

## Making-of – le design chez TOTO

Une nouvelle forme proche des gens. Le NEOREST WX, toilette avec WASHLET intégré, exprime la quintessence de l'expertise de TOTO et incarne un nouveau design intégral.



*Une centaine de créatifs participent à l'élaboration du design de l'expert international en équipements sanitaires TOTO. Pour la première fois, dans le cadre de la conception du nouveau NEOREST WX, l'équipe de designers de l'expert japonais donne un aperçu de son processus de création. Ce processus permet de comprendre le degré élevé de perfection, le rapport entre design et technologie, ainsi que la place qu'occupent par exemple les « design reviews » et les « équipes interdisciplinaires » dans l'entreprise. Et de comprendre pourquoi le « kaizen », ce concept d'optimisation permanente, est quelque chose de parfaitement naturel dans la culture du design au Japon.*

Durabilité et continuité sont deux facteurs déterminants dans le travail quotidien des designers de TOTO. Parmi la centaine de créatifs qui travaillent dans le département Design, nombreux sont ceux qui occupent ce poste tout au long de leur carrière, une situation encore typique dans le monde professionnel au Japon. Ils changent cependant de catégorie de produit, passant par exemple de la robinetterie aux toilettes ou aux systèmes de douche. Au total, jusqu'à 140 thèmes de design de plus ou moins grande envergure sont traités chaque année, le développement d'un produit complexe pouvant prendre jusqu'à quatre ans. Le nouveau NEOREST WX, par exemple, a été conçu sur une période de deux ans. Il marque l'apogée actuel de l'évolution du design commencée dès 1993 avec le premier modèle de la série NEOREST. NEOREST était et reste la marque premium de TOTO. Au fil des années, les modèles de WC intelligents NEOREST avec WASHLET intégré sont devenus de véritables produits phares en termes de design. Le nouveau NEOREST a été présenté au salon ISH 2023 : un modèle à suspension murale dont la plupart des fonctions sont invisibles de l'extérieur.

### Bureau de Presse France :

14 Septembre  
Camille Bancel  
camillebancel@14septembre.com  
M +33 6 59 00 88 89

### Contact :

Anja Giersiepen  
anja.giersiepen@toto.com

Pour en savoir plus sur TOTO sur Internet :

[fr.toto.com](https://fr.toto.com)

## Press Information

### La « présence discrète » du design TOTO

Directrice du département Design de TOTO Ltd. à Tokyo d'où sont issues toutes les créations de l'entreprise qui opère à l'international, Yoku Kirotsu aime souligner : « L'essentiel est de penser aux gens qui utilisent nos produits. L'important, ce n'est donc jamais le design en soi, ce sont les gens qui se servent de nos produits. Le design est important dans la mesure où il est utilisé pour simplifier la vie et favoriser le confort de l'utilisateur au quotidien. » C'est à partir de ce point de vue que le département Design a créé le concept de « présence discrète ». Presque tous les produits de TOTO reflètent cette philosophie. Pour la mettre en pratique, tous les designers doivent respecter trois principes, sans compromis. Tout d'abord, concevoir un « design convivial » adapté au corps et à l'esprit de l'utilisateur au quotidien. Puis créer de l'« harmonie » avec les composants esthétiques du produit pour qu'il s'intègre harmonieusement dans l'espace. Enfin, apporter une « beauté authentique », la fonctionnalité et la durabilité esthétique du design. Il ne faut pas oublier que l'utilisation des produits de la salle de bain est liée à une certaine intimité et que les produits entrent en contact avec la peau nue. Cela représente un défi particulier. C'est pourquoi il est vraiment important de se sentir bien avec. Les formes arrondies et fluides, par exemple, favorisent le sentiment de bien-être et de sécurité.

### La symbiose de la technologie et du design

Selon la conception japonaise du design, le design parfait n'existe pas. Les attentes des utilisateurs changent, et les technologies qui permettent de les satisfaire évoluent en permanence. Les designers sont durablement obligés de concilier les deux. Il existe par exemple des technologies permettant de mesurer les données relatives à la santé et aux utilisateurs. Si nous utilisons ces données, les toilettes aussi pourraient contribuer à mieux assister les gens au quotidien dans une société vieillissante. Grâce à elles, les temps d'attente dans les toilettes publiques pourraient être réduits, ou la manière dont nous surveillons notre propre santé à la maison pourrait changer. Pour développer de telles innovations, TOTO attache une grande importance à la coopération entre ses équipes de designers et ses équipes d'ingénieurs.

