AIRFRANCE MAGAZINE

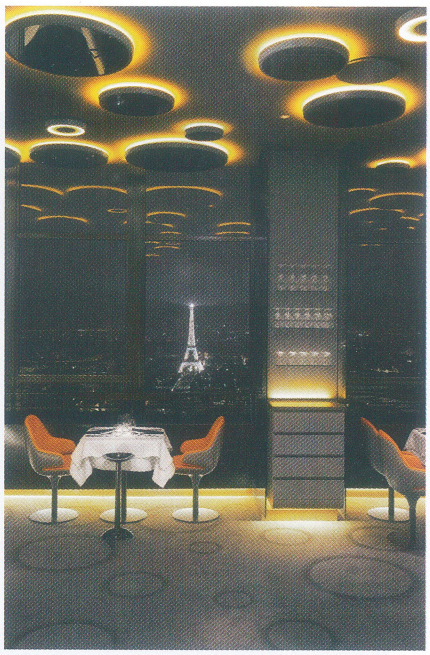


KYOTO

Spécial hommes
Nice
Costa Rica

SEPTEMBRE 2012





TECHNO-POÉTIQUE

LE DESIGNER FRANÇAIS DÉVOILE UNE SÉRIE DE NOUVEAUX PROJETS AUX ACCENTS ONIRIQUES, QUI CONFIRMENT SON STATUT DE CRÉATEUR STAR ET RÉVÈLENT SON ÂME RÊVEUSE.

TEXTE *Cédric Morisset*

Hyperactif ? Un simple regard sur l'agenda du designer de 38 ans suffit à le confirmer. Toujours entre deux avions, des rendez-vous en série ou des études de prototypes, Noé Duchaufour-Lawrance occupe chaque minute de son temps à répondre à une avalanche de projets aussi stimulants que variés. Dernier en date, le salon Affaires Air France, réalisé avec Brandimage et situé dans le tout nouveau satellite d'embarquement de Paris-CDG, donne la tonalité de ses envies : couleurs naturelles, formes rondes, lampadaires arborescents.

Développant le vocabulaire organique luxueux caractéristique de son travail depuis ses débuts, Noé puise, à la manière de Carlo Mollino, dans le règne végétal et animal pour imaginer ses dernières créations. Dévoilée au Salon du meuble de Milan, sa méridienne Borghese pour la nouvelle maison d'édition française La Chance s'inspire ainsi des pins parasols des jardins de la villa éponyme à Rome. Sa structure en métal reproduit les ramifications des branches et soutient les coussins qui, ensemble, forment un confortable paysage. Présentée en septembre à la galerie BSL de Paris, sa collection Naturoscopie explore, quant à elle, les structures fondamentales de la nature et de la biologie, avec une bibliothèque high-tech – en fibre de carbone, nid-d'abeilles aluminium et vernis *soft touch* –, aussi futuriste qu'étonnamment organique, ou des luminaires énigmatiques, évoquant le soleil à travers le feuillage d'un arbre.

Chez Meta, éditeur britannique d'objets d'exception réalisés par les meilleurs artisans au monde, le designer succède à de grands noms (Asymptote, Edward Barber & Jay Osgerby, Matali Crasset...) avec l'étagère Ammonite, guidée par la science cette fois. «Je l'ai dessinée en m'inspirant des principes de compositions des formes fractales», explique Duchaufour-Lawrance.

Le designer nous emmène enfin toucher du doigt les étoiles au Ciel de Paris, le nouveau restaurant qu'il vient de livrer au sommet de la tour Montparnasse. Fauteuils de vaisseau spatial, bar flottant, plafond orné d'une galaxie de luminaires miroirs et vue à couper le souffle sur la tour Eiffel scintillante : Noé Duchaufour-Lawrance signe un espace en forme de voyage vers le futur et s'affirme comme le chantre d'un courant de design techno-poétique.

Luminaire Naturoscopie II. Restaurant Ciel de Paris. Page de droite : étagère Ammonite. Naturoscopie II lamp. Ciel de Paris restaurant. Opposite page: Ammonite bookshelf.

