passe. Ce qui est merveilleux, c'est de produire quelque chose









## « C'est toujours fascinant de voir comment les gens réagissent quand vous placez l'objet devant eux. »

de reproductible. En revanche, quand on essaie de créer quelque chose qui n'est pas destiné à entrer en production immédiatement, cela peut représenter un défi pour un monde qui doit être remis en question de manière passive.

### **C'est une réflexion très intéressante. Comment travaillez-vous tous les deux ? Seuls ? Ou en collaboration ?**

P : Cela dépend. Parfois, je préfère vraiment travailler seul. Mais si l'on veut qu'un projet passe en production, il faut collaborer, sinon on n'y arrive pas.

I : Nous travaillons toujours ensemble parce que, pour faire toutes les choses qu'on nous demande de faire, nous avons besoin de différentes sortes d'expertises. Donc, la pièce passe toujours dans de nombreuses mains.

### **Que voulez-vous que vos clients ressentent à propos de vos créations ?**

I : Comme quand vous êtes au restaurant, vous n'avez encore rien mangé, et un gâteau au chocolat vous passe sous le nez : ahh....

P : Oui, c'est la première impression, mais au final, mes créations doivent remplir une fonction pragmatique. Il faut que le client soit séduit, certes, mais le résultat est bien une machine qui sert à cuisiner. Donc le but, c'est que la machine ne soit plus « là » physiquement : le client fait simplement la cuisine en oubliant sa présence.

### **Gaggenau est une marque fonctionnelle, mais la porcelaine Nymphenburg est réputée pour sa beauté avant toute chose. Vous êtes d'accord, Ingrid ?**

I : Bien sûr, une figurine n'a aucun rôle fonctionnel, mais beaucoup de nos pièces devraient avoir un rôle quotidien dans la vie. Il est toujours fascinant de voir comment les gens réagissent quand vous placez l'objet devant eux.

P : Oui, et comme vous l'avez dit, l'appareil doit toujours vous donner le sourire. Il faut obtenir une réponse émotionnelle, mais il faut aussi que l'objet remplisse sa fonction.

### **Quels sont les objets dont vous êtes les plus fiers ?**

I : Je les considère comme mes enfants. Impossible d'avoir un chouchou [elle rit].

P : Oui et non, je n'ai pas de préférence particulière. Pour moi, quand je crée un objet et qu'il va quelque part, dans une exposition par exemple, c'est un très beau moment.

### **Et un moment dans votre carrière dont vous êtes particulièrement fiers ?**

P : En ce qui me concerne, c'est quand j'entends les gens parler de quelque chose que j'ai conçu. J'aime aussi le moment de la présentation, car on ne sait jamais à quoi s'attendre.

I : J'ai toujours adoré le moment où on remballage, où tout est terminé. De nombreux clients prennent le temps d'appeler pour dire merci, ce qui me surprend toujours.

### **En quoi la technologie a-t-elle influencé votre manière de travailler ?**

P : Comme je suis plus ou moins né avec, j'ai toujours tenu la technologie pour acquise ! Cela fait partie du processus de conception, mais je pense qu'à un moment donné, il faut laisser la technologie être de la technologie. Mais c'est génial, on peut dessiner quelque chose et avoir un prototype le jour-même.

I : Cela n'a rien changé chez Nymphenburg. Nous modélisons tout nous-mêmes à la main. Pour moi, c'est là qu'on voit la différence. Nous utilisons le moins de technologie possible.

### **Est-ce qu'il vous arrive de vous déconnecter du travail ?**

P : Bien sûr ! Autrement je deviendrais fou. Parfois c'est difficile, quand on a un problème en tête et qu'on le ramène chez soi.

I : Je suis constamment en train de résoudre des problèmes et de trouver des moyens de rendre les choses intéressantes et différentes. Ça me rend dingue. Il m'arrive souvent de me réveiller en pensant, « Ça y est, j'ai trouvé ! » ■

# Les platines à l'honneur







Alors que les ventes de disques vinyles sont au plus haut depuis 25 ans, nous rendons hommage à ce format intemporel et à la qualité de l'une des meilleures platines du monde.

Nous vivons dans un monde numérique.

Des journaux aux voyages, en passant par la comptabilité ou la télévision, aucun aspect de notre vie quotidienne n'a été épargné par l'essor inexorable d'Internet. Et cela est particulièrement vrai dans le domaine de la musique. Voilà 19 ans que Sean Parker et Shawn Fanning ont fondé Napster, la plateforme de partage de musique de pair à pair, qui a révolutionné le secteur en permettant aux consommateurs d'écouter de la musique gratuitement au lieu de l'acheter. Aujourd'hui, la musique est le plus souvent téléchargée ou écoutée en streaming par le biais de plateformes telles que iTunes ou Spotify, et une génération entière a grandi sans avoir accès à des supports musicaux physiques. Et pourtant, les ventes de vinyles dans le monde sont au plus haut depuis 1992.

Au lieu de disparaître à l'instar des cassettes, des bandes huit pistes et des CD, le vinyle devient plus populaire chaque année : son interface tactile offre à ses fans une « désintox numérique ». Et quand on achète des disques, on a besoin d'une platine.

Même si de nombreux consommateurs se contentent d'acheter des platines adéquates, mais relativement peu coûteuses, pour d'autres, seules les meilleures platines peuvent rendre justice au son analogique.

Et c'est là que Linn, probablement la marque d'équipements audio la plus respectée au monde, entre en scène. Sa platine Sondek LP12 (illustrée) incarne l'excellence absolue de la reproduction sonore. Commercialisée pour la première fois en 1973, la LP12 a été améliorée à plusieurs reprises, mais son aspect extérieur, lui, n'a pas beaucoup changé : un plateau (ou « sound stage ») de toute beauté est suspendu à la base et serti d'une plinthe en chêne, en merisier, en frêne, en bois de rose ou en noyer.

La LP12 est l'antidote parfait à notre addiction numérique : Elle est dépourvue de connexion Wi-Fi, interdite de téléphone, et incapable de poster sur les réseaux sociaux. Mais avec sa pointe de lecture en diamant qui transmet la moindre nuance du disque à son bras de lecture en titane, puis à un amplificateur séparé, ce qu'elle sait faire, c'est lire la musique. Et elle le fait mieux que la quasi-totalité des autres platines du marché. Tom Farrell est un expert en reproduction sonore. Pour lui, rien ne vaut la qualité de son d'un vinyle. « La seule façon d'obtenir un son encore meilleur à la maison, c'est d'écouter des bandes magnétiques »,

affirme-t-il. « Le vinyle est fabuleux, le registre et le niveau de détail qu'il permet d'obtenir sur une bonne platine sont tout simplement incroyables. Mais si vous écoutez de la musique sur un tourne-disque bon marché, vous perdez votre temps. Autant passer au numérique. »

D'un point de vue technique, cela tombe sous le sens. Un enregistrement numérique (un fichier MP3 ou un CD) est une série d'instantanés d'une onde sonore analogique qui est ensuite reconvertie au format numérique avant de passer par l'amplificateur. Et peu importe le nombre d'instantanés que compte le signal (44 100 par seconde dans le cas d'un CD), il y a toujours une perte de qualité.

Avec le vinyle, c'est différent. Un disque vinyle présente un sillon qui reproduit à l'identique l'onde sonore d'origine. Par conséquent, plus la qualité de la platine est bonne, plus la transmission du son est complète. Tant que le disque n'est pas endommagé, et tant qu'il n'est pas poussiéreux ou encrassé, le rendu sonore est d'une pureté sans égal. Outre sa qualité sonore, le vinyle confère un aspect plus physique, et donc plus spécial, à la musique. Dean Mushin est directeur de Bear Music Management. Pour lui, les fichiers audio numériques sont principalement utilisés dans un contexte professionnel. Mais le vinyle, c'est différent.

« Comme je travaille dans le secteur de la musique, je suis inondé de musique numérique. J'en suis littéralement submergé », explique-t-il. « Et puis je commande un disque, je l'ai dans les mains, j'interagis avec lui en le prenant sur une étagère et en regardant les notes que j'ai pu écrire sur la pochette. Même si j'adore la technologie, allumer un ordinateur portable peut me sembler la chose la plus pénible au monde si c'est pour passer en mode travail. En revanche, poser un vinyle sur une platine n'a aucune connotation de ce type. C'est un moyen de s'évader : une expérience tactile, multisensorielle. »

Pour Jon Carter, musicien et DJ, un disque vinyle, surtout s'il a quelques années, est la relique d'une époque où enregistrer de la musique nécessitait un gros budget.

« J'aime ce sentiment de découvrir quelque chose à chaque fois que je mets un disque sur la platine », dit-il. « On entend quelque chose qui reproduit fidèlement ce qui a été enregistré, même il y a très longtemps, généralement dans un studio parfaitement équipé et aménagé, pas simplement sur un ordinateur portable. »

Lorsque nous plaçons un album sur la LP12 et que se diffuse dans la pièce un son complexe et délicat, « l'âme » et la « qualité » du vinyle prennent tout leur sens. Peut-être que notre monde n'est pas entièrement numérique, après tout. ■







« Poser un vinyle sur une platine n'a aucune connotation liée au travail. C'est un moyen de s'évader : une expérience tactile, multisensorielle. »



# Casa Perfect

## Le cool californien



À l'abri des regards, dans un quartier chic de Beverly Hills emblématique des années 1950, l'ancienne demeure d'Elvis Presley est le nouveau haut-lieu du design à Los Angeles. Visites sur rendez-vous uniquement...

