SITES
ARCHI
N° 259 - Juin 2016 - CAHIER N°2

VAN CLEEF&ARPLES

CARESSE DE PIERRE

BRIQUES DE VERRE POUR CRYSTAL HOUSES

LE PLUS BEAU MCDO DU MONDE

4 - L'ARCHI-DÉBAT
Surmonté de sa Canopée, le nouveau Forum des Halles offre un visage plus avenant. Les secrets d'une réhabilitation.

10 - VAN CLEEF&ARPELS : CARESSE DE PIERRE
Patrick Jouin et Sanjit Manku revisitent l'univers du joaillier de la place Vendôme, à Paris.

20 - LA PERLA : LA MAILLE ITALIENNE
L'enseigne italienne de lingerie s'installe dans l'ancienne boutique Cartier d'Aoyama, à Tokyo.

26 - KINDO : COMME UN JEU D'ENFANT
Quand le design d'une boutique mexicaine pour enfants s'inspire d'un jeu populaire.

30 - AESOP : CHIMIQUEMENT PUR
A Nottingham, le collectif français Ciguë habille la marque australienne d'une mystérieuse installation.

34 - BEAUTY LIBRARY : DOUCEURS JAPONAISES
L'agence de design Nendo livre une boutique de cosmétiques d'une élégance toute japonaise.

40 - MELISSA : CRISTAL GAGNANT
Pour la collection hiver du chausseur brésilien, Softlab imagine une nouvelle installation psychédélique.

44 - GALERIES LAFAYETTE : DES ARCHITECTURES POUR DEMAIN
La chaîne française de grands magasins rénove son parc de province. En exclusivité les images de Bron et d'Annecy.

50 - CRYSTAL HOUSES : EN TOUTE TRANSPARENCE
A Amsterdam, les architectes de Mvrdv inventent l'immeuble commercial en briques de verre.

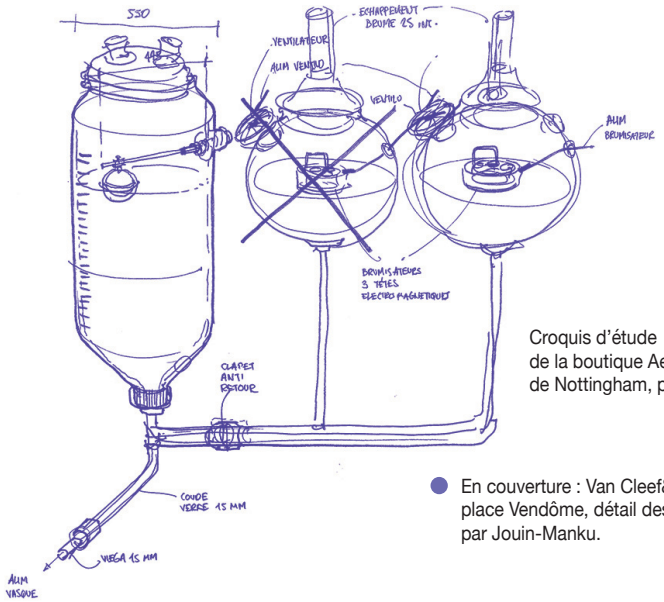
54 - COPENHAGUE : NORDIC WAY OF LIFE
Elégante reconversion d'anciens docks portuaires en programme mixte avec loisirs, par Cobe Architects.

58 - LE TOISON D'OR : BRUXELLES XXL
UNStudio livre un immeuble mixte qui met spectaculairement en valeur les vitrines de ses locataires.

64 - THE NEXT HUTONG : LE PASSÉ RECOMPOSÉ
Mvdr imagine un plan d'urbanisme qui pourrait sauver les hutongs de Pékin.

68 - MCDONALD'S, LE DESIGN ET LES CHAMPS
Sous le crayon du designer Patrick Norguet, la métamorphose du plus grand McDo du monde.