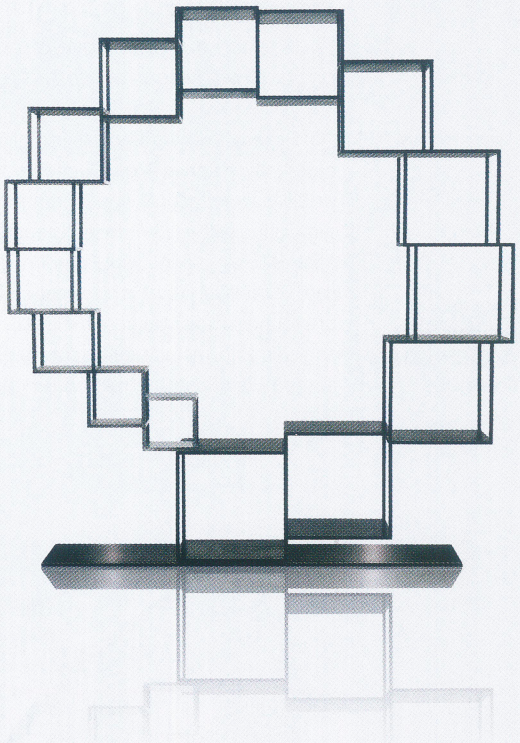
© ULYSSE FRÉCHELIN - VINCENT LEROUX/TEMPS MACHINE - COURTESY OF META - STANISLAS WOLFF - VIRGILI JUBERO

Banquette Borghese. Borghese meridienne.









Développant un vocabulaire organique luxueux depuis ses débuts, il puise dans le règne végétal et animal pour imaginer ses dernières créations.



Espace relaxation du salon Affaires Air France, Paris-CDG.
Relaxation area at the Air France Affaires Lounge, Paris-CDG.

GOING TECHNO-POETIC

The French designer unveils a series of creative projects with dream-inspired features.

Hyperactive? And how —just glance at the 38-year-old's daily planner. Noé Duchaufour-Lawrance spends virtually every second working on a diverse avalanche of stimulating projects. The most recent to date, the Air France Affaires Lounge done with Brandimage in CDG's new departure satellite, conveys his signature features: natural colors, round shapes, arborescent lamps. Noé draws on plant and animal forms in designing his latest creations. Unveiled at the Milan Furniture Fair, his Borghese meridienne for the new French publishing house La Chance was inspired by the umbrella pine trees in Villa Borghese in Rome, while the metal structure reproduces the shape of branches, supporting the cushions in a kind of comfy landscape.

Presented in September at the BSL Gallery in Paris, his Naturoscopie collection explores the fundamental structures of nature and biology, with a high-tech bookshelf in carbon fiber, aluminum beehive and soft-touch varnish, as futuristic as it is organic; and enigmatic lamps creating the effect of sun penetrating tree foliage. At Meta in the UK, which presents work by top craftspeople, the designer follows in the wake of illustrious predecessors (Asymptote, Edward Barber & Jay Osgerby, Matali Crasset…) with a science-inspired bookshelf. "I designed it drawing on the principles of compositional structures of fractal shapes," he explains. And finally, the designer takes us up on high at the Ciel de Paris, the new restaurant on top of the Montparnasse Tower that he's just completed. Spacecraft armchairs, floating bar, mirror-studded ceiling and a breathtaking view of the sparkling Eiffel Tower: Noé Duchaufour-Lawrance has designed a restaurant shaped like a journey into the future, launching a new movement in design—the techno-poetic. |

Étagère Naturoscopie I.
Naturoscopie I bookshelf.



