



LABULLEKENZO

DOSSIER DE PRESSE

EMMANUELLE DUPLAY

CHEF-DÉCORATEUR | ARCHITECTE DPLG

124, BD RICHARD LENOIR 75011 PARIS | T : 01 49 23 08 31 | F : 01 43 38 22 61 | P : 06 09 66 76 05

EDUPLAY@CLUB-INTERNET.FR | WWW.EMMANUELLEDUPLAY.COM



AD news >> AU CŒUR DE PARIS, RUE DU PONT-NEUF, LABULLEKENZO, EST UNE INVITATION AU VOYAGE DES SENS : « ICI, TOUT N'EST QU'ORDRE ET BEAUTÉ, LUXE, CALME ET VOLUPTÉ ».

PAR STÉPHANIE JOLIVOT



CI-CONTRE, LES PAROIS CURVILIGNES DÉTERMINENT DEUX BULLES DE MASSAGE. À GAUCHE, INTÉRIEUR D'UNE BULLE DANS UNE LUMIÈRE SOLAIRE (MOSAÏQUE BISAZZA). EN BAS, ESTRADE EN ÉBÈNE ET MUR D'IMAGES MOUVANTES DANS LA SECONDE SALLE DE MASSAGE. CI-DESSOUS, L'ARCHITECTE EMMANUELLE DUPLAY QUI COLLABORE AVEC KENZO DEPUIS 2000.



C'est un espace à sensations qui réunit soins tactiles, parfums et objets qui illustre une alchimie entre l'univers graphique de la marque, l'esthétisme épuré et la nature urbaine, philosophie de Kenzo. C'est ainsi que peut se définir « **labulleKenzo** » dont le projet est né avec la rencontre de l'architecte Emmanuelle Duplay, chef décoratrice de longs métrages et scénographe d'expositions, et le studio de design graphique *Research Studios Paris* fondé par Neville Brody. L'architecture contrastée et intimiste de ce lieu étonnant s'illustre par un contraste de formes: monolithes aux silhouettes plantées dans le sol, coque suspendue flottant dans les airs,

paroi habillée de poils! Cet espace est dédié à la ligne de produits Kenzoki, la conjugaison des deux permettant une approche alternative du soin, une nouvelle dimension sensorielle. Dans deux ambiances très différentes, les bulles de massages abritent des « soins tactiles » dont chaque procédé augure d'un « état de sortie » spécifique: « sourire naissant », « détendu », « cajolé ». Un meuble-ovni suspendu présente des objets à sensations: doudoux tout-terrain, truc à frisson pour la tête, plumeau de peau, parfums de couleur... La bulle Kenzo est une « petite parenthèse enchantée » sensitive, intuitive, signifiant l'idée d'un soin différent.

>> GUIDE PRATIQUE LABULLEKENZO. 1, rue du Pont-Neuf, 75001; 4^e étage; tél.: 01 73 04 20 04; lundi-mercredi de 10 h à 20 h; jeudi-samedi de 10 h à 22 h; www.labullekenzo.com

>> ÉVÈNEMENT
Par ailleurs, Kenzo via la ligne **Kenzoki et Kenzo Parfums**, participe au Sommet du Luxe et de la création le 27 octobre au Sénat, dans la catégorie « Harmonie ». Les Talents du Luxe récompensent les meilleurs créateurs, l'excellence de leur savoir-faire et le caractère exceptionnel de leur œuvre.

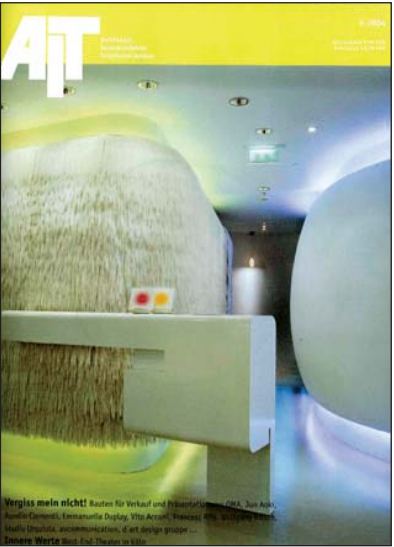
PHOTOS: D. B. / S.



Beauty Therapy, darunter Hot und Warme Behandlungsmethoden der „Aïve“ von La Bulle Kenzo.



AIT 9-2004 - VERGISS MEIN NICHT



Vergiss mein nicht! Raufen für Verkauf und Präsentation von Aïve, von Annet Weckesser, Emmanuelle Duplay, Vito Accardi, Francis Cho, Stephen Karmody, Christoph Meissner, Erich Otter, Design: Gruppe... Inne: Marie Buis, David Thevenaz de Ma...

