

« AUTO NIVELANT » ou l'interprétation artistique  
des savoir-faire techniques de Weber

*Collectif d'artistes danois, A KASSEN présente ses créations indéniablement contemporaines à la Newgalerie (Paris III<sup>e</sup>) du 9 avril au 7 mai 2011, dans une exposition mélangeant photographies et œuvres in situ. Pièce majeure de l'évènement, le terrazzo floor représente une version accélérée de l'histoire de l'art où une statue néo-classique en marbre s'intègre, à la suite d'un éclatement physique, au revêtement de sol.*

*Rompue aux chantiers à fortes contraintes, Weber a parfaitement relevé le défi proposé par les créatifs en conjuguant technique et esthétique aux inspirations artistiques du collectif. Un résultat remarquable mariant la douceur du marbre à la haute dureté de weber.floor 4650, un sol coulé décoratif. Hasard ou évidence, l'exposition est baptisée « AUTO NIVELANT »...*

### L'interprétation artistique du revêtement de sol

En réalisant *terrazzo floor*, le collectif A KASSEN a souhaité jouer sur le **paradoxe d'une statue néoclassique** en marbre, synonyme de délicatesse et de subtilité, **devenant matériau de sol brut**, auto nivelant et résistant.

Eclatée en millier de fragments, cette statue a donc intégré le revêtement de sol afin d'offrir **une création décalée, originale et suave**, allant au-delà d'un jeu sculptural sur la surface du sol. Mariant parfaitement les matières, **l'œuvre crée une impression étonnante de sol doux, solide, paradoxalement éclatant et mat...**

Marion Dana, directrice de la Newgalerie précise « nous ne savions pas vraiment à quoi nous attendre. Les contraintes étaient réellement fortes : les délais de pose étaient très courts, les matériaux très différents, voire opposés, et nous avions besoin d'obtenir un revêtement très résistant. Pourtant, le résultat final va bien au-delà de ce que les artistes envisageaient ».

Au plus fort de ce paradoxe réussi, **l'association de fragments de marbre et d'un sol coulé décoratif induit des contraintes évidentes** pour obtenir une surface plane, homogène et résistante. Pour répondre à cette problématique, les artistes danois ont choisi de mettre à contribution le savoir-faire et la technicité de **Weber**, leader mondial des mortiers industriels, en profitant de ses **produits performants, durables et esthétiques**.



*Terrazzo floor, une œuvre où s'expriment la technique et l'esthétisme des solutions de sols coulés de weber*

### weber.floor 4650, la solution technique aux exigences artistiques

L'histoire de la participation de **Weber** à cette œuvre se fonde sur la notoriété internationale de la filiale du **Groupe Saint-Gobain**. Les 4 artistes danois se sont appuyés sur une expertise technique reconnue pour solliciter l'industriel et lui proposer un partenariat inattendu. **Autant séduit par un positionnement artistique décalé que par le défi technique et esthétique, Weber a répondu favorablement** à cette belle opportunité.

Pour s'affranchir des contraintes de ce chantier original, trois solutions de préparation et finition des sols ont été utilisées : **weber.floor 4320**, chape fluide à séchage et recouvrement

rapide, **weber.floor 4716** en primaire d'accrochage pour améliorer l'adhérence des mortiers de chape et **weber.floor 4650**, la solution de finition de **Weber** pour les sols coulés décoratifs.

Nicolas Fuchs, chef de marché sols techniques chez Weber explique : « *L'application de ce type de revêtement de sol exige un respect strict de règles et principes de mise en œuvre. Au-delà des contraintes classiques liées aux produits (température, hygrométrie, qualité du support et de sa préparation...), nous savions que le ponçage de finition allait être la problématique essentielle du fait de l'incorporation des fragments de marbre. La maîtrise parfaite de nos solutions et recommandations par l'applicateur a fait la différence et participe grandement à la remarquable résistance du sol coulé ainsi qu'à cet étonnant mariage de douceur et de dureté.* »



© courtesy New Galerie, Paris - Claire Curt

L'incorporation de fragments de marbre au **weber.floor 4650** donne un résultat surprenant où se marient douceur et robustesse.

Pilier de la réussite de cette œuvre, **weber.floor 4650** est à l'origine un mortier auto nivelant dédié aux bâtiments industriels. Devenu revêtement décoratif teinté dans la masse, il **assure désormais une esthétique contemporaine aux locaux commerciaux, tertiaires et privés.**

**Fortement impliqué** dans la création artistique de A KASSENS, **Weber a mis en œuvre tout son savoir-faire pour apporter conseils et solutions**

dans la réalisation d'un chantier aux contraintes originales. Cette exposition au nom emblématique procure une certaine fierté chez Weber et N. Fuchs de préciser, comme un symbole : « *quelques jours après le vernissage, le concept artistique a trouvé preneur auprès d'un collectionneur averti et connaisseur...* ».

S'appuyant sur des valeurs d'engagement et de proximité, Saint-Gobain Weber France s'attache, depuis 1902, à développer des solutions innovantes à base de mortiers industriels pour le bâtiment et les travaux publics. Fort du respect de principes d'actions privilégiant le client et l'utilisateur final, Saint-Gobain Weber se positionne en tant que leader mondial en mortiers industriels, premier fabricant mondial de colles et joints de carrelage et leader européen pour les produits de façade et les mortiers de sols et commercialise ses solutions par plus de 4 000 distributeurs en matériaux de construction sous la marque Weber.

Acteur majeur sur ces différents marchés et conscient des responsabilités qui lui incombent, Saint-Gobain Weber implique ses 9 500 employés dans ses démarches en faveur de l'innovation utile et de la sauvegarde de l'environnement. Présence internationale, engagement responsable et proximité client permettent à Saint-Gobain Weber de justifier d'un CA de 2,1 milliards d'euros en 2010 pour 180 centres de production, répartis dans 46 pays.

Saint-Gobain Weber France place les utilisateurs au cœur de sa démarche qualité : 13 centres distributeurs, 6 services clientèles répartis dans toute la France, 1 centre de renseignements techniques et 4 centres de formation sont à disposition des utilisateurs et leur assurent une réponse rapide, technique et adaptée aux problématiques chantiers.

Pour toute information complémentaire,

**NEW GALERIE**  
2, rue Borda - 75003 PARIS  
+33. 1.42.74.50.75  
[info@newgalerie.com](mailto:info@newgalerie.com)  
[www.newgalerie.com](http://www.newgalerie.com)

**Agence Schilling Communication**  
2, Place Cap Ouest - B.P. 20169  
17005 La Rochelle Cedex 1  
Tél. 05 46 50 15 15 - Fax 05 46 50 15 19  
[agence.schilling@n-schilling.com](mailto:agence.schilling@n-schilling.com)  
[www.n-schilling.com](http://www.n-schilling.com)