© LUC BOEGLY/BRANDIMAGE - ULYSSE FRÉCHELIN



© LUC BOEGLY/BRANDIMAGE - AIR FRANCE/BRANDIMAGE





BIENVENUE AU NOUVEAU SALON AIR FRANCE

LA COMPAGNIE A PROFITÉ DE L'OUVERTURE DU HALL M, NOUVEAU SATELLITE D'EMBARQUEMENT À PARIS-CDG, POUR OUVRIR SON PLUS GRAND SALON PARMI LES 50 PROPOSÉS PAR AIR FRANCE À TRAVERS LE MONDE. UN PETIT COIN DE PARADIS SUR TERRE.

PAR *Valérie Baroin*

Accueil et espace détente du salon Affaires.
Reception and relaxation space at the Salon Affaires.

Créé par Brandimage avec la collaboration de Noé Duchaufour-Lawrance, le salon Air France du hall M adopte un concept architectural, inspiré par la nature et propose une nouvelle vision du salon d'aéroport. Tout a été pensé pour le rendre intemporel et unique.

Certes, l'endroit est destiné à se détendre, se relaxer, se restaurer, lire, voire même dormir, comme le proposent les 500 salons SkyTeam, mais ici l'atmosphère est radicalement différente, devançant l'attente du voyageur pour les années à venir. «Ce salon a été imaginé de manière à permettre à chacun de s'approprier son espace, avec davantage de liberté, en fonction de ses envies et de ses besoins ponctuels. Tout a été conçu pour donner au client, avec modernité, le meilleur de la Compagnie» précise Laurence Garnier-Plat, chef de produit Salons. Dès l'accueil, la différence est perceptible et créatrice d'émotions.

Salon ambitieux et esprit de service

Les matériaux (bois, Corian®), couleurs (gamme de grège, vert, ocre) et courbes du salon Affaires, aux proportions généreuses – 3 000 m² –, évoquent l'univers organique. Les jeux de lumière, la hauteur sous plafond et les trois baies vitrées placent le passager aux premières loges du ballet des avions et du parcours du soleil, dans un lieu propice au repos.

Renouant avec sa tradition de collaboration avec les plus grands designers contemporains, Air France a fait appel à Noé Duchaufour-Lawrance, sous l'égide de l'agence Brandimage, pour un concept architectural inspiré d'un parc. Cet univers rompt avec l'environnement plus urbain de l'aéroport, tout en générant une atmosphère accueillante et apaisée.

Espace de bien-être

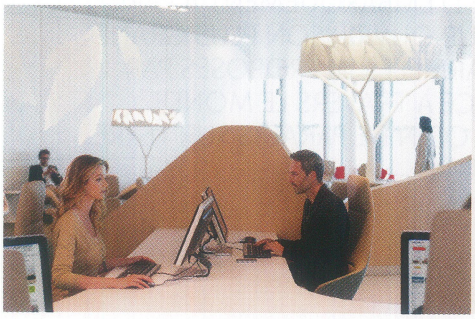
Entrez et installez-vous confortablement. L'atmosphère est calme, sereine, chaleureuse et conviviale. Selon votre humeur, appropriez-vous le lieu. Vous êtes chez vous.

DÉSIR DE VOUS DÉTENDRE ? Des fauteuils confortables à l'éclairage adapté ou un véritable espace de relaxation avec des chaises longues vous attendent. Grâce à Sharp et France 24, vous pouvez également regarder la télévision, installés dans d'agréables canapés.

ENVIE DE VOUS RESTAURER ? Buffet de plats chauds et, en libre-service, *salad bar*, fromages, pâtisseries, champagne et vins de la cave Air France et alcools servis à bord. Ponctuellement, des animations gastronomiques sont organisées.

© AIR FRANCE/BRANDIMAGE - LUC BOEGLY/BRANDIMAGE

Les espaces web et service. L'Institut Clarins du Salon. Internet and services areas. Institut Clarins at the Salon Affaires.







Le plus important est de créer une atmosphère de vraie hospitalité et de donner un sentiment de grande sécurité.

RESTER CONNECTÉ ? Accès Wi-Fi Orange gratuit, illimité et espace web avec ordinateurs HP. Un kiosque multimédia doté de tablettes numériques (actualisation quotidienne par Adaptive Channel) pour lire presse ou magazines, visionner les bandes-annonces des nouveautés cinéma disponibles à bord, s'informer sur les services Air France ou surfer sur le web – magazines et quotidiens français et internationaux sont toujours à disposition.