AIT 9-2004 - VERGISS MEIN NICHT

> La Bulle Kenzo in Paris

Backset: Kenzo Parfums
Entwerfer: Emmanuelle Duplay
Standort: 1, Rue de la paille 10751 Paris
Eröffnungsjahr: 2003
Weitere Informationen: siehe Ausgabe ab Seite 112

Man lässt sich nicht durch den Namen Kenzo Kojima im Kopf fassen, denn er ist der französische Eigentümer der Marke Kenzo Parfums. Der Name Kenzo Kojima ist eine Mischung aus dem japanischen Namen Kenzo und dem französischen Namen Kojima. Er ist der Gründer der Marke Kenzo Parfums und hat die Marke Kenzo Parfums im Jahr 1980 gegründet.

Die Marke Kenzo Parfums ist eine der bekanntesten Parfumsmarken der Welt. Sie ist bekannt für ihre hochwertigen Duftstoffe und ihre eleganten Verpackungen. Die Marke Kenzo Parfums ist ein Synonym für Luxus und Eleganz.

Die Marke Kenzo Parfums hat eine lange Geschichte. Sie ist seit über 20 Jahren auf dem Markt und hat sich zu einer der bekanntesten Parfumsmarken der Welt entwickelt.

Die Marke Kenzo Parfums ist ein Synonym für Luxus und Eleganz. Sie ist bekannt für ihre hochwertigen Duftstoffe und ihre eleganten Verpackungen.

Die Marke Kenzo Parfums hat eine lange Geschichte. Sie ist seit über 20 Jahren auf dem Markt und hat sich zu einer der bekanntesten Parfumsmarken der Welt entwickelt.

Duftmarke gesetzt

Parfumerie mit Massageräumen „La Bulle Kenzo“ in Paris

„Le nez“, die Nase, wie hochbezahlte Parfumeure in Frankreich genannt werden, ist das Kapital eines jeden ernst zu nehmenden Kosmetikkonzerns. Den richtigen Riecher bewies aber auch die Architektin Emmanuelle Duplay, als sie die Parfumerie- und Massageräume von La Bulle Kenzo in Paris gestaltete. Als Vorbild für das innenräumliche Konzept diente Kenzoki, eine Pflegeserie, mit der der japanische Beauty-Riese „Haut und Sinne verwöhnen“ will. Parfumerie “La Bulle Kenzo“ in Paris The highly paid parfumeurs, “le nez”, the nose, as they are called in France, are the asset of any major cosmetic group. The architect Emmanuelle Duplay proved to have a good nose when she designed the beauty and massage rooms of La Bulle Kenzo in Paris.

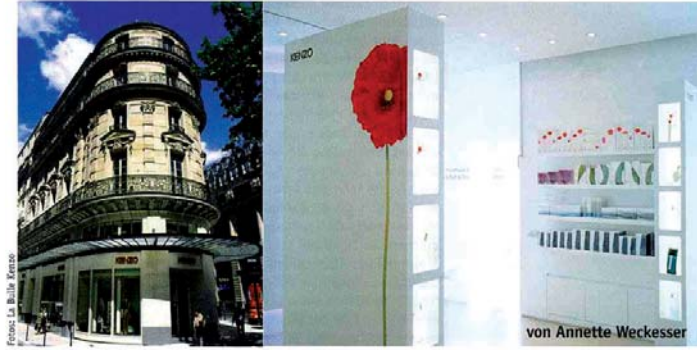


Photo: La Bulle Kenzo

von Annette Weckesser

ARCHITECTURES À VIVRE

Juillet/Août 2003

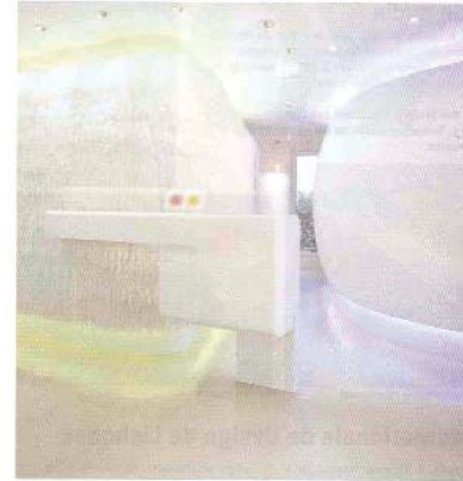


ACTU/ENDROITS

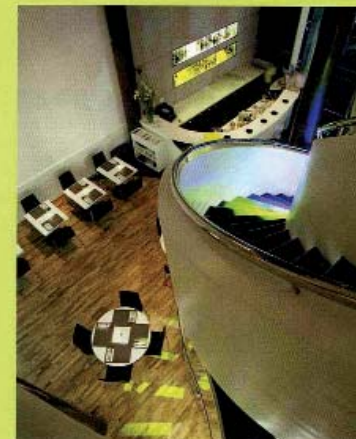
LABULLEKENZO

Kenzo s'installe face au Pont Neuf dans l'ancien immeuble de la Samaritaine. Au-dessus des niveaux consacrés à la mode, le quatrième étage est dédié aux soins du corps. L'espace, créé par Emmanuelle Duplay, l'architecte du lieu, a une dimension sensorielle basée sur le contraste des matières et des formes. Sensation assurée avec ou sans massage.

