

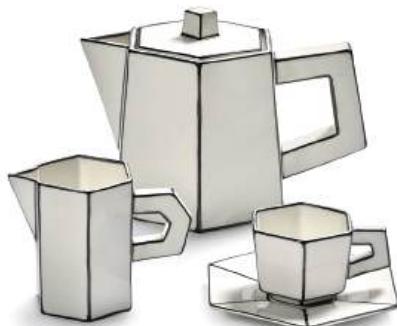
PORCELAINE : GRANDEUR ET RENOUVEAU

Plus seulement cantonnée à l'art de la table, la porcelaine s'invite dans l'univers de la décoration, des luminaires ou encore des bijoux. Sous l'impulsion de marques, d'artistes, de fabricants et de lieux dédiés à la création, celle-ci joue avec les codes, les formes, les finitions et les usages pour mieux bousculer les usages et se réinventer.

■ Par/by Céline Vautard

Elle se distingue des autres céramiques par sa blancheur, sa translucidité, son imperméabilité, la dureté et la sonorité de sa matière. La porcelaine, matière si prestigieuse et si particulière, traverse le temps et les époques sans jamais lasser. « *La porcelaine est en pleine mutation. Elle s'est affranchie de son image classique pour devenir un véritable médium de création*, confirme Bertille Carpentier, cofondatrice de la maison de porcelaine contemporaine Non Sans Raison, née à Limoges en 2008. Ses qualités fascinent toujours, mais aujourd'hui, c'est sa capacité à se réinventer, à dialoguer avec le design, l'art contemporain et les usages actuels qui séduisent les artistes et les créateurs. Chez Non Sans Raison, nous explorons cette modernité avec audace, en restant fidèles à l'excellence du savoir-faire de Limoges. Son potentiel reste encore largement à explorer dans un contexte de développement durable. »

La designer néerlandaise Annebet Philips, connue pour son langage visuel ludique, a imaginé *Carte Blanche* pour Serax, un service à thé ou café en porcelaine peint à la main. Prix public : à partir de 19,50 € la tasse à double espresso. The Dutch designer Annebet Philips is acclaimed for her playful visual language, and has come up with *Carte Blanche* for Serax: a tea or coffee service made of hand-painted porcelain. Price to the public: from €19.50 for the double espresso cup.



It is the whiteness of porcelain that marks it as so distinct from other ceramics - as well as the material's translucency, impermeability, hardness, and sonority. Porcelain - so prestigious and unique - has endured through time and across eras without every sliding into irrelevance. *“Porcelain is undergoing major changes. It has shaken off its classic image and become a real creative medium*, explains Bertille Carpentier, co-founder of the contemporary porcelain maison Non Sans Raison that began life in Limoges in 2008. *Its qualities have always fascinated people - but these days we are interested in its capacity to reinvent itself, its ability to intersect with design, contemporary art and current usages. That is what is so appealing to artists and creators. Here at Non Sans Raison, we explore that modernity with a sense of boldness while remaining faithful to the excellence of the Limoges expertise. There is still much to explore in the potential of porcelain within a sustainable development context.*

LIMOGES TOPS THE BILL

Limoges porcelain leads the way. Its Protected Geographical Indication status currently brings together 33 certificated operators, accounting for around 1200 jobs in the Haute-Vienne region of southwest central France. Revenue in 2024 came in at 110 million Euros with 60% on average earned from exports - the USA topping the list. France certainly has something to be proud of when it comes to tableware and expertise. *“Decoration of Limoges porcelain requires outstanding expertise*, points out Elodie Mongellaz, marketing and communications manager at Raynaud. *That reputation for excellence was forged through the richness and lyricism of the décor, as well as through the unequalled know-how of the painters and decorations and the fruitful partnerships with creators.*

PORCELAIN: MAGNITUDE AND REVIVAL

No longer restricted to tableware, porcelain now features in the worlds of decorating, lighting and jewellery. Brands, artists, manufacturers and businesses dedicated to creation are behind the impetus to change things up and revamp shapes, finishes and usages to disrupt how porcelain is viewed, and to reinvent it.