Depuis environ dix ans, on assiste à un exode massif de créatifs délaissant New York au profit de Los Angeles. Ce sang neuf a donné un second souffle à la « Cité des anges », et notamment au centre-ville de L.A. où se multiplient les galeries d'art contemporain, les hôtels branchés et les magasins d'alimentation bio. C'est donc avec surprise que nous avons trouvé le nouveau showroom du design dont tout le monde parle, non pas en ville, mais au cœur des collines de lauriers de Trousdale Estates, un quartier de Beverly Hills. Mais après tout, telle est la raison d'être de Casa Perfect : surprendre.

La propriété, une villa moderniste conçue dans les années 1950 par l'architecte Rex Lotery, était déjà en elle-même un magnifique exemple d'architecture de l'époque. Mais lorsque les visionnaires à l'origine du projet The Future Perfect s'en sont emparés pour la rénover méticuleusement, elle s'est transformée en temple du shopping privé d'un nouveau genre.

Lancée par David Alhadeff en 2003, The Future Perfect est une plateforme destinée tant aux designers établis qu'aux nouveaux designers prometteurs. Et ce nouveau show-room basé à Hollywood s'ajoute à ceux de New York et de San Francisco.

Bien loin des quartiers tendance en matière de design, la Casa est située dans un lieu emblématique de l'âge d'or de Los Angeles : Trousdale Estates. C'est là que se trouvent le Greystone Mansion (lieu de tournage très demandé en ce moment) et une poignée de réalisations audacieuses d'architectes tels que Frank Lloyd Wright, Wallace Neff et Harold Levitt, commanditées dans les années 1960 et 1970. Parmi les anciens résidents célèbres de ce quartier, citons Frank Sinatra, Dean Martin et Richard Nixon, par exemple.

Mais Casa Perfect a elle aussi un passé riche en célébrités. En 1967, elle a été achetée par le King, Elvis

Presley. Le chanteur y a vécu pendant six heureuses années avec son épouse Priscilla et leur fille Lisa-Marie, et on doit à cette période des chansons comme Suspicious Minds et Always On My Mind.

La Casa déborde des formes abstraites audacieuses et des couleurs vives d'œuvres de certains des artistes, designers et artisans les plus influents au monde. Parmi les éléments d'origine restés intacts, citons les murs incurvés, les cheminées en marbre et les plafonds à caissons qui apportent tous une touche délicieusement rétro à l'espace, sans oublier les puits de lumière sphériques qui diffusent une lumière spectaculaire en technicolor.

Casa Perfect suit le même modèle que les showrooms The Future Perfect de New York et San Francisco. Les murs peints dans des tons neutres, les surfaces réfléchissantes et les parquets cirés forment une toile de fond idéale pour les œuvres d'art et les objets en édition limitée. Et les visiteurs sont invités à déambuler dans les pièces à leur propre rythme. Mi casa es su casa.

La plupart des pièces exposées ont été créées par des habitués de The Future Perfect : Lindsey Adelman (sculptures lumineuses), Piet Hein Eek (mobilier) et Dimore Studio (designer de la boutique Fendi de Sloane Street). Elles côtoient les œuvres originales de jeunes créateurs angelins prometteurs et de nombreux designers internationaux.

Parmi les travaux les plus remarquables, une collection de tabourets du céramiste et créateur de meubles vénézuélien Reinaldo Sanguino, et une gamme de revêtements de sol inspirés du style de Missoni signée par Shore Rugs, marque londonienne visionnaire qui tisse des tapis à la main à partir de silicone non toxique.

Pratiquement tous les objets exposés à la Casa sont à vendre, dans un cadre exceptionnel offrant une vue imprenable sur Los Angeles, sur les montagnes environnantes et sur une piscine légèrement excentrique qui n'est pas sans rappeler les toiles de David Hockney.

Casa Perfect est un hommage au mode de vie californien, une déclaration d'amour au design contemporain et une expérience de shopping sans équivalent. Certes, Elvis n'est plus là, mais Casa Perfect continue de trouver la note juste. ■







« La Casa déborde des formes abstraites audacieuses et des couleurs vives d'œuvres de certains des artistes, designers et artisans les plus influents au monde. »

# **La vie derrière la censure**









Retrouvez l'œuvre de Girma sur  
addisfineart.com

**Au fin fond de l'Éthiopie se cache une force créative qui défie la censure. L'artiste Girma Berta est le nouveau visage de l'art africain.**

Girma Berta est seul, isolé du monde de l'art international par les médias contrôlés d'une main de fer par le gouvernement éthiopien. Mais il ne se sent pas esseulé. Son art est rempli des visages des plus pauvres habitants d'Afrique, rencontrés au hasard des rues d'Addis-Abeba.

Girma est un photographe autodidacte dont les clichés pris avec un iPhone allient street-art et beaux-arts. Sa série primée « Moving Shadows I et II » illustre des personnes isolées vaquant à leurs occupations quotidiennes, avec pour arrière-plan une vaste surface monochrome. En 2016, Girma a remporté le Getty Images Instagram Award avant de recevoir le prix CAP en 2017, des récompenses qui témoignent de l'intérêt international grandissant que suscitent son travail et le nouvel art africain en général.

Girma Berta incarne le nouveau visage de l'art africain, loin des œuvres produites en masse pour les touristes. Adeptes du format numérique et, parfois aussi, de la photographie traditionnelle, il est la représentation physique de la révolution numérique qui balaie actuellement l'Afrique et révèle la créativité de la nouvelle génération d'artistes africains.

L'esthétique de Girma est tellement directe qu'elle en devient désarmante. Il explique que sa motivation artistique est de montrer « le beau, le laid et tout ce qu'il y a entre les deux ». Ses portraits des habitants de la ville sont non seulement visuellement remarquables et partageables sur les réseaux sociaux, mais ils permettent aussi de lancer le débat à propos d'un pays isolé du reste du monde.

Les images de Girma ne sont pas joyeuses, même si les couleurs vives qu'il utilise représentent souvent le bonheur. « J'adore les contrastes de couleurs. Ils expriment la vie contrastée que j'observe à travers mes photos. »

Girma parvient à présenter ses sujets de manière physiquement isolée, mais le spectateur ne ressent aucun sentiment d'isolement par rapport à la communauté dans laquelle ils vivent, car les personnages sont souvent illustrés en train de se déplacer dans un but bien précis ou de transporter des marchandises qui serviront aux autres. Le photographe explique : « En isolant mes sujets, l'attention est uniquement focalisée sur eux, sans source de distraction. » Les gens photographiés par Girma sont souvent très pauvres, mais nous ne les voyons pas comme des victimes qui ont besoin de notre aide. Girma refuse de romancer ses sujets et les présente sans commentaire.