« Il est important que les spécialistes en design et en ingénierie échangent en permanence et discutent sur la manière dont les utilisateurs vivront à l'avenir. Ce que nous recherchons chez TOTO, c'est la symbiose de la technologie et du design », explique Yuji Yoshioka, directeur du Design chez TOTO, responsable du nouveau NEOREST WX. En fonction de l'étape du processus de conception, des équipes des services marketing, technologie numérique, modélisation de conception, infographie ou modélisation de prototypes travaillent ensemble. Les résultats des différentes équipes sont analysés dans un processus appelé « design review » (dans des réunions de développement) et validés. Pour les projets innovants qui requièrent le développement de nouvelles technologies, on fait appel à des équipes interdisciplinaires constituées d'ingénieurs, de designers et d'experts en marketing.

### Créer de nouvelles expériences utilisateur

C'est le cas par exemple lors du développement de techniques de confort et d'hygiène, et de leur intégration dans le produit. Selon Yuko Hirotsu, trouver la forme et la matérialité adaptées au cours du processus de conception est déterminant. Les deux sont des facteurs de design qui influencent l'impression de l'utilisateur. Trouver la solution optimale est un sujet central chez TOTO : il s'agit d'intensifier encore et toujours les sensations de confort et d'hygiène ainsi que le sentiment de sécurité chez les utilisateurs, et de créer un produit satisfaisant en tous points. Le design fluide et sobre propre à TOTO est un exemple de conception qui incarne cette expérience produit, caractéristique de nombreux lavabos, robinets et baignoires de l'entreprise japonaise. Sur les WASHLET de TOTO, ceci est plus complexe à réaliser en raison des deux matériaux différents, céramique et plastique

### Les nouveaux matériaux et procédés de traitement posent de nouveaux défis

De par sa forme, harmonieuse, fluide et organique, le nouveau NEOREST WX est un produit parfait en son genre. Sa réalisation exige du savoir-faire technique pour assembler les différents matériaux, céramique et plastique, sans utiliser de joints. Ici se trouve l'expertise unique de TOTO, le créateur japonais du WASHLET. Yuji Yoshioka évoque également dans ce contexte à quel point la « suppression » a été pour lui un aspect important dans la conception du NEOREST WX. Ainsi, pour ouvrir et fermer l'abattant, une toute nouvelle technique de capteur a été utilisée grâce à laquelle il n'est plus nécessaire d'intégrer une sorte de fenêtre pour le capteur dans l'abattant. Perfection de la forme, sophistication du développement et qualité des matériaux expliquent pourquoi le modèle WX a été créé pour cibler le segment du luxe. À noter également la nouvelle composition de la céramique : le matériau de base contient un matériau composite développé et fabriqué par TOTO grâce auquel la forme et la dimension du produit ne varient que légèrement pendant le processus de cuisson. Yuko Hirotsu et Yuji Yoshioka sont convaincus que le NEOREST WX n'aurait pas pu être réalisé sans cette technologie innovante. « Le défi posé par les nouveaux matériaux et procédés de traitement a donné naissance à un design original, intégral et fluide, sans utilisation de joints », explique Yuji Yoshioka.

### Sources d'inspiration et ouverture au marché international

Chez TOTO, le design n'a pas toujours obéi à ce concept d'intégralité. L'année 2015 marque un tournant à cet égard. Des recherches intensives dans le cadre desquelles des entretiens avec des clients ont été évalués, ainsi que les résultats que les chasseurs de tendances ont rapportés, entre autres, des grands événements du secteur comme le Salone del Mobile de Milan, ont permis d'aller dans une nouvelle direction. « Ce qui a changé, c'est l'importance accordée à ce que le marché mondial, notamment le marché européen, apportait comme sources d'inspiration, avec ses concurrents établis de longue date : développer des lignes plus douces, un design sensible, proche des gens, et correspondre davantage aux tendances mondiales du design d'intérieur » résume Yuko Hirotsu. « C'est à cette

époque que nous avons commencé à intégrer des concepts plus émotionnels et à repenser la totalité de notre gamme. En 2015, nous nous sommes totalement ouverts au marché international, et avons défini des processus supplémentaires pour que les designers, les ingénieurs, les services commerciaux des différents pays et le management discutent ensemble. Nous avons ainsi mis en place des procédures dans le cadre desquelles les projets sont évalués en communication directe.