La Compagnie française de l'Orient et de la Chine (CFOC) qui célèbre ses 60 ans en 2025, dévoile le service en porcelaine Lotus qui offre un délicat jeu de matière plissé. « En assumant pleinement les variations issues de la cuisson, nous célébrons le geste artisanal et la beauté singulière de chaque pièce qui compose sur la table une harmonie de teintes », explique la marque. Prix public : 190 € le saladier ø 32 cm. The Compagnie française de l'Orient et de la Chine (CFOC) celebrates its 60th birthday in 2025, and lifts the veil on its Lotus porcelain service that features a delicate riff on folded materials. "In fully appropriating the variations arising from the firing process, we celebrate the artisanal craft and the singular beauty of each piece that becomes a composition of a harmony of tints on the table," explains the brand. Price to the public: €190 for the ø 32 cm salad bowl.

LSA



ARC FLOW

LIMOGES AUTOP

Porcelaine de Limoges en tête, l'Indication Géographique (IG) fédère aujourd'hui 33 opérateurs certifiés, soit environ 1 200 emplois dans la région Haute-Vienne pour un chiffre d'affaires de 110 millions d'euros en 2024 dont en moyenne 60 % réalisés à l'export, Etats-Unis en tête. Une fierté pour la France en matière d'art de la table et de savoir-faire. « *La décoration de la porcelaine de Limoges requiert un savoir-faire exceptionnel*, souligne Elodie Mongellaz, responsable marketing et communication de la maison Raynaud. *Cette réputation d'excellence s'est forgée grâce à la richesse et à la poésie des décors, mais aussi grâce au savoir-faire incomparable des peintres et des décorateurs, et aux collaborations fructueuses avec des créateurs. Incontestablement, il y a une tendance à une plus grande liberté dans l'usage de la porcelaine.* » En matière d'actualité, le marché est également riche

There is no doubt at all that a trend exists centred on greater freedoms around the use of porcelain."

As things stand the market abounds in unexpected twists and turns, including the purchase of Haviland by Bernardaud in December 2024 – a second acquisition in the group's history that is in fact highly symbolic. In the wake of the Manufacture Royale, one of the first in Limoges back in 1771, Haviland was the most recent major historical competitor (going back to 1842). "The golden age of Bernardaud is now" announces Lucie Bonneau, heritage manager at Bernardaud, to the media during the purchase. The manufacturer produces 3 million pieces a year generating 80 million Euros in revenue. Half of its 700 employees were taken on during Covid, and the company even now is led by the Bernardaud family represented by its 5th and 6th generations.

3 CONSEILS POUR VALORISER LA PORCELAINE EN BOUTIQUE

• Oser des petites séries artisanales

« Pourquoi ne pas offrir plus de choix à la clientèle en proposant en boutique davantage de sur-mesure en se rapprochant de structures plus petites et artisanales qui permettent de créer des produits uniques afin d'attirer l'attention. Par exemple, en fonction de chaque point de vente et de la clientèle, je propose des décors et coloris différents et des petites séries que je réalise spécialement pour un détaillant », précise Clémentine Maury, fondatrice de Zeste Électrique.

• Mettre en scène un univers cohérent

« Nous aimons présenter la porcelaine dans des contextes de vie réels. Associée à des matériaux nobles (lin lavé, verre soufflé, argenterie, bois), elle révèle sa dimension sensible et contemporaine à condition de préserver une cohérence d'univers. De fait, l'un des enjeux majeurs reste la clarté du positionnement : trop souvent, des mélanges de gammes ou d'esthétiques brouillent la lisibilité de l'offre. En boutique, il est essentiel de savoir ce que l'on vend, de comprendre les méthodes de production, et de pouvoir transmettre au client les spécificités du savoir-faire. La narration, ici, fait toute la différence », souligne Axelle Renié, directrice générale de Marie Daâge.

• Créer une table unique et inoubliable

« Nous assistons depuis plusieurs années à un phénomène très marqué : les arts de la table se décomplexifient. La porcelaine la plus fine de Limoges est associée avec des créations de formes très différentes ou réalisées dans d'autres matériaux, parfois avec des pièces chinées. Ce qui prime, c'est l'inspiration : une couleur, un thème, une occasion, etc. Cette tendance s'accompagne aussi d'un affranchissement vis-à-vis des règles de dressage plus protocolaires et offre plus de liberté. On tend vers une élégante simplicité, avec des tables moins chargées, où la beauté des pièces doit se suffire à elle-même. Les clients n'attendent pas simplement que nous leur présentions une porcelaine raffinée mais également que nous les inspirions pour créer une table unique et inoubliable », recommande Elodie Mongellaz, responsable marketing et communication chez Raynaud.