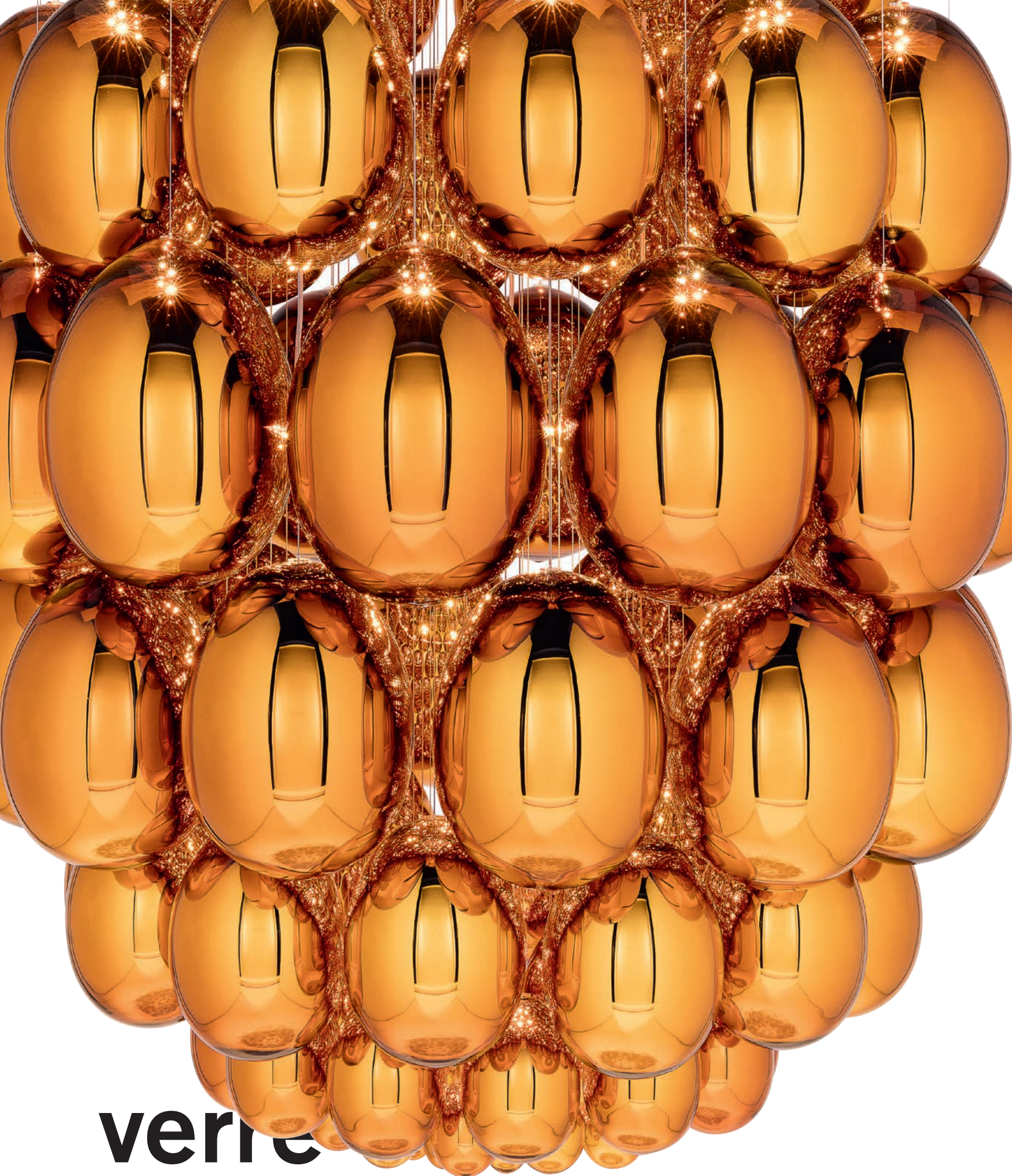
Il s'intéresse aux « harmonies de composition découlant du placement asymétrique des silhouettes ». Et le point de vue du spectateur est intensifié par l'utilisation de l'espace et par le positionnement des personnages dans les coins de l'image.

Le produit final est le résultat d'une manipulation numérique de l'image, en opposition avec la simplicité des actions effectuées par les sujets. L'approche contemporaine et technique de l'art adoptée par Girma contraste également avec la simplicité des travaux manuels exécutés par ses sujets, ce qui lui a valu des critiques l'accusant de distancer le public de la « réalité » de l'art. Mais l'art de Girma Berta n'est ni distant ni subjectif. Il s'inscrit plutôt dans un point de vue de plus en plus répandu à l'échelle internationale, qui veut que l'art existe simultanément sur un plan classique et sur un plan technique. ■



# Cœur de





**verre**



« Le cristal de Bohême est une forme d'art très élaborée qui reste fidèle à ses racines. »







Bol giré (à gauche)  
Lampadaire (ci-dessus)

« Dans nos collections, notre champ d'expérimentation est relativement limité, parce qu'au final, les pièces doivent pouvoir être utilisées par nos clients. »

Lorsqu'on ramasse une poignée de sable sur la plage et qu'on observe les grains minuscules qui nous filent entre les doigts, on a du mal à imaginer que ces particules puissent se transformer en verre solide...

Sous l'action combinée d'une chaleur intense et de l'habileté de l'artisan, une masse de minuscules grains de sable peut prendre une myriade de formes différentes, des décorations aériennes à de magnifiques objets de verre. Quel que soit le produit final, la verrerie d'art nécessite une expertise que l'on ne peut acquérir qu'après des années d'apprentissage. C'est sur ce niveau de tradition que reposent les créations des verriers tchèques de Lasvit.

Fondée en 2007, Lasvit est une jeune entreprise en comparaison avec l'héritage séculaire de la fabrication du cristal de Bohême qui se retrouve dans chacune de ses créations. En peu de temps, la maison Lasvit s'est positionnée au premier rang du design et de la fabrication en verre, et travaille désormais sur des projets sur mesure pour des hôtels de luxe et de prestigieux espaces publics.

Ancrée dans la tradition, Lasvit a su trouver un équilibre parfait entre son esprit bohémien et sa promesse de créativité et d'innovation. L'entreprise applique cet état d'esprit à tous ses projets et s'est également associée à des designers de renom, comme Ross Lovegrove, Nendo Studio et Michael Young.

« Si je devais décrire ce que nous faisons en deux mots, je parlerais de perfection bohémienne. C'est un peu un oxymore,

mais c'est comme ça que je vois les choses. Le cristal de Bohême est une forme d'art très élaborée qui reste fidèle à ses racines », affirme Maxim Velčovský, directeur artistique chez Lasvit.

La Bohême, qui fait désormais partie de la République tchèque, est devenue réputée pour sa verrerie d'art pendant la Renaissance, grâce à son abondance de ressources, telles que les composés de potassium comme le carbonate de potasse et la craie. En combinant ces deux éléments, les maîtres verriers ont observé que la complexion et la stabilité étaient exceptionnelles, et même supérieures à celles du verre de Murano. La verrerie tchèque est ainsi devenue très recherchée et aussi précieuse que de la joaillerie : décadente et sculpturale.

Suite à des bouleversements politiques majeurs et à la montée du communisme dans les années 1940, le secteur a toutefois connu d'importantes difficultés. Les usines et les écoles ont été obligées de fermer leurs portes, mais la tradition de cet artisanat a perduré et continue de prospérer aujourd'hui, grâce à Lasvit.

À l'instar de la célèbre verrerie Ajeto à Lindava, la maison Lasvit vend des objets en cristal de Bohême à des clients du monde entier. Elle doit satisfaire une demande en pleine croissance, tout en formant la nouvelle génération de verriers dans les écoles locales.

Maxim a une vision très claire pour l'avenir de la marque : « Mon idée était de jeter les fondations de l'entreprise puis de construire un siège pour Lasvit, avec un four et un atelier, qui puisse servir de base à notre équipe. »

Ce nouvel espace, conçu dans le style d'une maison de campagne traditionnelle avec des touches de verre plus contemporaines, sera inauguré en 2019 et associé à la rénovation

d'une ancienne école de verrerie pour encourager les jeunes à apprendre le métier. Au début de l'année, Lasvit a dévoilé une installation abstraite composée de constellations de bulles de verre de tailles différentes. Quatre murs du complexe de bureaux Butterfly à Karlín sont ainsi parsemés de ces bulles qui, lorsque l'on s'éloigne, révèlent le visage d'un personnage célèbre. Ce concept de l'utilisation ludique du verre n'est pas nouveau pour Maxim : il l'avait déjà appliqué en exposant une installation de 17 mètres, intitulée « Plongeur », dans la Lotte World Tower, en Corée du Sud. Cette installation représente un pêcheur de perles au milieu de perles de verre en suspension.

Pour chaque projet de grande ampleur, le temps est absolument crucial. Comme le dit Maxim : « Il faut parfois trois ans pour réaliser un projet ! Cela varie, mais nous prévoyons toujours une marge de deux mois, car assembler 10 000 composants, c'est un travail colossal. Et chaque composant individuel doit être conçu d'une manière bien spécifique. »

Les projets auxquels Lasvit travaille sont tous liés à un espace architectural. Maxim, son équipe de partenaires créatifs et le client doivent travailler avec cet espace et respecter son rôle dans le processus.

« Les collections appartiennent à un univers un peu différent de celui des projets. Dans ce domaine, notre champ d'expérimentation est relativement limité, parce qu'au final, les pièces doivent pouvoir être utilisées par nos clients. »

À travers ces pièces, Lasvit perpétue la tradition de la perfection bohémienne et, en modernisant une pratique ancestrale, continue son parcours au-delà des conventions. ■





Sculpture « Uovo »  
(double page  
précédente)  
Les maîtres verriers  
en action (ci-dessus)



# De la vigne





Venus de Suède, de France, du Royaume-  
Uni et des quatre coins de la planète, les  
finalistes du concours de sommeliers de  
Gaggenau donnent à l'appréciation du vin  
une toute nouvelle dimension...





La cérémonie des Gaggenu Sommelier Awards aura bientôt lieu à Beijing, la capitale chinoise. Depuis toujours, la Chine possède une tradition basée sur la culture, la fierté et l'innovation. Mais son appréciation du vin est un phénomène relativement récent. Au sein de la classe moyenne émergente, le vin est désormais un choix populaire pour le nombre croissant de fins amateurs raffinés, et la Chine devrait devenir le deuxième consommateur mondial de vin d'ici 2020.

Le concours met à l'honneur de jeunes sommeliers prometteurs venus du monde entier, ayant tous fait preuve d'un service irréprochable, de connaissances exceptionnelles et d'un dévouement sans faille. Une passion qui s'allie parfaitement avec celle de Gaggenu, qui propose aux amateurs de vin du monde entier des caves à vin climatisées haut de gamme. Ce partenariat entre les meilleurs sommeliers du monde et Gaggenu n'a donc rien de surprenant.