### Le leitmotiv de la pensée japonaise

Un principe japonais essentiel se distinguera toujours : on s'efface soi-même pour placer l'autre au centre. Cette approche est prise en compte dans le développement et le design. « Chez nous, implicitement, nous recherchons toujours des possibilités de nous rapprocher des sentiments de l'autre par le biais de notre design », explique Yuko Hirotsu. Elle est par exemple consciente du fait que certains Européens considèrent l'ouverture automatique de l'abattant des WC comme un gadget rigolo. Au Japon, en revanche, cette fonction automatique est perçue comme une forme de respect à l'égard de l'autre. Il convient d'éviter tout ce qui pourrait gêner l'« autre ». Et donc, pour des raisons hygiéniques, de toucher l'abattant des toilettes d'une autre personne avec la main. Tous les produits de TOTO sont conçus suivant cette conception et cet état d'esprit japonais, ce sens aigu du respect de l'autre. Ils inspirent les gens dans le monde entier parce que ce côté spécifiquement japonais est toujours présent.

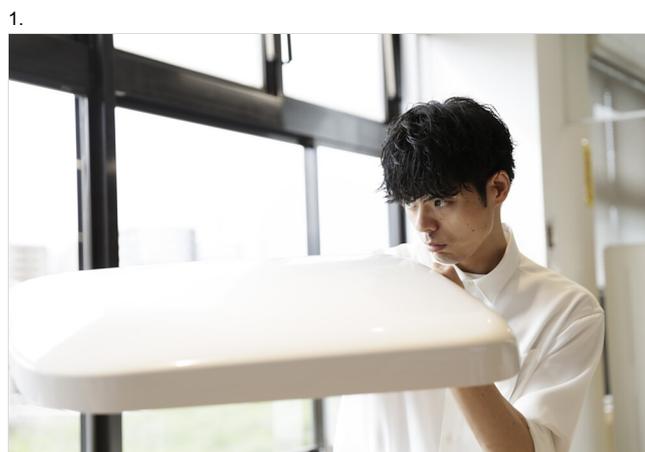
Reproduction gratuite  
autorisée contre justificatif  
Düsseldorf, en août 2023

1 Chez TOTO, les créatifs savent que les formes arrondies et fluides favorisent le sentiment de sécurité et de bien-être de l'utilisateur. Ce savoir est pris en compte dans la conception des formes. Photo : TOTO

2 Pour développer ses innovations, TOTO attache une grande importance à la coopération entre ses équipes de designers et ses équipes d'ingénieurs. « Il est important que les spécialistes en design et en ingénierie échangent en permanence et discutent sur la manière dont les utilisateurs vivront à l'avenir. Photo : TOTO

3 Suivant la conception japonaise du design, le design parfait n'existe pas. Les attentes des utilisateurs changent, et les technologies qui permettent de les satisfaire évoluent en permanence. Les designers sont durablement obligés de concilier les deux. Photo : TOTO

4 En fonction de l'étape du processus de conception, des équipes des services marketing, technologie numérique, modélisation de conception, infographie ou modélisation de prototypes travaillent ensemble. Photo : TOTO

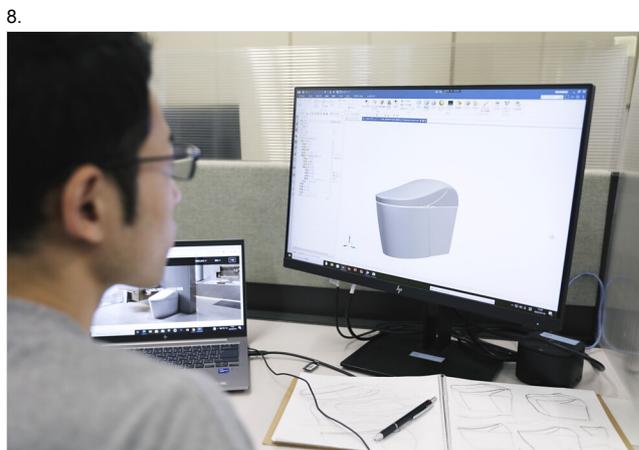


5 Les produits s'inspirent du design d'intérieur. L'expert en équipements sanitaires TOTO, acteur à l'international, effectue des recherches approfondies sur les tendances et les styles actuels dans le monde entier. Photo : TOTO