3 IDEAS FOR MAKING THE MOST OF PORCELAIN IN A STORE

• Strike out and feature small artisan ranges

“Why not offer customers a choice by featuring more customised products in the store by opting for smaller artisan pieces. It is a great opportunity to come up with unique products that catch the eye. For example, I feature different decorations and colours in line with each point of sale and its clientele, as well as small series that I make specially for a retailer,” says Clémentine Maury, founder of Zeste Électrique.

• Present a coherent universe

“We like to present porcelain in real-life scenarios. When put together with fine materials (such as washed linen, blown glass, silver or wood) porcelain will reveal its contemporary and sensitive dimension, provided a coherent universe is maintained. For those purposes, a major issue continues to be clarity of positioning: too often, ranges or aesthetics are mixed up and they cloud the legibility of the offering. It is vital in the store to know what you are selling, to understand production methods, and to have the ability to relay to the customer specific points about the expertise. The narrative makes all the difference here,” emphasises Axelle Renié, CEO of Marie Daâge.

• Create a table that is unique and unforgettable

“We've been seeing a really noticeable phenomenon for several years now: tableware is simplifying itself. The finest Limoges porcelain is being matched with other pieces that are very different or that are made using other materials, sometimes with items that have been unearthed at unusual places. Inspiration is trumping everything else: colour, theme, occasion – whatever. That trend comes alongside an emancipation from the more formal table-dressing protocols, resulting in greater freedom. We're moving towards an elegant simplicity through dining tables that are less cluttered, where the beauty of the pieces speak for itself. Customers are not just looking for us to bring them presentations of elegant porcelain, but are also looking for us to inspire them in creating a unique and unforgettable table,” points out Elodie Mongellaz, marketing and communications manager at Raynaud.



POZZI
MILANO
1876



MAISON&OBJET 4 - 8 September
NEW & NOW Hall 4, stand E62-F61



© Sieger by Fürstenberg

Disponible à partir de l'automne prochain, la série de gobelets nomades My Companion signée Sieger by Fürstenberg, pour une solution alternative aux contenants à usage unique. 4 décors proposés : Cross Stripes, Glamour Girl, The Flamingos et Paraiso Blue. Fourni avec un couvercle en silicone assorti au décor. Compatible avec le lave-vaisselle à l'exception du modèle Cross Stripes en raison de son décor or 24 carats. Livré en coffret cadeau. Available from the autumn is the series of My Companion on-the-go tumblers from Sieger by Fürstenberg, an alternative solution to single-use containers. 4 decorations are available: Cross Stripes, Glamour Girl, The Flamingos and Paraiso Blue. Supplied with a matching silicon lid. All are dishwasher-safe apart from the Cross Stripes tumbler because of its 24-carat gold décor. Comes as a gift set.

en rebondissements avec notamment le rachat de Haviland par Bernardaud en décembre 2024. Une seconde acquisition dans l'histoire du groupe qui se veut hautement symbolique. De fait, après la Manufacture Royale, l'une des premières de Limoges (1771), Haviland était le dernier concurrent majeur et historique (1842). « *L'âge d'or de Bernardaud, c'est aujourd'hui* », annonçait Lucie Bonneau, responsable du patrimoine de Bernardaud dans les médias au moment du rachat. La manufacture qui produit 3 millions de pièces par an, pour 80 millions d'euros de chiffre d'affaires et 700 salariés, dont la moitié embauchée depuis le Covid, tourne toujours sous la direction de la famille Bernardaud, représentée par les 5^e et 6^e générations.

STIMULER LES INTERACTIONS

Or rien de tel que l'émulation pour renouveler une matière d'exception. « *La porcelaine bénéficie d'un regain d'intérêt, notamment par les croisements entre métiers d'art, design et création contemporaine* », souligne Amandine Lacotte, responsable communication à l'Office de tourisme de Limoges. Ainsi, sur place, le Centre de recherche sur les arts du feu et de la terre (Craft) accueille depuis plus de 30 ans des artistes et des designers en résidence pour des projets expérimentaux autour de la porcelaine au-delà de l'univers de la table. Il mène aussi des partenariats avec des manufactures locales pour aller plus loin dans les possibilités créatives de la matière.