LABULLEKENZO, 1 rue du Pont Neuf,
Paris 1^{er}



ENDROITS



HOTEL LYCRA

Dupont de Nemours ouvre un show-room Au Brésil. Situé sur une des artères les plus chics de Sao Paulo, l'Hôtel Lycra, conçu par le cabinet d'architecte Anastassiadis Arquitectos, est un lieu « tondraïce » comprenant une boutique, un restaurant et une galerie dédiée à la mode, à la culture et à la communication.

Hôtel Lycra,
1055 rue Oscar Freire,
Sao Paulo, Brésil



ARCHITECTURE INTÉRIÈRE CRÉÉ

Septembre 2003



et de repos, lambrisé de bois bordelais où, pour un instant, sons, lumière et fragrances diffèrent totalement de ceux des espaces de vente. Plus inventif, l'espace Bulle se distingue par son ambiance très rafraîchissante. Anita Kitchon (et Emmanuelle Duplay) ont su créer, en peu d'espace, un univers de sensation. Tandis que le mobilier en résine, conçu pour présenter des parfums, comme pour s'asseoir, développe une ligne contemporaine, deux "bulles" de soin et de relaxation jouent sur l'opposition des contrastes : l'une hirsute, l'autre parfaitement lisse, abritent dans les deux cas un espace de soins et de relaxation. Le client en oublie que, derrière les stores qui tamisent la lumière, tout Paris s'active.

C'est donc côté Pont Neuf, que se développe, du rez-de-chaussée au troisième étage, le nouveau Flagship parisien. Un escalier, intégré aux surfaces de vente, relie le 1^{er} niveau au second, tandis qu'ascenseurs et escalators prennent place dans l'atrium, desservent les suivants. Il est signé par une équipe italienne, à qui LVMH Fashion Group a confié, pour le monde entier, la responsabilité d'identifier la marque à travers ses magasins. Ainsi ces derniers développent-ils

leurs univers d'après un concept dérivé d'un jardin. Un sol en pierre est ainsi censé nous transporter dans l'imaginaire de la résidence impériale de Katsura au Japon, tandis que quelques grandes fleurs solitaires, situant parfois d'un niveau à l'autre, animent ponctuellement les parois des murs extérieurs. Puis il y a cette lumière, tantôt diffuse et tantôt concentrée "comme des rayons de soleil qui traversent les nuages". Des panneaux beiges

à motif de grain de riz, supportant les étagères de présentation et les portants, un mobilier central en bois sombre, seulement rehaussé de quelques détails laqués du fameux rouge Kenzo, contribuent à créer l'ambiance neutre et soignée d'outdoors recherchée... Ce sont les vêtements qui seuls apportent la couleur et la vie. Pour les mieux encore désigner, les différents rayons (hommes, femmes, accessoires...) sont séparés par des sas, passages de pause

Le Flagship parisien de Kenzo

De la made au parfum



C'est donc côté Pont Neuf, que se développe, du rez-de-chaussée au troisième étage, le nouveau Flagship parisien. Un escalier, intégré aux surfaces de vente, relie le 1^{er} niveau au second, tandis qu'ascenseurs et escalators prennent place dans l'atrium, desservent les suivants. Il est signé par une équipe italienne, à qui LVMH Fashion Group a confié, pour le monde entier, la responsabilité d'identifier la marque à travers ses magasins. Ainsi ces derniers développent-ils

leurs univers d'après un concept dérivé d'un jardin. Un sol en pierre est ainsi censé nous transporter dans l'imaginaire de la résidence impériale de Katsura au Japon, tandis que quelques grandes fleurs solitaires, situant parfois d'un niveau à l'autre, animent ponctuellement les parois des murs extérieurs. Puis il y a cette lumière, tantôt diffuse et tantôt concentrée "comme des rayons de soleil qui traversent les nuages". Des panneaux beiges

à motif de grain de riz, supportant les étagères de présentation et les portants, un mobilier central en bois sombre, seulement rehaussé de quelques détails laqués du fameux rouge Kenzo, contribuent à créer l'ambiance neutre et soignée d'outdoors recherchée... Ce sont les vêtements qui seuls apportent la couleur et la vie. Pour les mieux encore désigner, les différents rayons (hommes, femmes, accessoires...) sont séparés par des sas, passages de pause

Adoption: Carter, Chivone, Filipes Lataje, José Olivieri, Zupari, et ses clients: Pieter de Marneffe, K. Loring, Saitou, Peter Blazner & Associates, Agence: Architecture (LVMH), Equinox, Kenzo, Pirelli & Co., Space Zero Design, et Light, Invention (Kenzo)