Cette année, les candidats sont les finalistes de leurs éliminatoires locales. Diverses nationalités sont représentées : du Français Mikaël Grou, assistant chef sommelier chez Alain Ducasse au Dorchester Hotel de Londres, à Kai Wen Lu, qui nous a parlé depuis l'hôtel Marriot de Taipei, où il travaille comme sommelier et responsable adjoint des boissons. Cette diversité montre bien qu'à l'instar des finalistes et des prix eux-mêmes, le vin reste un langage universel.

Flore native d'Afrique du Sud, de Suisse, de Chine, de France, de Suède et du Royaume-Uni, placée à l'intérieur et autour d'une bouteille de vin (page précédente) ; et l'orchidée, fleur traditionnelle de Chine (ci-dessus)



## Emma Ziemann

### Suède

J'ai commencé dans le secteur du vin en tombant par hasard sur un cours d'œnologie accéléré à l'université de Göteborg. J'ai trouvé cela tellement intéressant que je suis resté, et j'ai fini par décrocher une licence en management, avec une spécialisation restauration. Ensuite, j'ai étudié dans une école de sommellerie où j'ai pris goût à la compétition, puis j'ai obtenu mon premier poste de sommelier.

Même si je n'avais jamais eu de mentor, mon ancien collègue Gustav Cansund m'a inspiré dès le début de ma carrière. Il m'a poussé à aller plus loin que je ne m'en croyais capable, dès le moment où nous avons travaillé ensemble au Upper House Dining de Göteborg. Pour être sommelier, il faut avoir une bonne attitude... et un bon couteau. Lorsque vous devez déballer des centaines de caisses, le petit couteau de serveur n'est vraiment pas suffisant. Je vous le confirme ! L'aspect le plus difficile du métier est aussi ce qui le rend tellement gratifiant : c'est une profession de service, ce qui signifie que vous devez prendre autant soin de vos clients que de vos bouteilles. Je n'ai pas vraiment de client idéal, mais j'apprécie quand les clients sont souriants, intéressés et ouverts aux suggestions. Un des aspects les plus fascinants de mon travail consiste à s'adapter aux souhaits de chaque client, tout en assurant une bonne qualité de service.

À l'avenir, j'ai l'intention de continuer les concours pendant encore quelques années, puis d'améliorer encore mes compétences en devenant chef sommelier. J'aimerais aussi donner des cours et transmettre ce que j'ai appris aux autres.



## Zareh Mesrobyan

### Royaume-Uni

J'étais serveur dans un restaurant gastronomique en Bulgarie. Nous avons beaucoup de dégustations chez les producteurs locaux et nous étions chargés de vendre leur vin. C'est là que j'ai commencé à lire des articles sur le vin, mais je ne pensais pas en faire un jour mon métier.

J'admire le sommelier Piotr Petras [chef sommelier chez Hide], car pour moi, il incarne la réussite. Dans sa vie, il a accompli tout ce dont je rêve ! Ronan Sayburn, PDG du Court of Master Sommeliers, est lui aussi une légende vivante : quand il parle de vin, je me rends compte à quel point j'aime mon métier.

Plus tard, j'espère devenir un grand sommelier et élaborer la carte des vins d'un restaurant prestigieux. Oh, et j'aimerais aussi obtenir le MS [diplôme de Maître sommelier] dans les 10 ans qui viennent !

Mes trois vins de rêve sont l'Egon Muller Scharzhofberger de 1976, le Henri Jayer Cros Parantoux de 1978 et n'importe quel millésime pré-phylloxéra des caves Heitz.

Si je n'étais pas sommelier, je ne sais pas ce que je ferais. J'imagine que je serais sans emploi !





## Kai Wen Lu

### Région de la Grande Chine

J'ai commencé dans la sommellerie à 19 ans. Je travaillais dans des bars, des hôtels et des clubs privés et, après la fac, j'ai décroché un poste de commis sommelier au restaurant Pollen, à Singapour. Ensuite, j'ai été embauché à l'hôtel Marriott de Taipei, où je suis responsable adjoint des boissons et sommelier depuis un an et demi.

Dans ce métier, il faut être en forme, car il faut pouvoir porter de lourdes caisses de vin ! Il faut aussi beaucoup étudier, parce que le monde du vin est en constante évolution, et il faut se tenir au courant en permanence.

Un bon sommelier doit aimer ses clients et toujours leur offrir la même qualité de service, peu importe qui ils sont ou ce qu'ils commandent. C'est cette constance qui fait la différence.

Je m'efforce toujours d'être souriant et agréable, et de faire en sorte que les clients se sentent comme chez eux. Le restaurant dans lequel je travaille est un endroit huppé au décor luxueux, et cela met parfois les gens un peu mal à l'aise. C'est pourquoi nous accueillons les clients comme s'ils venaient chez nous, dans notre maison, et pas dans un hôtel.

Je pense que je peux encore m'améliorer et travailler sur mes niveaux de service pour totalement maîtriser mon métier. Plus tard, j'aimerais partager toutes les connaissances que j'ai acquises en tant que responsable des boissons avec des jeunes qui veulent travailler dans la profession.

## Joakim Blackadder

### Afrique du sud

J'ai commencé à travailler dans la sommellerie après être monté en grade et avoir suivi une formation de sommelier à Stockholm en 2005. Lorsque j'ai attrapé le virus du vin, j'ai cherché des opportunités à l'étranger, dans les régions viticoles du monde entier, et j'ai atterri en Afrique du Sud.

Dans le secteur hôtelier, Ulrika Karlsson est la personne qui m'a le plus influencé dans ma carrière. Elle était chargée du développement des services au restaurant de Mathias Dahlgren, au Grand Hôtel de Stockholm, et j'ai eu le plaisir de contribuer à son travail visionnaire pendant quelques années.

Un sommelier ne peut pas vivre sans une diversité de vins stimulante. Un des aspects les plus intrigants du métier, c'est qu'il n'y a pas vraiment de limite dans la perfection, donc la quête d'un meilleur vin ne s'arrête jamais. C'est aussi excitant qu'une chasse au trésor.

Les gens me demandent quel est mon vin préféré, mais c'est une question à laquelle il m'est impossible de répondre. La préférence pour un style ou un type de vin varie en fonction des humeurs et de l'environnement. Il y a tellement d'excellents vins que je serais incapable d'en choisir un en particulier.

Si je n'étais pas sommelier, je serais probablement architecte ou entrepreneur. J'aime résoudre les problèmes. Mais, comme ce ne sont pas les défis qui manquent dans notre travail quotidien, je ne changerais d'environnement pour rien au monde !



## Daïde Dellago

### Suisse

J'ai commencé dans la sommellerie à l'été 2016, alors que je dirigeais un restaurant sur une petite île, près de Venise. Tous les jours, un gars, Massimo, venait s'occuper du vin, alors je lui ai demandé ce qu'il faisait et il m'a expliqué. À partir de là, je me suis mis à acheter des livres et à cultiver mes connaissances sur le monde du vin.

Ce qui est bien quand on est sommelier, c'est qu'on peut toujours évoluer et monter en grade. Dans cinq ans, j'aimerais faire partie des cinq meilleurs sommeliers d'Europe, voire du monde.

Mais pour faire partie des grands, il faut aimer ce métier, car il y a beaucoup à apprendre et beaucoup à faire. Je dirais qu'avoir de l'empathie est également essentiel. Il faut savoir mettre les clients à l'aise et comprendre ce qu'ils veulent vivre comme expérience ce soir-là.

J'aurais adoré participer à la fameuse dégustation à l'aveugle de Paris en 1976, connue sous le nom de « Jugement de Paris », où les vins californiens se sont particulièrement distingués.

Le vin, c'est de l'art. Et comme toute œuvre d'art, l'histoire, la culture et les gens sont ses fondements. Au final, ouvrir une bouteille de vin, c'est comme voyager dans un pays étranger.



## Mikaël Grou

### France

J'ai fait des études d'hôtellerie en France parce que je voulais être chef. Au cours de ma formation, j'ai rencontré un professeur qui était aussi sommelier, et il m'a vraiment transmis sa passion pour le métier. C'est comme ça que j'ai commencé dans la sommellerie.

L'enthousiasme de ce professeur était contagieux, et m'a poussé à changer de voie pour m'orienter vers le vin. Il m'a dit que pour être un bon sommelier, il faut savoir se comporter en salle comme un acteur sur une scène, et comprendre tout l'aspect théâtral qui accompagne le vin. Il m'a poussé à frapper aux bonnes portes, comme Le Cinq à Paris, où je suis resté sept ans, en commençant comme apprenti et en montant les échelons pour finir assistant chef sommelier.

Il faut aussi faire preuve d'humilité pour être un bon sommelier. Il est impossible de tout savoir. Et il faut pouvoir goûter le vin correctement et tout décomposer dans les moindres détails, identifier l'appellation, le millésime... Il faut comprendre les clients, leur expliquer le goût, la couleur et le prix du vin. Et tout cela dans un laps de temps très court, car très souvent, on travaille dans un restaurant ou un bar où il y a beaucoup de monde.