En parallèle, la ville a inauguré un nouvel événement intitulé la Ceramik Week (du 1^{er} au 6 juillet). Des arts de la table à la conquête spatiale, de la porcelaine artisanale aux applications technologiques de pointe, la céramique s'y révèle dans toute sa richesse au cœur d'une dynamique de valorisation du patrimoine, des savoir-faire et de l'innovation.

Tandis que la biennale Toques & Porcelaine (19 au 21 septembre), dont c'est la 11^e édition, mêle produits d'excellence, arts de la table, gastronomie, design, chefs et porcelainiers. La porcelaine fédère et offre des interactions originales quand ce ne sont pas les marques elles-mêmes qui les provoquent.

« *Si l'activité principale de la maison est l'art de la table et la gastronomie, nous essayons de nous servir des qualités de la porcelaine pour l'utiliser dans d'autres domaines, comme les bijoux, les luminaires, les contenants pour cosmétiques ou spiritueux, les revêtements de façade, le mobilier, explique la maison Bernardaud. Nous travaillons aussi avec des designers de renom et des artistes (Park Seo-bo, Jeff Koons, les frères Campana, JR ou des créateurs comme Adam Tihany ou Olivier Gagnère). Par leurs demandes originales, ils enrichissent les compétences de nos artisans et stimulent les recherches de nos ingénieurs.* » Et 2025 se veut tout aussi riche puisque Bernardaud présentera en



La collection Éclipse Jaune est le best-seller de Johanne Paris qui l'a vendue à des chefs étoilés, à Kaviari et à plusieurs clients en Californie. Prix public : à partir de 49 € l'assiette à pain.

The Éclipse Jaune collection is a bestseller from Johanne Paris and has been sold to starred Chefs, to Kaviari, and to a number of people in California. Price to the public: from €49 for the bread plate.

STIMULATING INTERACTION

There is nothing quite like competition to revive a fine material. *“Porcelain is enjoying a comeback, particularly with the intersection of craftsmanship, design and contemporary creation”* points out Amandine Lacotte, communications manager at the Limoges tourism office. For more than 30 years, the CRAFT centre (Centre of Research on Ceramics and Earthenware) has been welcoming artists and designers in residence for experimental projects based on porcelain that go beyond porcelain's application in tableware. The centre also manages partnerships with local manufacturers to take things further in the creative possibilities around the material.

The city has, furthermore, inaugurated a new event called Ceramik Week (running from 1 to 6 July) in which ceramic gets to reveal all of its wealth at the heart of a dynamic around highlighting heritage, expertise and innovation that encompasses tableware, the conquest of space, artisan porcelain, and sophisticated technological applications. Then there is the biannual Toques & Porcelaine event from 19 to 21 September, this year's being its 11th iteration, where Chefs and porcelain makers get to mingle and contemplate products of excellence, tableware, gastronomy and design. Porcelain brings people together and generates original interactions in spaces where the brands themselves are not doing it.

“The main activity of the our business is tableware and gastronomy – but we do try to make the most of the benefits of porcelain for use in other domains such as jewels, lighting, cosmetics and spirits as well as wall cladding and furnishings, explains the Bernardaud maison. We also work with acclaimed designers and artists (Park Seo-bo, Jeff Koons, the Campana brothers, JR and also creators such as Adam Tihany and Olivier Gagnère). Their niche requirements serve to enrich the skills of our artisans, and stimulate the research of our engineers.” The year 2025 is expected to be just as fruitful, as Bernardaud will be presenting its Thé Dansant collection in September created by the Portuguese artist Joana Vasconcelos, to be followed in October by a series of seven imposing teapots dressed with crocheted. In November in New York, the focus will be on a



La collection Colorama de Non Sans Raison est un travail sur la couleur, sa diffusion et sa perception dans une démarche ultra contemporaine. Prix public : à partir de 55 € l'assiette à pain.

The Colorama collection from Non Sans Raison is a transcription of colour, its diffusion, and its perception in an ultra-contemporary iteration. Price to the public: from €55 for the bread plate.

RÊVE, DÉSIRE, AGIS.

Maison & Objet

Paris 4-8 septembre 2025

Hall 4 - Stand D63

IVV
1952
GLASSMAKERS



IVV Italia s.r.l.