K □ photo...Jimmy Cohrsen
text...Chiyo Sagae

J □ photo...Doug Snower
text...Shigekazu Ohno



⇒ from Paris

K New Sensations in Bulle Kenzo

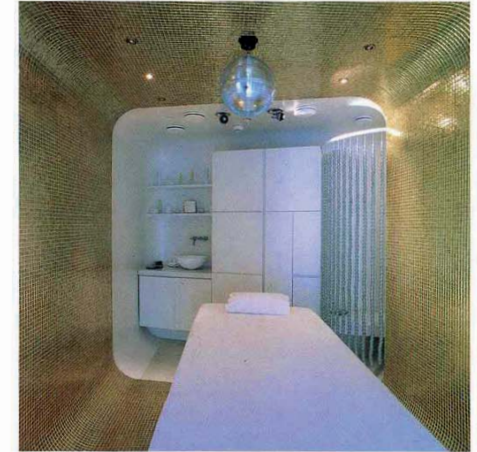
不思議コスミック空間で、体ラクラクがバリの新流儀。

スタルクやブットマンのレストラン、大型ケンゾー・ブティックと、何やら話題多き新ケンゾー・ビルですが、最近のバリの巷の話題は「泡（ビュル）もう試した？」に、移行しつつある。その形状の不思議さ、内装の大胆さ、国輪混合のボディケア&マッサージの新技術にバリジャンは興味津々だ。〈ラ・ビュル・ケンゾー〉は、リラックス&リフレッシュマッサージのための新空間。水がないからスバじゃなく、美容ケアをしないからエステでなく、直訳すれば感覚空間「泡」(?)と名づけるに至る。コクーン状キャビンは、

毛足の長いケバケバ(?)とフワフワ弾力素材に包まれ、大人も子供もまず外観に触り、ケアを受ければ、極楽感覚に酔いしれる?で、感覚空間。名づけるの真の意味を知ることになる。



エマニュエル・デュプレイの新館デコ。



同社のKenzo K1製品をベースに、この空間内でリフレッシュ。●〈LA BULLE KENZO〉1, rue du Pont Neuf 75001 Paris ☎(33)1-73-04-20-04, 10時~20時 (木・金・土~2時)、日曜休。

⇒ from Chicago

J Dwell in Jahn's Design

建築の名門IITに、ヘルムート・ヤーン設計の学生寮が完成。



〈ステート・ストリート・ヴィレッジ〉外観。5階建ての建物にはリズムカルな配置でボイド(空間)が穿たれ、採光、通風ともに良好。東もヤーンが手がけた。●〈State Street Village〉33rd and State St., Chicago ☎(1)312-567-3243 (広報局)。

かつてミース・ファン・デル・ローエが建築学部長を務めた名門IIT(イリノイ工科大学)に、ドイツ出身の人気建築家ヘルムート・ヤーンが学生寮をデザイン。秋学期を前にした7月末、367人収容の〈ステート・ストリート・ヴィレッジ〉としてオープンした。「学生たちはキャンパスで学ぶ時だけでなく、日常生活を通じても建築を学ぶのです」とはルー・コレンス学長の満足げなお言葉。感慨ひとしおなのは設計したヤーンも同じこと。彼自身、実はこの大学院出身だったのだ。

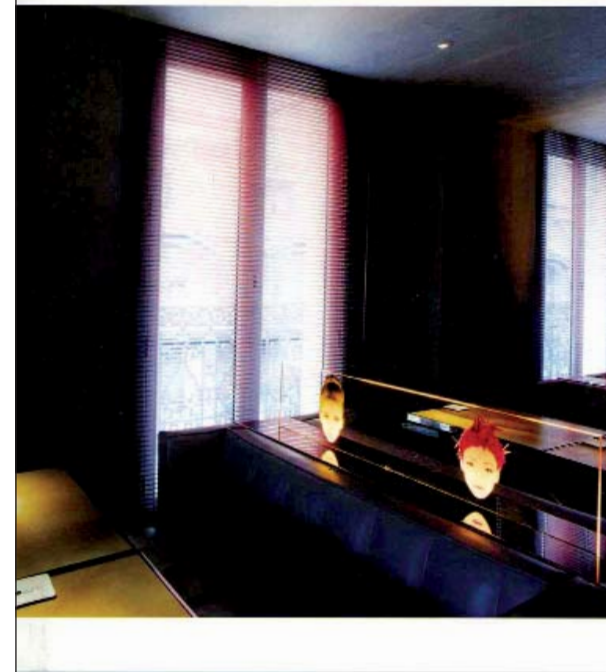
建物は、曲面の美しいステンレスとガラスのモダン建築。室内は無仕上げのコンクリートに、ステンレス家具を配したスーパークールな設備。これなら、卒業しても住んでいたい!

FRAME

Novembre/Décembre 2004



077 > Frame 35 > 2003



the retail space that beckons me to the fourth floor of the building, Kenzo sold its fragrances through high-street perfume shops. At the entrance to the brand's new marketing concept, a coarse-grained structure of Macassar ebony shaped like a crooked finger frames the bright white interior and doubles as a bench. Grabbing my attention are a pair of plump objects at the far end of a room featuring a hot pink rug and a suspended walk-in display case reminiscent of the 'doughnut' garment rack at Mandarin Duck on rue St-Honoré, a boutique designed by NL Architects (see *Frame* 18, page B4).

