

Taiwan Glass X Fukasawa Naoto

Co-création de la marque TG

Expression de « l'humanité et de la bienveillance » de Taiwan



Depuis sa création en 1964, Taiwan Glass Group s'est efforcé d'être le pionnier de l'industrie du verre à Taiwan tout en fabriquant pour le monde entier des produits de haute qualité aux formes diverses. Après 55 ans de savoir-faire, d'expertise et de passion, les dirigeants de la société Taiwan Glass, Por-Shih Lin et son épouse Lilin Hsu, ont estimé que le moment était venu de créer une marque taiwanaise en propre. Pour cela, ils ont fait appel au designer japonais Naoto Fukasawa pour faire naître la marque de vaisselle et de décoration TG « depuis Taiwan en direction du reste du monde ».

À l'origine de la marque, il y a cette question du maître Fukusawa : « Qu'est-ce que la marque TG espère transmettre au monde? », à laquelle M. Lin a répondu ainsi: « Je souhaite faire connaître Taiwan au monde, en particulier la bienveillance et l'humanité de son peuple ». Aussi Naoto Fukusawa s'est-il attelé à l'observation attentive des gens, des coutumes et des cultures de Taiwan pour incorporer dans la conception des objets « la gentillesse, la douceur et le naturel unique » des Taïwanais. Selon lui, « chaque marque dans le monde peut être identifiée par des lignes et des couleurs caractéristiques. Afin de représenter la douceur des Taïwanais, j'ai choisi un arrondi en forme de U comme marque de fabrique pour TG, et cet arrondi se retrouvera dans tous les objets de la marque ».

M. Lin et son épouse ont donné leur plein accord à ce concept créatif. M. Naoto Fukusawa a ainsi réussi à matérialiser la douceur intangible des Taïwanais dans la forme d'un objet qui transmet, grâce à son arrondi, cette même impression de cordialité lorsqu'on le saisit dans ses mains. Là est la touche créative de Naoto Fukusawa pour la marque TG déclinée dans une série d'objets et d'ustensiles pour la vie courante produits à partir des technologies thermorésistantes développées par Taiwan Glass. La série couvre ces 6 catégories : carafes, cafetières, vaisselle, art du vin, décorations et art du thé, pour un total de 78 objets.

Il a fallu 4 ans de réflexion et de recherche pour donner naissance à la marque TG sous la supervision créative de la Fondation culturelle Xue Xue qui a également fourni une large documentation à Naoto Fukusawa sur les caractéristiques culturelles de Taiwan. Ainsi Naoto Fukusawa a choisi des tons gris discrets et élégants pour retranscrire le sentiment d'harmonie qui se dégage de la société taïwanaise car entre l'intensité du noir et du blanc s'étend toute une palette de tons moins tranchés et doux à l'oeil. Comme ligne tonale de la marque TG, le maître japonais a sélectionné quatre gris : «brun», «clair», «noir» et «sombre», qui ont tous été

inclus dans la conception des objets, des emballages, des catalogues et dans la charte graphique du site web.

Le premier magasin TG a ouvert ses portes au deuxième étage de la fondation Xue Xue dans le « Xue Xue Taste Lab », sous le nom « TG Mart Food Art Market » : un endroit qui vise à mettre en valeur la beauté des ingrédients locaux et de l'art de la table taiwanais et qui s'appuie sur les possibilités de combinaisons infinies entre « art et nourriture », afin de rendre notre vie quotidienne plus esthétique de manière naturelle.