Ce que signifie le vin pour moi ? J'aime l'aspect historique, comme les moines qui ont identifié les meilleurs terroirs et les meilleurs crus. Quand on pense qu'ils ont fait tout ça il y a des siècles, sans aucune technologie, et qu'on a toujours les mêmes parcelles et le même découpage aujourd'hui, ça paraît incroyable ! Pour faire du vin, qu'on soit du nouveau monde ou pas, la technologie est restée la même. Pour moi, le vin c'est avant tout des histoires, des éléments et des personnes. En fait, c'est tout sauf le liquide ! ■



# Welsh





**Black**



Remontant à l'Antiquité, enveloppée dans un voile de mythes et de légendes, la Welsh Black a contribué à façonner tout un pays. Aujourd'hui, cette race est emblématique de la culture galloise et de l'âme de la nation.

Au pied d'une colline où trône un arbre solitaire, un patchwork de terres agricoles se déroule à perte de vue. Lentement, des ombres noires se déplacent à travers les pâturages, comme autant de petits nuages sombres qui déferlent sur la campagne.

Ce sont les fameuses Welsh Blacks (en français, « galloises noires »), vaches galloises à la robe d'ébène. Autrefois, cette race bovine était « l'or noir » du Pays de Galles, avant que cette expression ne soit reprise pour parler du pétrole ou du charbon. Les bêtes restent si prisées que leur nom de troupeau se transmet de génération en génération, comme un précieux héritage familial.

Avec les « eisteddfodau », concours locaux de musique et de poésie, la Welsh Black est une véritable icône de la culture nationale du Pays de Galles. Enracinée dans les mythes et les légendes, cette race robuste évoque aussi bien les paysages sauvages de la région que les âmes indomptées qui l'habitent, solides, fiables, fières.

Ainsi se résume l'esprit du Pays de Galles, petit pays situé dans l'ouest de la Grande-Bretagne, dont le climat figure parmi les plus humides d'Europe. Un pays dont la superficie terrestre est constituée à 80 % de montagnes. C'est à leur sommet aux teintes gris ardoise et sur leurs flancs aux dégradés fauves que s'épanouissent les Welsh Blacks. Tout comme leurs propriétaires, elles sont capables de résister aux conditions les plus hostiles.

Parmi les éleveurs les plus réputés de Welsh Blacks, la famille Jones de Hafod yr Esgob Isaf possède une exploitation de 364 hectares à Cwmtirmynach, Bala. Sa ferme en pierres a pour toile de fond les fabuleuses montagnes de Snowdonia, un challenge de taille pour le bétail, mais qui ne fait pas peur à cette race robuste.

Les frères Meredydd et Gwilym Jones qui dirigent l'exploitation sont les représentants de la neuvième génération. Ils sont les fermiers de l'ancestral domaine de Rhiwlas, dont les propriétaires sont les descendants d'une prestigieuse lignée de « uchelwyr », ou nobles. Selon la légende, en 1485, les ancêtres des deux familles se sont battus côte à côte lors de la Bataille de Bosworth, dernier conflit majeur de la Guerre des roses, créant ainsi des liens qui perdurent encore aujourd'hui.

Les deux familles partagent également la même passion pour la Welsh Black, et elles furent parmi les premières à adhérer au club de la race, créé en 1904. Le troupeau Hafodesgob de la famille Jones, qui compte 60 têtes de bétail, est réputé dans tout le Pays de Galles. Son taureau, Hafodesgob Hari, détient à ce jour le record de prix de la race, à 23 100 £.

Les Welsh Blacks, avec leurs cornes blanches caractéristiques, ont une capacité d'adaptation exceptionnelle. Leur épaisse toison d'hiver les protège du vent et de la pluie, mais leur poil devient ras et brillant en été. Ces animaux peuvent supporter un froid extrême, mais leur pigmentation noire leur permet aussi de bien résister à la chaleur. Leur peau épaisse les protège de la neige, des insectes et des brûlures du

soleil, tandis que leur vie dans les montagnes rocheuses du Pays de Galles leur a permis de développer des sabots durs et résistants, peu sensibles aux blessures. Autant de caractéristiques qui leur permettent de vivre en parfaite harmonie avec leur environnement.

« Pour nous, ces bêtes sont les meilleures du monde », affirme Gwenfair Jones, 72 ans, la matriarche de la famille à Hafod yr Esgob Isaf. Pendant des décennies, son père Ned et son oncle Gwilym ont développé les Welsh Blacks de la famille, pour obtenir un troupeau synonyme de qualité. Ned y est parvenu malgré un accident à l'âge de 26 ans qui lui coûta une jambe, alors qu'il tentait de livrer des bidons de lait sur sa mobylette. Son handicap ne l'a jamais arrêté. Sa seule concession fut d'utiliser un tabouret spécial qu'un charpentier du coin lui avait fabriqué pour qu'il puisse traire ses vaches tous les jours.

Bien souvent, les femmes étaient chargées de traire les Welsh Blacks qui, jusqu'à récemment, étaient aussi bien considérées comme des vaches à viande que des vaches laitières. Gwenfair a commencé à mettre la main à la pâte en 1951, à l'âge de quatre ans, alors que sa sœur Gaenor travaillait déjà à la ferme depuis longtemps. Les petites filles devaient traire trois vaches chacune, leur souffle visible dans l'air glacial du petit matin, pendant qu'elles bavardaient en gallois. Elles devaient aussi parfois allumer les lanternes pour la traite de l'après-midi, les journées d'hiver étant particulièrement courtes.

« Après, les vaches descendaient jusqu'à l'Afon Mynach pour s'abreuver », raconte Gwenfair. « Elles l'avaient fait tellement de fois que chaque famille de vaches suivait son propre chemin jusqu'à la rivière. »

L'entrée du chemin qui part de la ferme d'Hafod yr Esgob Isaf est gardée par deux pins sylvestres. On raconte que ces pins ont été plantés par les ancêtres de la famille pour les conducteurs de troupeaux qui sillonnaient autrefois le Pays de Galles. Un peu comme l'enseigne d'un hôtel, le profil caractéristique des pins leur signalait la présence d'un abri dans les environs.

Pendant des centaines d'années, ces hommes ont conduit d'énormes troupeaux de vaches, de moutons et même d'oies, du Pays de Galles jusqu'aux grandes villes d'Angleterre, où la demande de viande était insatiable. En 1810, plus de 14 000 têtes de bétail étaient exportées rien qu'en provenance de l'île d'Anglesey. Les vaches formaient une masse sombre et bouillonnante alors qu'elles traversaient le détroit du Menai avant de franchir les montagnes de Snowdonia pour arriver en Angleterre.

Les infrastructures modernes du Pays de Galles, des routes aux services bancaires, ont été façonnées par les conducteurs de bétail. En plus de transporter des messages, ils revenaient de leurs longs périple avec des sacs remplis d'argent, ce qui en faisait des proies de choix pour les brigands tels que les célèbres Bandits rouges de Mawddwy.

Pour atténuer ce risque, des banques furent créées dans les fermes. Il y en avait encore une récemment à Hafod yr Esgob Isaf, juste en face des pins sylvestres. Le bâtiment en pierre, Banc y Foty, a depuis été transformé en étable.

Même si le noir est la couleur associée à cette race galloise, ce ne fut pas toujours le cas. Des tests génétiques ont permis d'établir un lien de parenté entre les Welsh Blacks et les aurochs, bétail sauvage aujourd'hui disparu, et les descriptions, notamment de taureaux, faites par les poètes du Moyen-Âge révèlent que ces « bêtes magiques et











« Nous restons fidèles à cette race, non seulement à cause de son histoire, mais surtout parce que ce sont des bêtes exceptionnelles qui sont bien adaptées à nos techniques d'élevage. »

féeriques » se déclinaient autrefois dans un large éventail de couleurs. En effet, entre 1599 et 1602, pas moins de 15 variétés de robes furent recensées lors de deux foires au bétail du Pembrokeshire.

Certaines bêtes étaient blanches, et on dit que les druides s'en servaient pour leurs sacrifices. D'autres furent acceptées par le roi Hywel Dda (surnommé « Hywel le Bon ») au dixième siècle pour le paiement de dettes. Il existe encore quelques vaches galloises blanches : pendant la Seconde Guerre mondiale, le troupeau de Dinefwr, dans le Carmarthenshire, fut peint en vert pour éviter que les villages voisins ne soient repérés depuis le ciel par les bombardiers ennemis.

La race est devenue monochrome avec la fondation de la « Welsh Black Cattle Society » en 1904. Le noir avait toujours été la couleur prédominante de la race, mais les éleveurs décrétèrent qu'il serait dorénavant la « seule » couleur acceptée. Aujourd'hui encore, il arrive qu'une vache donne naissance à un veau de couleur différente, ce qui prouve que ce gène récessif n'a pas complètement disparu. Les Welsh Blacks et leurs ancêtres faisaient partie des biens les plus précieux des Celtes de l'Antiquité, à l'époque où ils partirent vers l'ouest pour fuir l'envahisseur saxon. Elles font toujours la fierté de leurs propriétaires aujourd'hui, et notamment celle de la famille Jones à Hafod yr Esgob Isaf.