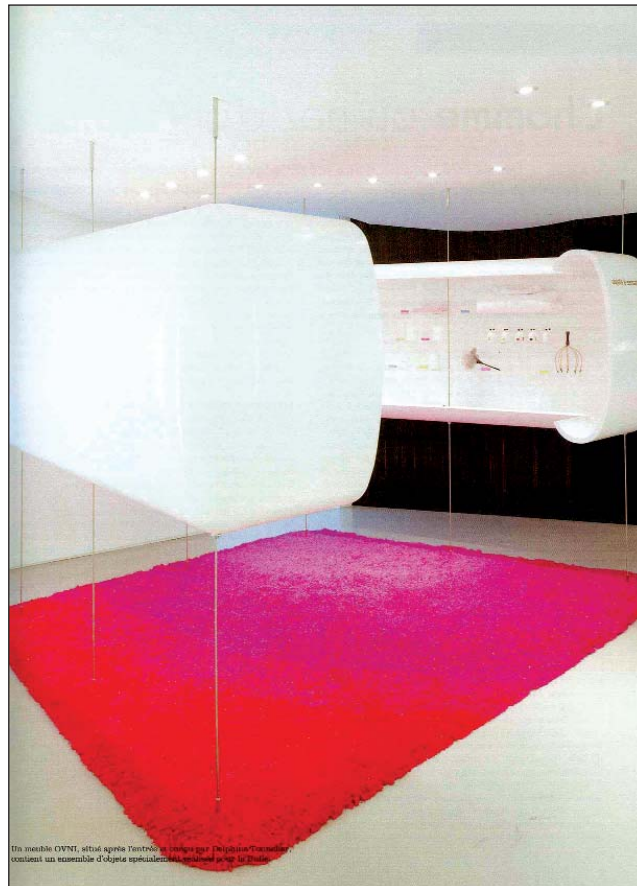
LaBulle is divided into five main sections: Kenzoki, a space devoted to skincare products; the Shell, which is used for displaying objects as curious as a wire scalp-scratcher; an area accommodating the Kenzo perfume line; two massage cabins; and the cash desk. 'Each element in the brief has its own location,' says Emmanuelle Duplay, who studied architecture at the Ecole d'Architecture de Paris-Belleville before finding her niche in interiors, exhibitions and set design. Her cinematic work includes *Until the End of the World* (1991), a Wim Wenders film, as well as French productions like *Il est plus facile pour un chameau* and *Reines d'un jour*. Duplay's set designs for Kenzo product launches eventually led to her involvement in LaBulle.

The chubby eye-catchers turn out to be massage chambers, one whiskered, one smooth. The first sports hairy plastic fibres – similar to those found on spinning car-wash brushes – sprouting from a metal frame. Noticing that the overlapping fibres produced horizontal lines on the surface of the chamber, Duplay called in a hair stylist to give her creation a softer, more tousled look. Inside the chamber, a golden surface of Bieazza mosaic glass bounces light beams off a revolving mirrored ball suspended from the ceiling. The second cabin is an inflatable volume with a milky white resin surface that Duplay compares to a breast.

'What interested me in designing this space was the contrast in materials,' says Duplay, who enjoyed juxtaposing a shag rug and a hirsute form with a sleek silhouette and PVC flooring selected for its soundproofing properties.

The designer emphasises her desire for an ambience that stimulates the senses, while noting that several of her ideas were too grand for the budget.





Un meuble OVNI, étudié après l'entrée en scène par l'architecte Emmanuelle Duplay, contient un ensemble d'objets spécialement réalisés pour la Bulle.

lieux

Bulle et belle

Visite guidée de la Bulle, le nouvel espace beauté de Kenzo, installée au dernier étage de l'ex-Samaritaine.

par Catherine Jazdzewski photos Marc Abel

Voici deux ans, Kenzo créait la ligne de soins la plus sensuelle jamais vue. Par ses parfums de fleur de gingembre, de lotus blanc ou de vapeur de riz. Par ses textures fondantes, frissonnantes, bienfaisantes. Désormais, Kenzo qui est restée une ligne discrète, ce qui ne l'a pas empêché de devenir célèbre, notamment en Grande-Bretagne, a son espace, ou plutôt sa Bulle.

Plus qu'un institut ou un nouveau spa, la Bulle Kenzo est un espace à sensations dans lequel on se promène, on rêve comme dans une nature réinventée. Alors, essayons de nous laisser aller à une visite guidée dans cet univers enchanté, en sachant que les mots ne se substituent pas toujours aux émotions. La Bulle Kenzo s'est posée au dernier étage de l'ex-Samaritaine, devenue le Kenzo Building. En plein ciel, face au Pont Neuf, on pénètre dans un univers suspendu, une vraie bulle. On s'y sent en apesanteur, mais pas coupée du monde. On déambule entre un espace à parfums, un coin lecture, une boutique d'objets à sensations, guidée par le regard. Il s'accroche aux couleurs, s'étonne des ondulations du plafond qui le mène jusqu'à une passerelle. Tel un plongeur, elle se projette en plein ciel jusqu'à la Seine.