Lungarno Guido Reni, 60 | 52027 San Giovanni Valdarno (AR)

Tel. +39 055 944444 | www.ivv1952.it



Collection Indulge en porcelaine de Limoges, éclat d'or peint à la main, Sarah-Linda. Prix public : set de deux ensembles, 746 €. Indulge collection in Limoges porcelain, gold burst, hand-painted, Sarah-Linda. Price to the public: set of two ensembles, €746.

septembre la collection Thé Dansant, imaginée par l'artiste portugaise Joana Vasconcelos, qui sera suivie en octobre d'une série de sept théières monumentales habillées de crochet. En novembre à New York, place à un incroyable surtout de table imaginé par Jeff Koons à la suite de son exposition à Versailles en 2008. Tandis que, la manufacture prépare l'ouverture de deux nouvelles boutiques, à New York et à Shanghai. Chez Non Sans Raison, l'art est également au programme. « *Parmi nos projets, il y a l'agrandissement de nos ateliers en Limousin*, annonce Bertille Carpentier (Non Sans Raison). Nous y développons un espace en pleine campagne, où nous pourrons accueillir des artistes en résidence. L'idée est d'ouvrir nos portes à des créateurs extérieurs, de lancer des collaborations artistiques sous le nom de Non Sans Raison, et de nourrir encore plus notre lien à la création contemporaine. »

UN MARCHÉ PORTEUR

De fait, la porcelaine n'a jamais autant suscité d'envie avec de nombreux lancements tous couronnés de succès. Ainsi, lancée en octobre 2023, Johanne Paris, imaginée par Johanne Brami, décline des pièces en porcelaine de Limoges contemporaines et épurées aussi bien pour les particuliers que pour les maisons gastronomiques. « *Cette année, j'ai eu l'honneur d'être présente au Bristol Paris, au restaurant Épicure 3 étoiles du chef Arnaud Faye, ainsi qu'à L'Assiette champenoise, le 3 étoiles du chef Arnaud Lallement*, confie Johanne Brami. Johanne Paris est également sélectionnée pour participer à l'exposition *Art de vivre à la française* à New York, organisée par Business France et Francéclat (les 8 et 9 octobre 2025). Si la porcelaine reste un savoir-faire d'excellence, aujourd'hui elle est en pleine mutation et s'ouvre à une approche plus contemporaine, créative et audacieuse. » L'audace c'est

LA PORCELAINE REDONNE CORPS AU SOIN

« Pourquoi le soin ne pourrait-il pas être aussi beau qu'un bijou, aussi raffiné qu'une œuvre d'art ? » interroge Claude Marchal, fondateur de MDCI Beauté. Spécialisée dans les parfums de niche aux flacons sculpturaux, la marque française lance cette année une ligne de soins anti-âge haut de gamme conditionnés dans des boîtes en porcelaine de Limoges, éditées en série limitée, signées et numérotées, décorées avec un goût assumé pour le rococo, dans l'esprit des œuvres du peintre François Boucher (XVIII^e siècle).

stunning central table decoration created by Jeff Koons following his exhibition at Versailles in 2008, while the manufacturer also prepares for the opening of two new stores in New York and in Shanghai.

Artistry is also very much on the cards at Non Sans Raison. « *One of our projects is the expansion of our workshops in Limousin*, announces Bertille Carpentier (Non Sans Raison). *We're building a space there in the open countryside where we can welcome artists in residence. The idea is to open our doors to external creators, to launch artistic collaborations under the Non Sans Raison name, and to further nurture our connections to contemporary creation.* »



La collection Imari de Raynaud s'inspire de l'art floral japonais. Son créateur, Olivier Maillefer, a dessiné et peint chaque élément à la main délicatement avant la reproduction sur porcelaine, créant un décor foisonnant mêlant de l'or et 17 couleurs. Prix public : à partir de 88 € la soucoupe café. : The Imari collection from Raynaud takes its inspiration from Japanese floral artistry. Its creator Olivier Maillefer has delicately drawn and painted every element by hand prior to its reproduction onto the porcelain, resulting in a stunning décor that blends gold with 17 colours. Price to the public: from €88 for the coffee saucer.

