

## Collection Flore : Le Paris de La Rochère conçu par La Racine



Les 3 co-associés de La Racine : Tiphaine Chouillet, fondatrice (au centre), Tania Clémente et Benjamin Lasserre.

Verrerie

Accompagner les marques héritage à (ré)inventer des produits nouveaux à partir de leur savoir-faire dans le cadre d'une démarche inspirante, accompagner les jeunes marques qui fabriquent en France de manière éco-consciente : telle est la vocation de l'agence de design global La Racine \*. Son travail de repositionnement et de recentrage de la marque historique de verrerie et d'arts de la table La Rochère \*\* (10 M€ de CA), engagé en 2018, l'a ainsi amené à concevoir plusieurs concepts dont Flore, toute nouvelle collection de tasse à café et de mug à pied, au motif sculpté style art déco inspiré par le célèbre Café de Flore à Paris. « *Flore incarne vraiment les valeurs de La Rochère et sa mission de passeur d'histoires à travers le verre. Chaque produit, chaque concept est aussi l'occasion de rappeler les codes de l'histoire du verre, de la restauration, des objets pour boire* », explique **Tiphaine Chouillet**, fondatrice de La Racine.



Nicolas Bigot.

"Une question de modernité et d'état d'esprit innovant"

La Rochère réalise plus de 30 % de son CA avec les CHR, un marché sur lequel elle souhaite se développer davantage au travers d'un apport de singularité, tant en matière de communication que de collections. « *La Rochère a toujours été proche de l'univers des professionnels de la restauration. Les limonadiers de Paris, les brasseries, les bistrotts font partie de son ADN en termes de produits* », explique **Nicolas Bigot**, directeur commercial du pôle arts de la table et décoration de La Rochère. C'est pourquoi un projet axé sur les boissons chaudes correspond à la démarche de l'entreprise : il est lié à l'univers convivial des bistrotts et le verre résistant de La Rochère leur convient parfaitement. De fait, la collection Flore entend, tout à la fois, générer des émotions, à travers un côté narratif, et suggérer de nouveaux usages, notamment grâce à son pied.

Côté Mug, La Racine a puisé son inspiration dans l'Irish Coffee, qui s'est toujours fait dans un verre, et dans les mazagrans. Côté tasse à expresso, l'agence fait un clin d'œil au passé tandis que son goût du défi va jusqu'à la suppression de la sous-tasse, laquelle est permise par une grande stabilité. Invitation à se différencier, Flore s'adresse à l'ensemble des CHR : « *c'est davantage une question de modernité et d'état d'esprit innovant que de catégorie d'établissements* », estime Nicola Bigot. « *Les coffee-shops constituent une bonne cible, car ce sont souvent des établissements de taille moyenne et accordant de l'importance aux objets* », ajoute Tiphaine Chouillet. Parfaitement adaptés aux usages CHR, le mug et la tasse expresso Flore seront distribués fin mars.



zepros.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 18



[Visualiser l'article](#)

### Jean-Charles Schamberger

\* Créée en 2015 [www.la-racine.com](http://www.la-racine.com) . \*\* Créée en 1475 [www.larochere.com](http://www.larochere.com)

Tasse espresso : 10 cl, hauteur 55 mm, diamètre 73 mm.

Mug : 31 cl, hauteur 129 mm, diamètre 78,5 mm.

**Outre Flore, ci-dessus, La Racine prépare d'autres projets pour La Rochère, notamment dans le domaine des buffets, et a réalisé une autre collection, également sur le thème de Paris (La Parisienne), davantage destinée à l'export.**