REVE. Mais revenons à l'intérieur. Si le sol rappelle les champs de coquelicots, tout, presque tout est blanc. Mais ce blanc prend là encore une dimension étrange, nouvelle. Il paraît sculpté par les tâches de couleurs, calligraphies japonaises abstraites et modernes. C'est à une jeune architecte, Emmanuelle Duplay de l'agence Anita

Kitchen à qui on doit cette atmosphère étonnante et humaine. Également décoratrice de cinéma, elle se campe dans la réalité de la vie d'avantage que beaucoup de designers masculins. Mais cette promenade n'est pas infinie, elle s'achève à l'entrée de deux autres univers, ceux du soin. L'un, avec ses murs « fourrure », incite au toucher, à un ébouriffage tonique et gai. L'autre invite à une caresse plus douce, plus voluptueuse, il a le fini des joues de bébé.

Chez Kenzo, on ne parle pas de traitements esthétiques, mais d'émotions. On est prise dans le rêve, on entre dans un monde où seul le ressenti compte. Pas la technique. La *Bulle volupté* diffuse une lumière rose évolutive, et, derrière un voile blanc, on s'allonge comme dans un lit, tandis que dans un autre caisson, plus énergétique, une mosaïque d'ar fragments la lumière et fait des éclats. C'est presque par pulsion qu'on choisit le *Massage aux chandelles* et au riz qui, par des mouvements amples, met le corps dans un état doux, parfumé et captivant, qui incite à le suivre. Le *Massage lové* se fait sur le côté, un oreiller entre les bras. On regarde des images défiler en s'abandonnant à un massage effleurage cotonneux, ouaté. La sieste est aussi au rendez-vous. Soit trente minutes d'une vraie sieste pour se retaper avant une soirée et que l'on peut prolonger d'une réanimation figulée du visage dont on ressort les traits illuminés. Tout cela, c'est la quatrième dimension du bien-être. Un bien-être réservé à soi, destiné d'avantage à révéler la profondeur de la personnalité qu'une carapace bien faite de femme fatale. ■



La bulle de massages euphorisants (à gauche) baignée de poule, passée entre les mains expertes d'une coiffeuse.



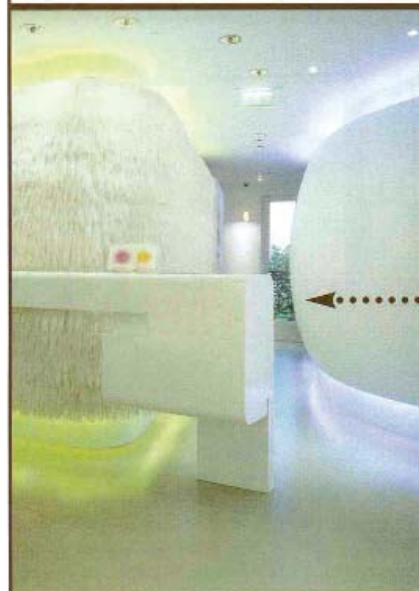
NEVER TOO MUCH

Voilà notre sélection d'objets, d'évènements et de lieux, têtes de file des dernières tendances de l'automne... Bienvenue dans un monde NEVER TOO MUCH pour IDEAT !

PAR LAURENCE PICOT

Et une caisse de livres, une !

Plus envie de sortir. Marre de tout prendre en charge. Désir d'être servi ET surpris à domicile. Pas de doute, il faut se faire livrer l'une des caisses en bois Les Millésimes, remplie de dix livres frais édités ou best-seller parmi les collections Assouline. Au choix, une caisse de grands crus Mode, Art, Style ou Joaillerie. De quoi remplir les longues soirées d'automne... sans bouger le petit doigt. Les Millésimes, éditions Assouline, 380 €. Tél. : 01 42 60 33 84.



Espace à sensations...

Pour se faire magistralement pouponner, rendez-vous à la Bulle Kenzo ! Lieu hautement trendy, tant par son architecture que par les soins inédits qu'on y dispense, il sort réellement des sentiers battus. Dans deux bulles de massage, l'une gainée de mosaïque or, l'autre tapissée de longs poils blancs, vous pouvez prendre le temps d'une sieste odorante (15 € les 30 minutes) ou d'une séance d'expériences tactiles (100 € pour 1 h 30 de massages brûlants, glacés, doux, rugueux : d'enfer !). A choisir dans... le menu.

Ancien immeuble de la Samaritaine, 1, rue du Pont-Neuf, 75001 Paris. Tél. : 01 73 04 20 04. Ouvert du lundi au mercredi de 10 h à 20 h et du jeudi au samedi de 10 h à 22 h.