BESOIN DE VOUS RÉUNIR ? Un carré VIP permet à des groupes ou à des délégations d'avoir accès à un lieu dédié plus intime avec une offre de restauration et une relation client spécifique.

PRENDRE SOIN DE VOUS ? Clarins propose gracieusement un espace, où des esthéticiennes prodiguent des soins (corps et visage) pour se délasser parfaitement, avec 10 salles de douche à votre disposition pour vous rafraîchir.

CHANGER UNE RÉSERVATION ? Dans une aire dédiée, un personnel saura vous renseigner et vous aider à organiser au mieux la poursuite de votre voyage.

Porteur de liberté, de choix et d'harmonie, ce nouveau salon arrive à un moment-clé pour affirmer notre engagement en faveur de l'excellence du service apporté à nos clients.





Aires dédiées à la restauration et à la détente. Restaurant and relaxation areas.





Espace détente et carré VIP. Relaxation area and VIP meeting room.

WELCOME TO THE NEW AIR FRANCE LOUNGE

Air France opened its biggest lounge in the new Hall M boarding satellite. It's paradise.

The Air France lounge in Hall M, created by Brandimage with Noé Duchaufour-Lawrance, embodies a new approach to airport lounge design. Inspired by nature, it is entirely conceived as a timeless, unique space. Although it is geared to relaxing, eating, reading and even sleeping—like all 500 SkyTeam lounges—the atmosphere here is completely different, anticipating the needs of the traveler in years to come. "This lounge enables each individual to appropriate his or her own space and provides greater freedom, depending on the user's desires and needs. It is designed to offer our customers modernity, and the best of the airline," explains Laurence Garnier-Plat, Lounge product manager. The difference is instantly perceptible, and hits you on an emotional level.

Ambitious and service-focused — Covering a surface area of 3,000 m^2, the lounge has space aplenty. The materials (wood and Corian®), colors (shades of oatmeal, green and ocher) and curvaceous design evoke organic forms. The play of light, high ceilings and three large windows make maximum use of sunlight and give customers front-seat viewing of the planes taxiing to and fro, in a restful environment. Working once more with a great contemporary designer, Air France asked Noé Duchaufour-Lawrance, with the Brandimage firm, to create an architectural concept suggestive of a garden. The welcoming and soothing atmosphere of the lounge forms a contrast with the airport's urban environment.

The most important thing is to create a space that provides a feeling of hospitality and utmost security.

A space for well-being — Come in and make yourself comfortable. The place is calm, serene, warm and convivial. Depending on your mood, appropriate your own space. You are at home here.

Need to relax? Comfortable armchairs with special lighting or the dedicated relaxation area with loungers are waiting for you. Or you can watch TV, thanks to Sharp and France 24, settled in a comfortable sofa.

Feel like something to eat? There's a buffet of hot dishes and a self-service bar with salads, cheese, pastries, Champagne, wine and spirits from the Air France cellar. Sometimes there are gourmet events.

Need Internet access? There's free and unlimited Orange Wi-Fi, and HP computers at your disposal in the Internet space. Plus a multimedia booth with tablets (updated daily by Adaptive Channel) for reading the press or magazines, watching movie trailers for the new in-flight films, finding out about Air France services or simply surfing the Internet. French and international magazines and dailies are always available.

Need somewhere to meet? A VIP meeting room gives groups a private, dedicated space with a meal service and specific customer service.

Want to pamper yourself? At the Clarins space, beauticians will provide body and facial care, or you can freshen up in one of the ten shower rooms.

Need to change a booking? In a dedicated space staff will help and advise on connecting journeys.

This new lounge conveying the notions of freedom, choice and harmony is the perfect way to reaffirm our commitment to excellent service for our customers. |

© LUC BOEGLY/BRANDIMAGE