

SITES

ARCHI

N° 223 - Novembre 2012 - CAHIER N°2

SPRMRKT MET LES VOILES

BALENCIAGA TOUT EN COULEURS

LOUIS VUITTON TOURNE EN ROND



XOCOLATTI

LE CHOCOLAT AU CARRÉ

Pour cette microboutique d'un chocolatier haut de gamme de New York, l'agence De-Spec a mis l'efficacité et la rationalité au service du design, et réciproquement.



▲ Installée au cœur de Soho, la petite boutique de 14 m² exploite habilement le moindre cm² de surface verticale disponible, parvenant ainsi à dégager un confortable espace central pour la clientèle.

◀ Une fine structure métallique permet de ranger les boîtes de différentes tailles, comme on rassemblerait des briques sur un mur.



Il y a deux ans encore, Shaineal Shah se destinait à une carrière dans la finance. Originaire de l'Etat du Gujarat, en Inde, le jeune homme a grandi dans la banlieue new-yorkaise, où ses parents ont immigré, il y a une quinzaine d'années. Diplômé en 2009, en pleine crise des subprimes, les perspectives d'emploi fondent brutalement sous son nez. C'est en regardant sa mère préparer des pâtisseries pour la famille que s'imposa alors un changement radical d'orientation. Adieu la banque ; Shaineal, qui ne doute de rien, et apparemment pas de lui, sera un grand chocolatier. Il a alors 22 ans.

C'est en regardant sa mère préparer des pâtisseries pour la famille que s'imposa alors un changement radical d'orientation.

Après un passage par le French Culinary Institute de New York, et des mois d'entraînement à domicile avec sa maman, où il teste des assemblages épicés inspiré de la culture familiale, Shaineal Shah réussit son incroyable pari de devenir, en moins de deux ans, un des chocolatiers de référence de la Grande Pomme, qui n'en manque pourtant pas.

Uniquement vendues en ligne, dans un premier temps, ses créations – truffes, mais aussi nombres de mélanges (clusters, slates, crumbles...) sous forme de plaques ou d'éclats de chocolats audacieusement parfumés et habilement décorés – trouvent rapidement le chemin du palais d'aficionados de plus en plus nombreux. «Chaque pièce a une couleur, un parfum, une texture unique. La philosophie de mon travail est qu'il doit satisfaire tous vos sens à la fois.»



Embryon d'un éventuel futur réseau à venir, la minuscule boutique de Soho (14 m²) exploite avec habileté la moindre surface verticale disponible, tout en parvenant à dégager un confortable vide central pour les visiteurs. Dessiné par l'agence d'architecture De-Spec, le concept utilise l'emballage produit, designé par l'agence Exit Creative, comme principal élément structurant de l'espace. Du sol au plafond, les boîtes Xocolatti dessinent une coque vert émeraude sur laquelle émergent quelques discrets plateaux de présentation. Les murs servent ainsi à la fois d'espace de présentation et de stockage, tandis que la répétition des lignes crée un puissant effet graphique, à la fois chaleureux et minimaliste.



- ▲ A la fin de la journée, le chocolatier peut mesurer le succès de ses catégories de produits et de parfums en constatant le nombre de «briques» manquantes dans le mur...
- ◀ Shaineal Shah est devenu un chocolatier réputé en moins de deux ans, après avoir renoncé à une carrière dans la finance suite à la crise des subprimes.
- ◀ D'abord vendues sur le Web, ces créations aux saveurs exotiques peuvent désormais être achetées en magasin. La boutique de Soho pourrait servir de prototype à un futur réseau.