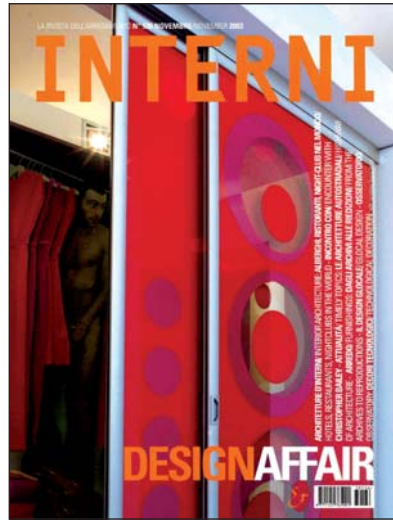
Les mocassins grand luxe s'encanaillent

Olyza Berluti, héritière d'une mythique famille de bottiers (depuis 1895 !), a osé bousculer les codes de l'élégance. Outre ses éternels classiques dont le confort et les patines sont adulés de par le monde, elle propose à ses clients aficionados un look de dandy moderne avec des souliers de cuir. Des miracles. Discrets mais présents, les attributs des voyous ornent non sans humour sa collection de chaussures tatouées ou dotées de piercing. Après bien des essais, cette magicienne est parvenue à trouver la technique pour traiter le cuir comme une peau. Too much en titi ! Mocassin Piercing ou Tatouage, à partir de 830 €. Tél. : 01 42 22 04 10.



INTERNI

Novembre 2003



Visto dello spazio LabulleKenzo, al quarto piano, una piccola spa progettata dalla scenografa Emmanuelle Duplay. Tutto il progetto grafico e l'immagine dei prodotti cosmetici Kenzaki porta la firma di Fabien Baron. In primo piano, in questa pagina, il volume con le pareti rivestite di peli sintetici racchiude una stanza per i trattamenti estetici.
Views of the LabulleKenzo space on the fourth floor, a small spa designed by set designer Emmanuelle Duplay. The graphic design and image of the Kenzaki cosmetics is by Fabien Baron. In the foreground, on this page, the volume with walls covered in synthetic fur contains a room for beauty treatments.

Architetti d'estero

Intercambiare "lo spazio" con il meglio del complesso è un'idea difficile, ma è proprio qui che si trova il meglio. Per la risposta disegnata da uno dei nomi, la grande sala è stata in un altro piano, come hanno fatto i francesi di Parigi, in ogni occasione del Piano. In questa foto si vede un altro, in particolare, in particolare dell'ingresso. Il progetto è stato scritto, lo spazio è stato disegnato (Baron) decorato di foto di volta in volta, in pratica di pelle grigia e una parete di luce. Il progetto è stato scritto, lo spazio è stato disegnato (Baron) decorato di foto di volta in volta, in pratica di pelle grigia e una parete di luce. Il progetto è stato scritto, lo spazio è stato disegnato (Baron) decorato di foto di volta in volta, in pratica di pelle grigia e una parete di luce.

Immeuble Kenzo in Paris
By order of UNIF, architect of the new space, the architect Fabien Baron moved into the old store number 1 of Saint-Germain, on Rue du Port-Royal, Paris. After 20 months of searching work, the dependence of the apartment store has become the headquarters of Kenzo, including the first flagship store, on Rue de la Harpe. In 1995, two independent things and 10 people and 10 people were added in the basement, with independent entrance from Rue de la Harpe.

The Kenzo building, directly interlinked with Port-Royal in the 19th century, is a masterpiece of the end of the 19th century. It is characterized by an architectural structure as a historical monument in which the Art Deco and Art Nouveau styles blend in harmony, as evidenced by the original architectural restoration of the building. But the history of the building was reduced to zero by the 1960s. Over the years, the historical of the entrance from Rue du Port-Royal, the interior covered the addition of spaces marked by strong contrasts, with a very modern atmosphere. This complex, composed of UNIF Fashion Group, wanted to make everything more organic, starting from the concept of a "new shop" in the 19th century, bringing elements, allowing to create a complete entrance around the Kenzo building. As one enters the building one is impressed by the great height of the old building space. In the right side of the shop, one enters the complex of the office.

136 INTERI

MARIE-CLAIRE MAISON

Septembre 2003



C'EST L'ÉPOQUE SOUS LE SIGNE DES PLAISIRS MULTIPLES

vagues bleu Klein, des délices nippons qui défilent sur un tapis roulant, des écrans tactiles placés devant chaque convive pour surfer sur le Net ou envoyer un message à celui ou celle qu'on désire courtiser...

L'idéal est ensuite de s'accorder un moment de détente, au quatrième étage, à la Bulle Kenzo, "un espace à sensations qui réunit soins tactiles, parfums et objets". Véritable cocon, le lieu dessiné par Emmanuelle Duplay est tout en formes rondes et girondes, douces et généreuses, avec des couleurs claires et apaisantes et des matériaux qui oscillent entre naturel et technologie (bois, tissus, résine, plastique...). Ici, le visiteur peut se laisser masser ou simplement buller et déambuler entre les lignes de soins, les parfums et

autres objets étranges ("truc à frissons" pour la tête, plumeau de peau, etc.).