En tant que représentants de la neuvième génération de fermiers, les fils de Gwenfair, Meredydd et Gwilym, ont appris leur métier dès leurs premiers pas. En septembre 1973, Meredydd posa pour un journal local en train de présenter une Welsh Black à la foire agricole de Cerrigydrudion. Il n'avait alors que trois ans et semblait minuscule à côté de sa majestueuse bête aux yeux de velours. À présent, les cinq petits-enfants de Gwenfair apprennent les ficelles du métier. Et un jour, ils reprendront le flambeau.

« Nous avons l'obligation de faire honneur à l'héritage de la Welsh Black », explique Meredydd, l'actuel président du club de la race.

« Nous restons fidèles à cette race, non seulement à cause de son histoire, mais surtout parce que ce sont des bêtes exceptionnelles qui sont bien adaptées à nos techniques d'élevage. » ■





# Gros plan sur l'industrie

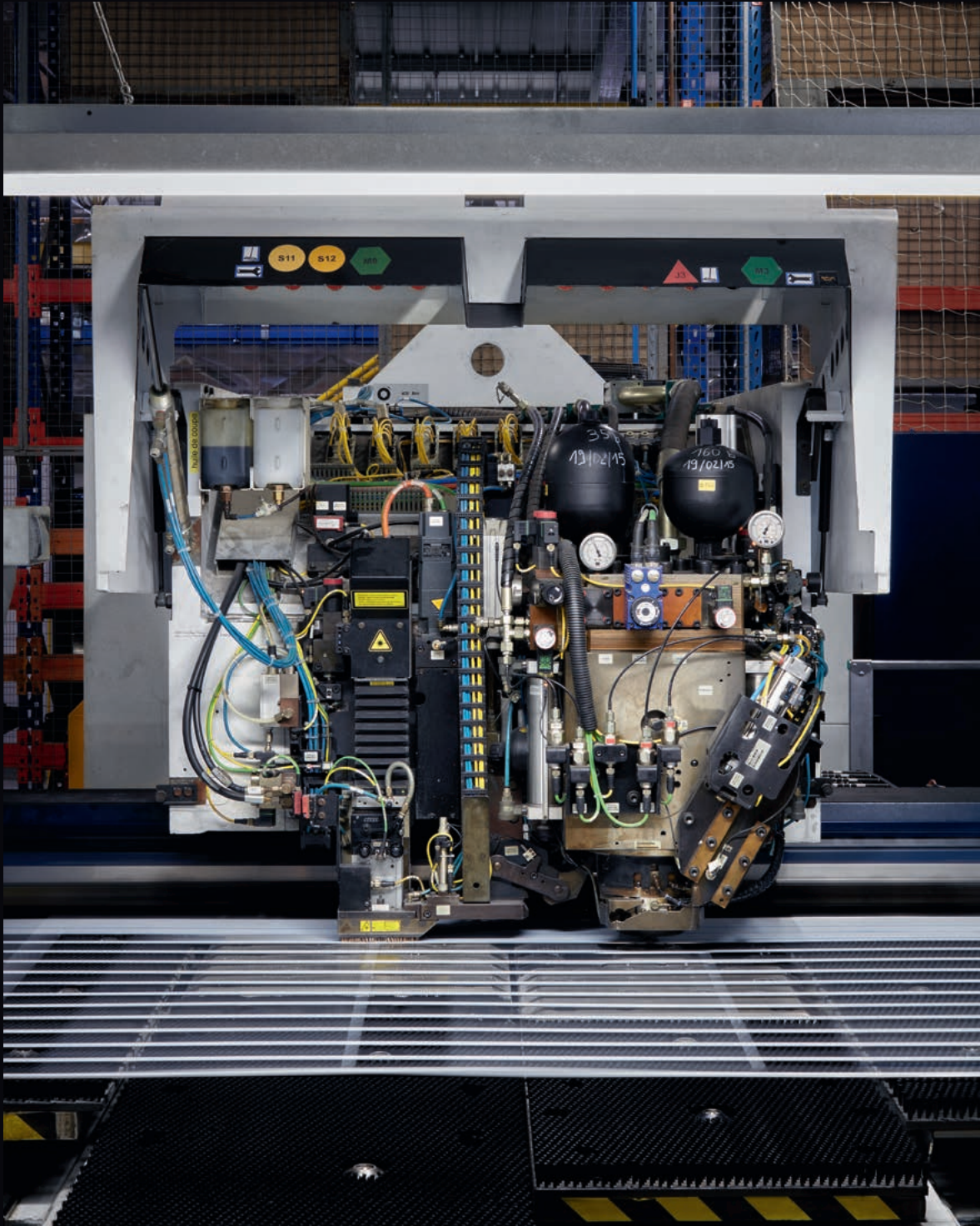
Usine  
Usine  
Usine  
Usine  
Usine  
**Usine**  
Usine  
Usine  
Usine  
Usine  
Usine

Quand on imagine une usine classique, l'artisanat est rarement la première chose qui vient à l'esprit. Mais il suffit de visiter l'usine Gaggenau de Lipsheim pour oublier tous les clichés liés à l'industrie, comme les grosses machines ou la fumée qui sort des cheminées.









# B

Bercée par un bourdonnement mécanique apaisant, l'usine fourmille d'ouvriers, tous vêtus d'une combinaison de travail bleu marine. Sur leur visage, on peut lire une concentration intense, mais aussi une certaine sérénité. De toute évidence, ils apprécient leur entreprise et leur environnement.

L'usine se trouve à Lipsheim, en France, à seulement 10 minutes en voiture de la frontière allemande. La structure des années 1930 jouit d'une belle hauteur sous plafond et d'une lumière naturelle abondante. On voit passer de main en main des objets métalliques et des appareils non identifiés. De temps à autre, on aperçoit l'espace d'un instant le produit fini : un four ou une machine à café.

La révolution industrielle de 1760 à 1840 démarra en Grande-Bretagne et gagna rapidement le continent. Les usines poussèrent comme des champignons, offrant aux communautés rurales la chance de se métamorphoser en zones urbaines et commerciales. En 1900, l'économie allemande était la plus florissante d'Europe, grâce à son industrie en plein essor. En 2010, la région allemande de la Ruhr, synonyme d'aciéries, de mines de charbon et de cols bleus, fut élue Capitale européenne de la culture.

Dans l'inconscient collectif, les usines évoquent des espaces froids, stériles et mécaniques. Des images de chaînes de montage anonymes viennent automatiquement à l'esprit lorsqu'on entend le mot « usine ». Pourtant, combien d'entre nous ont déjà visité une usine en exploitation ? Combien d'entre nous ont déjà parlé aux ouvriers ? Peut-être pas tant que cela.

L'image de l'usine est nostalgique. On se représente des nuages de fumée sortant d'immenses cheminées, des chaînes de production automatisées et un labyrinthe d'énormes machines. Une image d'Épinal sans connotation romantique, certes, mais qui symbolise un passé industriel tumultueux et aujourd'hui révolu.

On voit immédiatement que l'usine Gaggenau est bien loin de tout cela. Tout d'abord, il s'agit d'un site de fabrication industriel non automatisé.

« Nous travaillons beaucoup plus à la main que d'autres usines », explique Jörg Neuner, responsable du Centre de la marque Gaggenau à Lipsheim.

« Bien souvent, les visiteurs sont surpris par les touches personnelles qu'ils peuvent voir ici, en plus des capacités manufacturières. »

L'usine Gaggenau compte environ 350 ouvriers en production. Chacun est formé à de multiples produits et processus, ce qui signifie que les ouvriers sont hautement qualifiés dans de nombreux domaines de la chaîne de production. L'usine produit tous les appareils ménagers Gaggenau, y compris le fameux four de 90 cm. Cette pièce emblématique et originale est principalement fabriquée à la main, et il faut une heure à deux ouvriers pour la créer.

Dans toute l'usine, il n'y a qu'une seule machine automatisée : la TruMatic 6000. Sur toutes les autres machines (et il y en a beaucoup), l'assemblage est semi-automatisé ou effectué à la main. Le résultat est une ambiance bourdonnante d'activité, et un exemple de collaboration harmonieuse entre l'homme et la machine.

Ce concept est personnifié par l'assemblage en salle blanche, unique chez BSH (société mère de Gaggenau). Dans cet espace confiné, véritable microcosme au cœur de l'usine, les ouvriers doivent porter des combinaisons blanches et des masques. C'est dans cette bulle futuriste que cinq ouvriers de l'usine Gaggenau construisent soigneusement et méticuleusement les écrans tactiles TFT des appareils.

Jörg explique : « Nous consacrons beaucoup d'efforts à ce processus, car c'est le premier point de contact pour un client potentiel. »







« Les ouvriers sont passionnés, impliqués et hautement qualifiés. Leur passion pour le produit et pour la marque est contagieuse. »

L'ensemble de l'usine est un lieu bien structuré et très soigné, qui chevauche la banlieue de Lipsheim. Depuis les années 1930, elle offre un contraste frappant avec son environnement bucolique. Le bâtiment d'origine est toujours debout.

