Aesop Tiquetonne Paris, image de synthèse par Ciguë Architecture.

DR

CIGUË
UNE ARCHITECTURE DE MOYENS

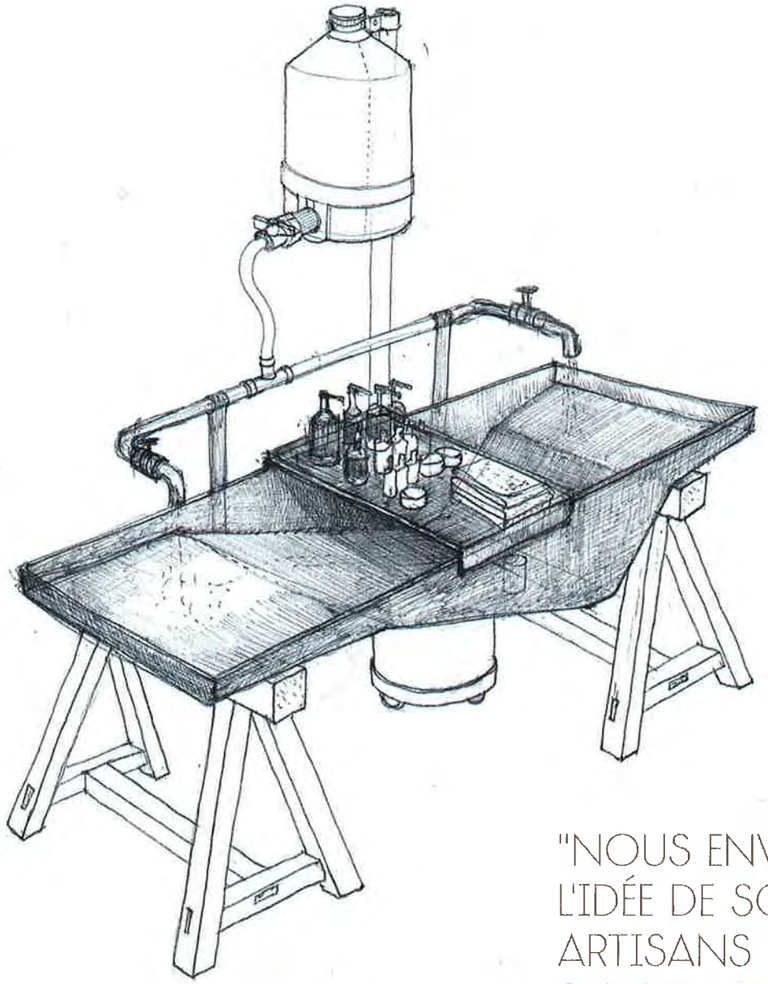
L'agence d'architecture Ciguë a conçu une demi-douzaine d'enseignes pour la marque de cosmétiques Aesop. A priori, rien ne relie ces projets si ce n'est une évidente radicalité créative qui offre un autre regard sur la pratique de l'architecture d'intérieur.

PAR **OLIVIER RENEAU**

Ciguë, comme le fameux poison des Athéniens. Tous les projets de cette agence sont identifiés par un code à trois chiffres. Ou à trois lettres. Un peu comme les codes Iata qui désignent les destinations aéroportuaires. A l'exception d'une petite poignée intitulée *aes* suivi d'un chiffre. Aes comme Aesop, le nom d'une marque australienne de cosmétiques, reconnue pour la qualité de ses produits, mais aussi pour son attention au graphisme de ses packagings et à l'architecture hors du commun de ses points de vente. Depuis avril 2011, Ciguë a réalisé cinq projets d'agencement de boutiques, avec à chaque fois un concept différent et précis qui régit le cahier des charges.