Enfin, pour bien terminer la journée, il est fortement recommandé de grimper en haut du bâtiment, à la découverte du restaurant Kong. Kong, c'est, sur deux étages, la dernière folie du roi Starck, version manga. Au menu, des sièges en Plexi transparent estampillés de trois visages de "Kongettes" (la geisha, la métisse et l'Occidentale), des banquettes aux tons poudrés, un escalier vert anis, une bibliothèque emplies de babioles et une impressionnante verrière (signée Jean-Jacques Ory) pour nous plonger la tête dans les nuages. C'est kitsch à souhait et en plus c'est bon!

Reportage Gaël Reyre. Texte Philippe Deleau.

Atmosphère zen et moderne à la Bulle Kenzo, espace dédié au bien-être.



50



THE NEW YORK TIMES

Mardi 10 Juillet 2003

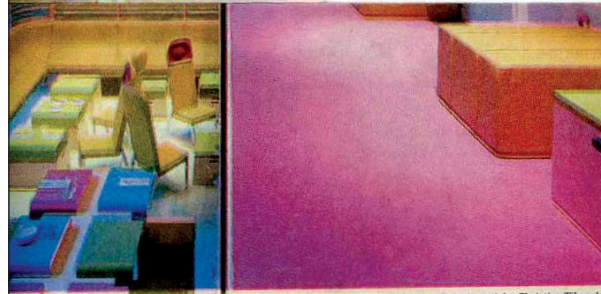
LABULLEKENZO | DOSSIER DE PRESSE | EMMANUELLE DUPLAY

The New York Times

Copyright © 2003 The New York Times

THURSDAY, JULY 10, 2003

Print



Photographs by Uwe Spooring; right, Christine Tiberghien

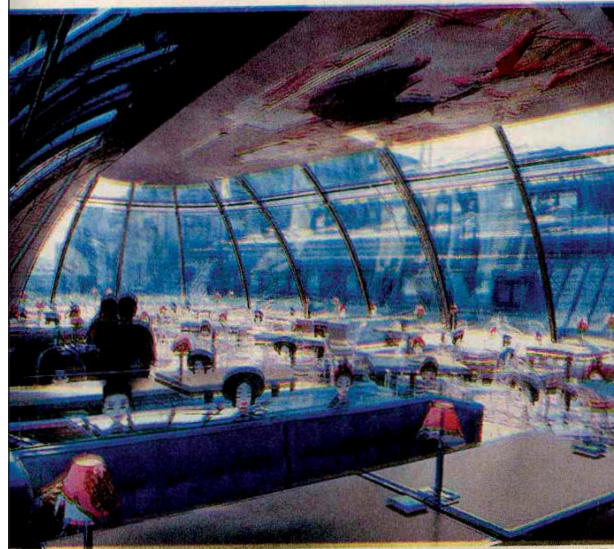
rearrange chairs and ottomans. A cage of birch plywood, left, surrounds the cafe and bar, where tables have removable laminated wooden tray tops and guests serve themselves. (There are no minibars in the rooms, only machines that dispense refreshments on each landing to encourage guests to get out and explore.) The rooms are based on nine concepts, including the indoor terrace room, above, where the furniture is arranged on a wooden deck in the center of the room. (There is an extra mattress beneath the bed in case a friend decides to stay over, free.) Only a row of leafy plants screen the shower from the bed. In the immaculate white-and-white room, the bathtub has a canopy and the bed is a mattress on a table.

The staff will help guests choose their rooms, and promise they won't put grandma in a room that will confuse her. Rooms start at \$167; 3, avenue des Fleurs, near the Promenade des Anglais; 011-33-4-97-07-26-26; www.hi-hotel.net.

rope, Upstairs and Down

Philippe Starck restaurant, situated by the luxury purveyor Louis Vuitton, just off the Pont Neuf at upstairs (below), there is a big theme is Japan meets European of Japanese designers, shop store, which features periscope restaurant Mr. Starck has

opened with the restaurateur Laurent Taieb, who has taken over the building's basement as well, where he asked Andrée Putman to design a Ló Sushi, the second in Paris. The new Ló Sushi has a conveyor belt, just like the first, but also the benefit of individual computer screens at each seat. Parisian singles, given their ability to chat and flirt onscreen, have made it a favorite haunt. Kong, 011-33-1-40-39-09-00; Ló Sushi, 011-33-1-42-33-09-09; both at 1, rue Pont Neuf.



Eric Morin for The New York Times



Photographs by Eric Morin for The New York Times

SHOPS

The Scents Are Timeless, The Settings Mod

Two futuristic perfume shops have just opened. Labullekenzo at 1, rue Pont Neuf, dedicated to Kenzo fragrances and skin care, has two round massage rooms that call to mind U.F.O.'s. One, covered in nylon fishing line, above, looks furry. The other is covered in taut plastic. The space was designed by Emmanuelle Duplay, a



well-known French set designer. Across the Seine at 48-50, rue de l'Université is IUNX (pronounced younks), right, where unisex scents are sampled in high-tech fashion, vaporized in a paper cone. The work of Shiseido, Fabienne Conte-Sevigné and Francis Giacobetti, IUNX is a particular hit with men; 011-33-1-45-44-50-14.