PORCELAIN IS PUTTING THE BODY INTO BODYCARE

“Why can't body care be as beautiful as a jewel and as elegant as a work of art?” asks Claude Marchal, founder of MDCI Beauté. The French brand specialises in niche fragrances in sculptural-look bottles, and this year launches a line of high-end anti-ageing care products in Limoges porcelain boxes available as limited and numbered editions and decorated with an assertive rococo look, referencing the works of the 18th Century painter François Boucher.

également ce qui guide Sarah-Linda dont la première collection a vu le jour en 2018. Les pièces, fabriquées par Artoria à Limoges, sont ancrées dans la sensualité. « *Inspirées par la nature, les formes sont organiques et texturées et invitent au toucher*, explique la fondatrice Sarah-Linda Forrer. J'aspire à créer des objets qui vous ramènent dans le présent et vous reconnectent à vos aliments. » Ainsi, guidées par la manière dont l'huître est dégustée, les premières pièces de la collection Indulge sont conçues pour les prendre dans la main et les apporter à la bouche, comme un coquillage. Tandis qu'une nouvelle collection sera à découvrir sur le salon Host Milan en octobre.



Afin d'offrir au grand public une vaisselle répondant aux exigences des professionnels de la restauration, Tramontina a mis au point Maxforce, une porcelaine renforcée à l'alumine, présentant une résistance mécanique supérieure de 28 % à celle d'une porcelaine classique et une porosité pratiquement nulle. Disponibles en plusieurs styles et teintes. Tramontina has updated Maxforce with a view to bringing to the general public dishware that meets the needs of the catering industry. Maxforce is a porcelain reinforced with alumina, presenting mechanical shock resistance that is 28% better than traditional porcelain, with almost zero porosity. Available in a range of styles and tints.



L'univers artisanal et haut en couleur de Zeste Electrique. Prix public : boucles d'oreilles à partir de 38 €, mug, 40 €, trilogie de vases, 246 €. The artisan and colourful universe of Zeste Electrique. Price to the public: earrings from €38, mug €40, trilogy of vases €246.

Download NEVA catalogues



Posata BAMBOO

Natural inspiration

Des sensations exotiques dans une atmosphère d'inspiration naturelle: d'où la meilleure collection d'effets Bamboo, entièrement fabriquée en Italie à partir de matériaux uniques et résistants au lave-vaisselle.

Exotic feelings in a Natural Inspiration mood: this is where the best Bamboo effect collection comes from, made completely in Italy with unique, dishwasher-safe materials.

NEVA
POSATERIA CREATIVA
MADE IN ITALY



Rayures franches et quatuor de couleurs sur fond de porcelaine pour la nouvelle collection Singita chez Table Passion (collection automne-hiver 2025). Ici, mugs 35 cl. Bold stripes and a quartet of colours on a porcelain background for the new Singita collection at Table Passion (2025 autumn-winter collection). Shown here are the 35cl mugs.

Enfin, fondée à Paris en 1990 par Marie Daâge, la maison éponyme réinvente la porcelaine peinte à la main dans l'esprit de la haute couture. Au cœur de l'entreprise familiale, l'ambition fondatrice est de sauvegarder un savoir-faire en voie de disparition et de l'ancrer dans une vision contemporaine du luxe. Et cela fonctionne.

« Depuis 35 ans, la maison connaît une croissance régulière qui reflète notre modèle fondé sur l'artisanat, la qualité et le temps long, témoigne Axelle Renié, directrice générale et fille de Marie Daâge. Nos ventes sont portées par une clientèle internationale très diversifiée (plus de 70 pays), à la fois dans les univers de la décoration, de l'hôtellerie, de l'événementiel et du particulier. Nous sommes convaincus que l'investissement constant dans la création et l'excellence nous permet de rester relativement à l'abri des effets de conjoncture. » Alors que la production se concentre sur deux sites (Limoges et Vendôme), cette année sera inauguré le nouvel atelier de production à Vendôme (Centre-Val de Loire). Celui-ci, déjà en fonctionnement sur un site temporaire depuis début 2024, est désormais installé dans un bâtiment patrimonial entièrement restauré et a pour vocation d'être une vitrine pour le grand public afin de faire découvrir le métier, d'être un lieu de formation et de sensibilisation. Sur place, plus de 230 décors y sont réalisés à la main, sur 120 formes, dans une palette propriétaire de 68 couleurs, élaborées à partir d'oxydes naturels.