6 La jeune et dynamique équipe de designers et de développeurs de TOTO, composée de spécialistes des services les plus divers : marketing, technologie numérique, modélisation de conception, infographie ou modélisation de prototypes. Photo : TOTO

7 Les designers de TOTO ont créé le concept de « présence discrète » qui caractérise tous les produits et l'effet particulier qu'ils dégagent dans un espace, de la baignoire au WASHLET en passant par les lavabos et la robinetterie. Photo : TOTO

8 TOTO est expert dans l'art d'assembler différents matériaux comme la céramique et le plastique sans utiliser de joints pour créer une forme harmonieuse, ici sur un WASHLET. Photo : TOTO

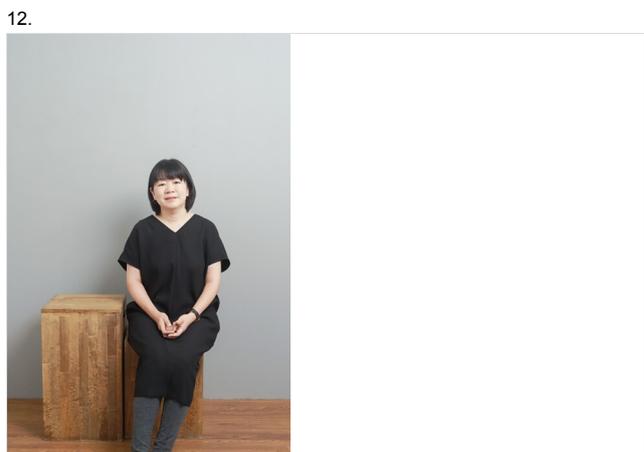


9 Les éléments de commande doivent fonctionner de manière simple et intuitive. La télécommande permet de contrôler facilement la technologie complexe qui se trouve dans un WASHLET. Les symboles et les signes utilisés sont compréhensibles dans le monde entier. Photo : TOTO

10 Chez TOTO, la recherche sur les tendances en matière de design et d'aménagement est extrêmement importante. Photo : TOTO

11 Pour développer ses nouveaux produits, TOTO utilise également des lunettes 3D pour une perception élargie assistée par ordinateur. Photo : TOTO

12 Yuko Hirotsu dirige le département Design de TOTO Ltd à Tokyo.



### À propos de TOTO Europe

Chez TOTO, l'une des plus grandes entreprises sanitaires internationales, l'homme et son bien-être sont au centre de nos préoccupations. Fondé dès 1917 à Kitakyushu au Japon, TOTO développe, produit et distribue des équipements de salles de bains complets pour une clientèle exigeante - également en Europe depuis 2009. L'objectif est de créer un nouveau style de vie qui associe la régénération, le confort et l'hygiène et d'intégrer la technique de manière intelligente et pratiquement invisible dans le design. Premier fabricant du Japon, le fournisseur d'équipements complets de salles de bain propose des céramiques sanitaires, des robinets et des accessoires. L'entreprise compte aujourd'hui plus de 40 ans de développement et de fabrication de WASHLET et en a vendu plus de 60 millions dans le monde. Entreprise résolument orientée vers le développement durable afin de contribuer au développement d'une société à taux d'émissions zéro, TOTO fait preuve d'un engagement fort : en adhérant à l'initiative RE100, le groupe TOTO s'engage à passer d'ici 2040 à l'électricité 100 % issue des énergies renouvelables dans tous ses sites. Il a obtenu la certification de l'initiative Science Based Targets (SBT) en juin 2021 pour atteindre les objectifs de réduction des gaz à effet de serre dans le respect de l'accord de Paris et réduire systématiquement les émissions de CO2. TOTO emploie plus de 36 000 personnes dans le monde entier.

Pour en savoir plus sur TOTO sur Internet : [fr.toto.com](http://fr.toto.com)