Tout est allé très vite entre la jeune structure française et la marque de Melbourne. Comme si ces deux entités devaient inévitablement croiser leurs chemins pour tester l'audace de chacune. Car à peine le temps de rencontrer Dennis Paphitis, le patron d'Aesop, que la jeune agence livre trois mois plus tard un corner pour le concept store Merci à Paris, une boutique durant l'été au cœur du Marais, une autre en décembre dernier à Londres, et s'apprête à signer deux nouvelles adresses à Londres et Paris. *"Paphitis est un vrai self-made-man en même temps qu'un parfait hédoniste. Il envisage sa marque d'une manière globale avec une réflexion exigeante sur l'art de vivre. Il valide chacun des projets d'architecture comme s'il s'agissait d'aménagement à titre personnel"*, souligne Hugo Haas, l'un des six membres de Ciguë. A peine diplômée en 2007 de l'école d'architecture de Paris-La Villette où ils se sont tous rencontrés – ils avaient créé en deuxième année un collectif pour monter des projets – cette demi-douzaine d'architectes ouvre une agence à Montreuil dans un ancien atelier de prototypage, en même temps qu'elle installe un atelier de menuiserie dans le même espace. Car ces six-là ont une idée qui leur tient à cœur : ne pas dissocier la conception de la fabrication. D'ailleurs, la chaise 510, la même que celle de nos années scolaires mais dont le contreplaqué a été recouvert de cuir par leurs soins pour le projet du restaurant *Les Grandes Tables* au 104, fait depuis un tabac chez Merci, au point que Ciguë se retrouve également un peu éditeur. "C'est vrai que l'exemple de cette chaise nous dépasse un peu. Mais l'atelier sert avant tout à mettre en œuvre de manière rapide un projet qui ne rentre pas dans un format classique d'exécution par un sous-traitant". Ainsi, du concept pour la boutique du Marais où l'idée consistait à évoquer l'histoire du quartier à travers le souvenir des ateliers de ferronnerie et les quincailleries aujourd'hui disparus. L'un des architectes se souvenait avoir vu un jour des bouchons de canalisation en acier qui ressemblent en tous points à des coupelles. D'autant qu'il en existe de toutes tailles, à même de coïncider avec celle des flacons. En très peu de temps, ils récupèrent les modèles adéquats, les oxydent ou les cirent selon la patine souhaitée et trouvent un système pour les accrocher et donner l'illusion que ces 427 supports flottent le long du mur. Ils en trouvent même une d'un diamètre suffisant pour créer la vasque qui vient s'imbriquer dans l'immense paillasse aux formes quasi sculpturales. *"C'est un élément récurrent à chaque magasin Aesop : les gens doivent pouvoir se laver les mains*

"L'IDÉE-FORCE DE CIGÜE, NE PAS DISSOCIER LA CONCEPTION DE LA FABRICATION."



Ci-contre,
dessin pour le projet Aesop Merci par Cigué Architecture.
Ci-dessous,
Robinetterie "home made" pour Aesop Lexington, Londres, et détail de l'agencement pour Aesop Le Marais, Paris.

"NOUS ENVISAGEONS L'IDÉE DE SOLLICITER DES ARTISANS DÉTENTEURS D'UN SAVOIR-FAIRE INIMITABLE."

©BRIJESH PATEL / THE KALORY AGENCY. DR

© EMMANUEL BARBE. © MATHIEU LÉVY

En haut,
la boutique Aesop Le Marais, Paris.
Ci-dessus,
éléments d'agencement.

avant et après avoir testé les produits". C'est d'ailleurs précisément cette fonction qui avait focalisé l'attention des architectes lors de la première rencontre. Il s'agissait en effet de réaliser pour Merci un comptoir de présentation facilement agençable dans n'importe quel espace. Là encore, le collectif joue des références à l'image de ces containers métalliques en forme de jarre présents chez Aesop, et surtout du protocole autour de l'eau qui se retrouve ici au centre du projet. *"Nous réalisons beaucoup de choses chez nous, comme par exemple ces robinets dont chaque molette est usinée à la main, et qui sont devenus comme une sorte de signature. Mais nous n'écartons absolument pas l'idée d'aller solliciter des artisans qui détiennent encore un vrai savoir-faire inimitable. C'est aussi l'une des caractéristiques fortes de l'agence."* En témoigne l'habillage en tôles émaillées de l'adresse de Lexington Street à Londres. Plutôt que d'utiliser de banales feuilles de métal peintes pour recouvrir les parois, Ciguë préconise du métal émaillé dont le rendu délivre une apparence beaucoup plus chaleureuse, avec ces effets de matière si particuliers. *"Nous avons même poussé le vice d'organiser le transport sans protéger les éléments. Car finalement, l'émail devient encore plus beau lorsqu'il y a des éclats".* Pour la prochaine adresse située rue Tiquetonne à Paris, Ciguë a souhaité dématérialiser le plus possible le système de présentation des flacons de produits. L'espace est entièrement habillé de bois et des étagères sont symbolisées par des alignements de clous. Mais pas n'importe lesquels, puisqu'il s'agit de clous japonais, de section carré, qui ont été forgés à la main, un à un. Un vrai travail d'orfèvre.

En même temps que l'agence vient de célébrer ses cinq années d'activité, elle a été distinguée par les Albums des Jeunes Architectes et Paysagistes (Ajap) que délivre le ministère de la Culture. Le signe que Ciguë a su marquer les esprits par une démarche assez inhabituelle dans le domaine de l'architecture d'intérieur, qui parvient non seulement à jouer la carte de l'économie de moyens, mais démontre aussi une attitude à même d'envisager selon la maxime "home made" des projets de plus grande ampleur.

www.cigue.net