Dans la continuité de son travail sur les formes organiques, la marque internationale de design haut de gamme L'Objet a imaginé Douro, une ligne de vases en porcelaine inspirée des courbes sinuées du fleuve portugais du même nom. Chaque objet, fruit de plus de 14 mois de travail artisanal, incarnent l'énergie fluide de l'eau. Ici, Douro XL, le plus grand vase jamais créé par L'Objet. As an extension of its work on organic shapes, the international high-end design brand L'Objet has come up with Douro, a line of porcelain vases inspired by the sinuous bends of the Portuguese river of the same name. Each item is the fruit of more than 14 months of artisan work, incarnating the water's fluid energy. Shown here is the Douro XL, the largest vase ever created by L'Objet.



Il Viaggio di Nettuno (Le Voyage de Neptune) est une collaboration renouvelée avec l'artiste Luke Edward Hall par Ginori 1735. Prix public : à partir de 70 € l'assiette à pain. Il Viaggio di Nettuno (The Voyage of Neptune) is a revived partnership with the artist Luke Edward Hall from Ginori 1735. Price to the public: from €70 for the bread plate.

A BUOYANT MARKET

Never has porcelain triggered so much interest, against a backdrop of so many launches – all of them success stories, one of them being the launch of Johanne Paris in October 2023. Conceived by Johanne Brami, the business features contemporary and clean-swept Limoges porcelain pieces that are ideal for gastronomic destinations and for personal shoppers. *“I was honoured this year to be present at Bristol Paris at the 3-star Épicure restaurant run by Chef Arnaud Faye as well as at L'Assiette champenoise, the 3-starred restaurant run by the Chef Arnaud Lallement, says Johanne Brami. Johanne Paris has also been selected to be part of the French Lifestyle Exposition in New York run by Business France and Francéclat on 8 and 9 October 2025. Porcelain will always be an expertise of excellence, but these days massive changes are under way and it is open to a new approach that is contemporary, creative and bold.”*

Boldness is also a driving force for Sarah-Linda, whose first collection saw the light of day in 2018. The pieces were made by Artoria at Limoges, and are anchored in sensuality. *“Inspired by nature, the shapes are organic and textured. They invite the viewer to touch them, explains the founder Sarah-Linda Forrer. I aspire to create objects that bring you into the present moment and reconnect you with your food.”* To that end, the design of first pieces of the Indulge collection is guided by how oysters are eaten. They are made to be picked up and moved to the mouth, rather like a shell. A new collection is also to be explored at the Host Milan trade fair in October.

Finally, founded in Paris in 1990 by Marie Daâge is the eponymous maison that is reinventing hand-painted porcelain to have something of an *haute couture* vibe. The founding ambition at the heart of the family-run business is to safeguard expertise that is in danger of fading away, and to anchor that within a contemporary vision of luxury. And it certainly works. *“For 35 years, the maison has enjoyed steady growth, reflecting our business model founded on artisanship, good quality, and long-term thinking, says Axelle*





Immerse yourself
in the new world of räder!

04.09.25 - 08.09.25
Maison et Objet Paris | Hall 5A Stand R112

www.raeder.de



La gamme de lampes de table Lumen, conçue par Tobias Grau pour Dibbern, combine deux cylindres, l'un en porcelaine fine, l'autre en verre. La base se recharge pour 7 heures de lumière. Prix public à partir de 356 € la base. The range of Lumen table lamps designed for Dibbern by Tobias Grau combines two cylinders – one in porcelain and one in glass. The battery charge gives 7 hours of light. Price to the public from €356 for the base.



Nouveaux diffuseurs de parfums d'intérieur chez Lisa Corti en porcelaine peinte à la main, ornés du motif exotique Sariska ou du floral Indian Tiger, proposés en 4 fragrances, chacune portant une date symbolique liée à l'histoire de la maison. New indoor fragrance diffusers at Lisa Corti made of hand-painted porcelain, adorned with the exotic Sariska motif or the floral Indian tiger motif. Available in 4 fragrances, each with a symbolic date connected to the story of the maison.