L'usine produit 205 000 appareils ménagers par an. Chaque jour, sept camions viennent charger les marchandises pour les livrer aux clients. C'est une véritable prouesse pour une unité qui fabrique exclusivement sur commande et produit uniquement ce qui est vendu. Gaggenau est la plus petite usine au sein du groupe BSH, mais c'est celle qui offre la plus grande diversité de produits.

Cependant, ce qui rend ce lieu vraiment unique, c'est sa dimension hautement personnalisée et authentique. Les ouvriers sont passionnés, impliqués et hautement qualifiés. Leur passion pour le produit et pour la marque est contagieuse.

L'usine est un lieu très stylisé et discipliné, sans pour cela être un environnement automatisé et dénué d'émotion. C'est une usine qui a conservé son humanité et qui célèbre la modernisation des machines et de l'industrie, tout en continuant à honorer un passé artisanal. ■

# Nils

## Un chef pour toutes les saisons

Le chef allemand Nils Henkel nous parle de son menu créatif et de sa quête de la perfection culinaire.

# H e n k e l





« Décrocher deux étoiles Michelin aussi vite, ce n'est pas normal : habituellement, cela prend beaucoup plus de temps ! »





Saumon royal Ora -  
Infusion de vadouvan -  
Pois chiches - sésame  
noir (à gauche) Prologue  
au menu Faune et flore :  
Huitre Gillardeau avec  
perle de soja - Handkåse  
à la betterave rouge -  
Flammkuchen aux  
herbes - Salade verte  
au caviar - Œuf surprise  
au curry (ci-dessus)



Ci-dessus  
Nils Henkel : Un  
homme dans les  
étoiles (Michelin)

Lorsqu'il s'agit de trouver les menus et les moments qui définissent le mieux la cuisine d'un pays, certaines nations sont plus faciles à décrire que d'autres.

Dès l'instant où l'on débouche une bouteille de vin dans un restaurant français ou dès que votre primo est servi dans votre trattoria italienne préférée, vous plongez dans les idées et les saveurs de cuisines nationales cohérentes.

Mais pour l'Allemagne, le concept de philosophie, de style ou même d'une entrée qui symbolise la gastronomie nationale est nettement plus difficile à définir. Le chef Nils Henkel s'est néanmoins penché sur la question :

« Pour le reste du monde, la cuisine allemande se réduit à des saucisses et à du jarret de porc. »

« Mais cela n'est qu'un aspect de la cuisine allemande. En Espagne ou en Italie, la gastronomie nationale est facilement visible et compréhensible, car de nombreux restaurants à travers le monde servent ces types de cuisine. La gamme complète de spécialités culinaires allemandes est plus confidentielle. »

Confidentielle, certes, mais néanmoins reconnue. Pour son restaurant Schwarzenstein, Nils Henkel vient d'obtenir sa deuxième étoile Michelin dans le guide 2018.

Une véritable prouesse. « Décrocher deux étoiles Michelin aussi vite, ce n'est pas normal », admet Nils. « Je sais qu'habituellement, cela prend beaucoup plus de temps. »

Situé au cœur de la Vallée du Rhin, le Schwarzenstein constitue la dernière étape du parcours culinaire de Nils, entamé au milieu des années 1980, tout d'abord au Romantikhotel Voss-Haus à Eutin, ensuite dans divers restaurants de Hambourg et du Munsterland, puis en 1997 en tant que sous-chef chez le défunt Dieter Müller, au Lerbach.

Il raconte : « Je n'ai pas toujours été chef. Quand j'avais 15 ans, mon premier job, c'était de fabriquer des fenêtres en plastique ! Je me sentais frustré. Mais quand j'ai été embauché pour la première fois dans une cuisine, quand j'ai découvert l'aspect créatif du métier et compris comment élaborer des plats pour les clients dès ma première semaine, j'ai su que j'étais fait pour ça. »

Pour Nils, cette quête de perfection est devenue une véritable obsession. De 2008 à la fermeture du restaurant en 2014, Nils fut chef de cuisine au Lerbach. Il y créa un menu qui sut séduire autant les clients que les critiques, en mettant en valeur le poisson, les légumes et les produits locaux.

« C'est intéressant de trouver la perfection », concède Nils. « Je cherche toujours la manière parfaite de faire les choses. Pour plaire aux inspecteurs du guide Michelin, il faut poursuivre cette quête et chercher à être toujours plus parfait. En ce qui me concerne, je dois utiliser les meilleurs produits, m'entourer de personnes créatives, travailler avec des ingrédients allemands et créer mon propre style. »

Le menu du Schwarzenstein témoigne de la volonté de Nils de fusionner la flore, la faune et la localité, tout en demandant aux clients d'abandonner la tradition germanique qui veut que le repas soit centré sur une viande rouge. Remplacer le porc et le schnitzel par des tournesols et des racines sans déclencher un genre de « aufstand » (révolte) avant la fin du « mittagessen » (déjeuner) : voilà peut-être le véritable tour de force de Nils Henkel.

« Les fleurs et les herbes proviennent toutes de la région. Un de nos plats est créé à partir de racines de tournesols cuisinées. Nous utilisons aussi des graines et des fleurs de tournesol, qui sont servies avec du jaune d'œuf et de l'extrait de racine. Tout ce qui se trouve sur l'assiette provient de la plante. Les racines, les graines et les fleurs. C'est ma façon de faire. »

Le restaurant comporte une section gastronomique et un bar à vin plus informel, qui comptent chacun 28 couverts. Les journées de Nils sont bien remplies : il travaille généralement 12 à 15 heures par jour.

« Ce n'est pas parfait. Mais quand on crée un restaurant comme celui-ci, on ne peut tout simplement pas accomplir ce qu'on veut en huit heures seulement. Le chemin est long pour obtenir une étoile Michelin, puis deux, puis trois, peut-être. »

Lorsqu'on entend avec quelle passion les chefs parlent des ingrédients, on comprend ce qui distingue les innovateurs culinaires des simples cuisiniers compétents. L'attachement de Nils à la faune et la flore locales (ses deux menus sont intitulés « faune » et « flore », ce dernier étant entièrement végétarien) prend un ton rhapsodique :

« Mes ingrédients favoris sont le poisson et les légumes ; c'est la combinaison gagnante. Si je devais composer mon repas à partir de mon propre menu du jour, je commencerais par le thazard au céleri façon ceviche. Ensuite, je choiserais le chevreuil au curry violet et aux cerises, et je terminerais par les abricots et les amandes au chocolat. »

Entre deux discussions sur les voyages gastronomiques qu'il aimerait faire (« J'adorerais aller en Asie, surtout au Japon ») et sur les personnalités pour lesquelles il rêve de cuisiner (« Je préférerais toujours cuisiner pour ma femme et mes deux filles plutôt que pour n'importe quelle célébrité »), Nils se demande si la cuisine allemande sera un jour aussi mondialement reconnue que certaines de ses voisines européennes.

« Les meilleurs restaurants allemands offrent une grande diversité, certains ont des influences méditerranéennes, d'autres des influences asiatiques. Je ne pense pas que nous ayons une cuisine 'typique', instantanément reconnaissable. »

Dépassant enfin le cliché de la cave à bière, la fusion de la durabilité, du style et des tournesols de Nils Henkel n'est pas près de s'éteindre. Ces graines de tournesol sont plus qu'un plat ; elles marquent le début d'un nouveau chapitre dans l'histoire de la cuisine allemande. ■





Ci-dessus  
Le restaurant Schwarzenstein de l'hôtel  
Relais & Châteaux Burg Schwarzenstein  
([burg-schwarzenstein.de](http://burg-schwarzenstein.de))









# Cité des merveilles

La vieille ville de Jérusalem est l'un des lieux les plus sacrés (et l'un des plus contestés) de la planète. Mais au cœur de son paysage religieux complexe et de ses célèbres coupes dorées, elle recèle une culture gastronomique d'une richesse phénoménale.







Des épices au marché  
Mahane Yehuda  
(à gauche)  
Des falafels dans la  
vieille ville de Jérusalem  
(ci-dessus)

La guerre de Gaza de 2014 a entraîné une forte baisse de la fréquentation touristique en Israël, mais celle-ci a remonté de manière spectaculaire ces 18 derniers mois, pour atteindre 3,6 millions de visiteurs l'an dernier. Et même si la plupart des touristes gastronomiques se rendent directement à Tel Aviv, attirés par son nouveau statut de haut-lieu de la gastronomie internationale, ceux qui souhaitent comprendre le « melting-pot » qu'est la cuisine israélienne doivent immanquablement passer par Jérusalem.

Allez voir le Mur des lamentations, pénétrez dans l'enceinte émouvante de l'Église du Saint-Sépulcre et admirez Haram Al-Sharif (le Mont du Temple) ; mais restez un moment pour profiter pleinement de la cacophonie culinaire locale, car cette ville du Moyen-Orient vous offre des plaisirs gastronomiques pittoresques en abondance.