UN TERRITOIRE GRANDISSANT

Enfin, au-delà de l'art de la table, la porcelaine explore d'autres applications. Luminaires en tout genre (à l'image des marques Enamoura ou Original BTC), poignées de portes, patères (à l'instar de Merigous, leader français en poignées de porte et boutons de meuble en porcelaine, dont la quatrième génération, Thomas et Alexandre Mérigous, dirige l'entreprise, tandis que Thomas Mérigous est le président du Craft Limoges) ou encore bijoux, la matière ose tous les usages. C'est le cas chez Bernardaud où cet univers est depuis peu imaginé par la créatrice de bijoux Marion Vidal qui signe les collections de la maison déclinant des colliers, des pendentifs, des bagues et des boucles d'oreilles. De quoi proposer des ponts en boutique entre des univers différents mais portés par la même passion pour une matière : la porcelaine.

Un aspect qui intéresse Clémentine Maury qui a lancé à Limoges sa marque Zeste Électrique en 2016. Après avoir commencé par la création des décors sur porcelaine, elle a peu à peu développé ses propres formes originales. « *Mon père est décorateur sur porcelaine, il m'a transmis sa passion de la matière et son savoir-faire. Pour moi, chaque pièce est comme une page blanche qui permet de laisser libre cours à mon imagination et le fait d'avoir choisi de tout peindre à la main me permet beaucoup de liberté créative, confie-t-elle. À travers mes produits (vases gigognes, mugs, assiettes, bijoux), je souhaite avant tout proposer un univers, une histoire complète. Je crois que la porcelaine a besoin de s'émanciper et de se mêler à d'autres univers, peut-être moins classique dans l'idée que l'on peut s'en faire.*

J'aimerais, par la suite, la mélanger au textile par exemple. » De quoi donner des pistes de réflexion pour élargir son offre en boutique et l'associer à d'autres univers. ●



Marie Daâge perpétue le savoir-faire de la porcelaine peinte à la main. Prix sur demande. Marie Daâge perpetuates the expertise of hand-painted porcelain. Price upon application.

Renié, CEO and daughter of Marie Daâge. Our sales are buoyed by a highly diverse international clientele (from more than 70 countries) from the product universes of decoration, catering, events, and personal use. We are confident that the ongoing investments we make in creation and excellence are an opportunity for us to be well-sheltered from the consequences of the economic situation." While production is concentrated on two sites (Limoges and Vendôme), a new production site will also be opened at Vendôme (in the Centre-Val de Loire region of north-central France) this year. That site has already been in operation at a temporary location since early 2024 and will now be moved to a fully restored heritage building, its purpose being to act as a shop window for the general public – an opportunity to find out more about the craft alongside its role as a place for training and awareness-raising. Over 230 decorations are applied by hand there every day on 120 differently shaped pieces using a proprietary palette of 68 colours made from natural oxides.

AN EXPANDING TERRITORY

Porcelain is exploring other applications aside from tableware too, including all kinds of light fixtures (an example being Enamoura and Original BTC), jewels, door handles and hooks such as those made by Merigous, the leading French entity in door handles and furniture knobs made of porcelain. The business's fourth generation, Thomas and Alexandre Mérigous, runs the business - Thomas Mérigous being the head of Craft Limoges. Porcelain lends itself to very many uses, and that much is clearly understood at Bernardaud where that facility was recently explored by the jewellery creator Marion Vidal, who puts her name to Bernardaud's collections encompassing necklaces, pendants, rings and earrings – further opportunities to build bridges in the store between product universes that are different but driven by the same passion for one material: porcelain.

It is an aspect that has enthralled Clémentine Maury too, who launched her brand Zeste Électrique in Limoges in 2016. Having started out designing decorations on porcelain, she gradually developed her own original creations. "My father is a porcelain decorator, and he handed down that passion for porcelain and its domain of expertise. Every piece is like a blank slate to me, giving free rein to my imagination. Having elected to hand-paint everything, I now have a lot of creative freedom, she explains. Through the things I have made (nesting vases, mugs, plates, jewels) I strive to showcase a complete history, an entire world. I feel that porcelain needs to be set free and to mingle with other universes, maybe into less traditional realms – the idea being that you can do anything with it. I'd like to go on to mix porcelain with textiles, for example." There is certainly plenty of food for thought around expanding her in-store offering and connecting to other product universes. ●

Nouvelles couleurs !



Les incontournables dessous de plat **Trivets** se déclinent dans un nouveau colorama parfait pour la saison Automne/Hiver !



Instagram B2B



Catalogue