Angelica Malin se rend régulièrement à Jérusalem et elle confirme : « Jérusalem possède l'une des scènes gastronomiques les plus passionnantes et les plus éclectiques du monde, où se mêlent plats yéménites, influences d'Europe de l'Est et ingrédients arabes. Résultat : la ville déborde d'inspiration et de créativité, et chaque restaurant est comme une île au cœur de la cité. »

« Ce qui rassemble toutes les cultures et toutes les cuisines, c'est le partage et la socialisation autour de la nourriture. Que vous rompiez le pain challah, que vous savouriez un ragoût nord-africain ou une assiette de dates palestiniennes confites, l'idée de partager un bon moment autour d'un repas est quelque chose que l'on retrouve partout dans Jérusalem. »

« Mon endroit préféré pour manger se trouve près du Mahane Yehuda, un des plus anciens marchés alimentaires du monde. Tout autour du marché, il y a une foule de petits restaurants simples et bon marché. Et dans le marché lui-même, on trouve des dates fraîches délicieuses, des figues, des smoothies, des douceurs orientales et du halva fait-maison. Pour le déjeuner, essayez Abu Shukri : ce restaurant de souk authentique sert le meilleur houmous de la ville. »

Et de fait, le houmous est un mets très recherché ici, comme l'explique le chef israélien Oded Oren (actuellement en résidence du mercredi au dimanche chez Borough Wines and Beers, à Londres) : « Ici, le houmous est très différent de celui qu'on peut trouver à Jaffa ou Acre. Il est plus traditionnel et, tout comme Jérusalem, il a son charme propre. »

« Jérusalem possède l'une des scènes gastronomiques les plus passionnantes et les plus éclectiques du monde, où se mêlent plats yéménites, influences d'Europe de l'Est et ingrédients arabes. »

Oded pense également que la nourriture est un moyen efficace de mieux comprendre le monde qui nous entoure. « Promenez-vous dans les ruelles et les marchés de la vieille ville et arrêtez-vous aux stands de nourriture pour déguster des falafels servis dans une pita sortant tout juste du four, et vous verrez combien la nourriture peut rapprocher les gens », affirme-t-il. « Malgré la situation politique très compliquée à Jérusalem, Juifs et Arabes s'assoient côte à côte pour savourer une assiette de houmous, que ce soit dans le quartier juif, dans le quartier chrétien ou dans le quartier musulman. »

Comme beaucoup d'autres connaisseurs, Oded estime que le meilleur houmous est servi chez Hummus Lina, dans le quartier chrétien. Là-bas, le houmous est confectionné à partir d'huile d'olive israélienne et agrémenté de diverses épices du Moyen-Orient, de « masabacha » (pois chiches entiers), de haricots ou de cornichons. Mais vous n'êtes pas obligé de faire dans le traditionnel : si vous voulez goûter quelque chose de différent, essayez le restaurant Machneyuda, où tous les ingrédients proviennent du marché de Mahane Yehuda, et où l'ambiance peut être qualifiée de... festive ! Felicity Spector, influenceuse gastronomique basée à Londres, le décrit parfaitement : « C'est de la folie douce ! Complètement dingue, hors de prix, mais absolument génial. »

Avant ou après avoir dansé sur les tables, vous y trouverez une carte sans cesse renouvelée de plats méditerranéens et moyen-orientaux. Mais gardez de la place pour le dessert : Jérusalem est réputée pour ses pâtisseries exceptionnelles. « Allez à la Marzipan Bakery pour déguster du 'rugelach' ou faites une pause à un stand de la vieille ville pour un goûter à base de pâtisserie sucrée et de jus de grenade », conseille Felicity.

Au plaisir de vous y voir bientôt ! ■

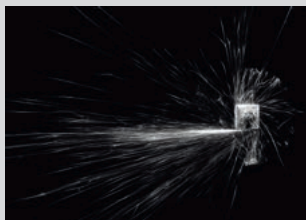






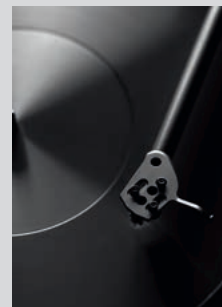
Ci-dessus  
La vieille ville  
de Jérusalem  
vue du nord, Israël

La qualité d'un magazine est entièrement dépendante du talent de ceux qui contribuent à sa création. Pour ce numéro du Magazine Gaggenau, nous avons eu la chance de travailler avec des auteurs, des photographes et des designers incroyablement talentueux.



**Incandescence**  
Richardfoster.com  
Texte et Photographie **Richard Foster**

06



**Les platines à l'honneur**  
Linn Products | linn.co.uk  
Texte **Anthony Teasdale**  
Photographie **Richard Foster**

24



**Couverture**  
Photographie de couverture **Karl Howard**



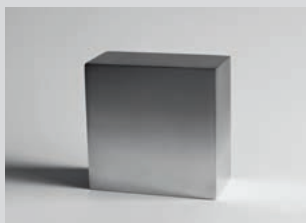
**Un grain de vérité**  
Fernando Lappose | fernandolaposse.com  
Texte **Jim Butler**  
Photographie **Jake Curtis**

10



**Casa Perfect**  
The Future Perfect | thefutureperfect.com  
Texte **Leo Bear**  
Photographie **Pia Riverola**

30



**La forme des choses à venir**  
Miya Ando  
miyaando.com  
Texte **Miya Ando**

04



**Piotr & Ingrid**  
Texte **Catherine McMaster**  
Photographie **Thai Hibbert**

18



**La vie derrière la censure**  
Texte **Amber Elias**  
Photographie **Girma Berta**

36



40

### Cœur de verre

Lasvit | lasvit.com

Texte **Imogen Smith**

Photographie avec l'aimable autorisation de **Lasvit**



60

### Usine, usine, usine

Texte **Catherine McMaster**

Photographie **Ben Reeves**



72

### Cité des merveilles

Texte **Joanne Gould**

Photographie **MaestroBrooks/iStock**,  
**Danita Delimont/Getty Images** et **Jacek Sopotnicki/iStock**



46

### De la vigne

Texte **Alistair Macqueen**

Photographie **Ben Reeves**

Styliste **Victoria Lees**



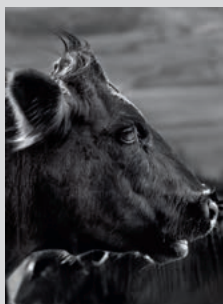
66

### Un chef pour toutes les saisons

Nils Henkel | nilshenkel.com

Texte **Rob Crossan**

Photographie **Wongce Bergmann**



52

### Welsh Black

Texte **Andrew Forgrave**

Photographie **Karl Howard**



70

### Un chef pour toutes les saisons (suite)

Nils Henkel | nilshenkel.com

Texte **Rob Crossan**

Photographie **Roman Knie**



# Maison d'édition

## **FMS Global Media**

Suite 9  
Beaufort Court  
Admirals Way  
Londres, E14 9XL  
Royaume-Uni  
e : [william@fms.co.uk](mailto:william@fms.co.uk)  
[fms.co.uk](http://fms.co.uk)

**Nigel Fulcher**  
PDG

**Irene Mateides**  
Éditrice

**William Fulcher**  
Directeur

**Nick Fulcher**  
Directeur de production

**Anthony Teasdale**  
Éditeur groupe  
(responsable en vertu de la loi sur la presse)

**Tim Smith**  
Direction artistique

**Catherine McMaster**  
Chef de projet

**Katie Smith**  
Graphisme

# Gaggenau

## **Le Magazine Gaggenau**

Publié pour le compte de  
Gaggenau Hausgeräte GmbH  
Carl-Wery-Strasse 34  
81739 Munich / Allemagne  
[gaggenau.com](http://gaggenau.com)

**Katarina Kožul**  
Gestion de projet

**Sven Schnee**  
Directeur du service Global Brand Gaggenau

**Sven Baacke**  
Responsable design et directeur artistique Global Brand Gaggenau

**Stefan Höhle**  
Directeur Communication et RP

**Sören Strayle**  
Directeur Conception interface utilisateur

© Gaggenau Hausgeräte GmbH 2018.

Même si nous avons tout mis en œuvre pour assurer l'exactitude des données incluses dans cette publication, l'éditeur, BSH Hausgeräte GmbH, sa filiale ou ses sociétés affiliées rejettent toute responsabilité en cas de perte ou de dommages causés par des erreurs ou des omissions commises par négligence, par accident ou pour toute autre raison quelconque. Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne saurait être reproduite, enregistrée dans un système de récupération ni transmise sous une forme quelconque, électronique, mécanique, par photocopie, enregistrement ou autre, sans l'accord écrit préalable de l'éditeur. Les informations sont correctes au moment de la mise sous presse. Les points de vue exprimés ne reflètent pas nécessairement ceux de l'éditeur ou de BSH Hausgeräte GmbH. Tous les efforts nécessaires ont été mis en œuvre pour contacter les détenteurs des droits d'auteur des documents utilisés dans la présente publication. Si nous avons omis de contacter un détenteur de droits d'auteur, nous serons ravis de prendre les dispositions éventuelles nécessaires.