74 - CONCEPTS POUR TOUS
Natura Brasil revoit son concept. La Redoute descend dans la rue. The Body Shop renforce son engagement écolo. Bellota-Bellota, un cocon pour le jambon. L'exception de L'Exception. Champeaux prend ses quartiers aux Halles.



Croquis d'étude de la boutique Aesop de Nottingham, par Ciguë

En couverture : Van Cleef&Arples, place Vendôme, détail des fenêtres, par Jouin-Manku.

AÉRODYNAMISME

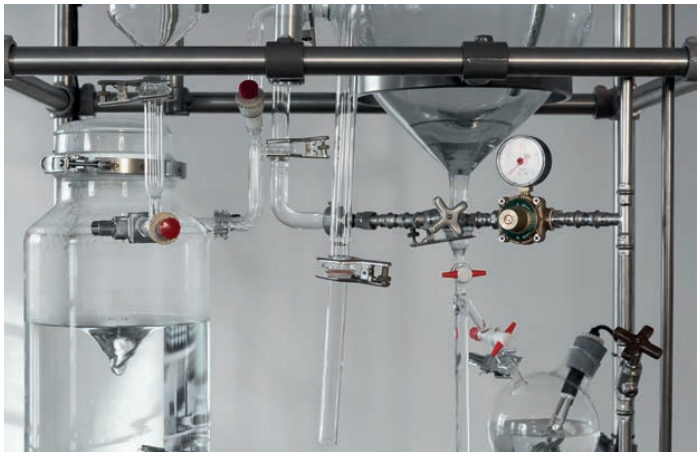
Les architectes et les designers ont du pain sur la planche. Quand tout allait bien, on attribuait à leurs œuvres le mérite de pousser les ventes. Chacun y allait de son pronostic : le + 20 % de chiffre d'affaires était la norme. Voilà bien un chiffre dont on n'entend plus parler… Faire et défaire est, certes, toujours travailler ; mais de nos jours, l'objectif est plutôt de colmater les fuites, de rattraper par la manche un client qui s'en va.
De responsable de la bonne (ou mauvaise) marche des ventes, l'homme de l'Art devient l'arme absolue contre l'odieuse fortune. Dans tous les cas, il porte une lourde responsabilité. Que le vent tourne mal et c'est lui qui aurait ou n'aurait pas dû faire ceci ou cela. Les jeux sont faits : impossible de faire demi-tour tant les destins de ces inventeurs de formes, de volumes et de couleurs et ceux des enseignes sont désormais liés.
Après vingt-cinq ans de bons et loyaux services, après des générations de traditionalisme, de minimalisme, d'industrialisme, de naturalisme ou de technologisme, les genres s'épuisent. Le consommateur a sans doute à peu près tout vu et tout entendu. On peut lui mettre de la musique, des odeurs, des écrans tactiles et des tablettes (ce qui déjà ne l'impressionne plus), il s'en moque. Une fois dessiné son parcours sur Internet, il sait où il va. Et il y va !
Dans ce monde utilitariste qui risque de s'éterniser, quel est le rôle du concepteur : simple exécutant merchandising ou génie de la différence, denrée précieuse permettant de ne pas confondre une enseigne avec les fraises des bois et de l'identifier dans un tas de concurrence où une chatte ne retrouverait pas ses petits ? Car l'artiste devra se faire technicien sans perte de talent et assurer un service unique à base d'«autre chose». Qui sait faire ça ?
Au commencement de l'histoire, personne n'aurait imaginé un tel scénario. Le champ des possibles était énorme, tout restait à inventer et seul le coup de patte comptait dans une vision moderniste. Conceptualiser, c'était d'abord rationaliser. Dans le fouillis des images et des bruits qui viennent du ghetto, les places à prendre encore sont peu nombreuses. Le concepteur à succès sera, comme l'ingénieur en aérodynamique, celui qui fournira à l'enseigne le profil permettant la meilleure pénétration du marché. Genre pilote de course !

SITES COMMERCIAUX N° 259 Commission paritaire n° 1011 T 88462. Edité par la s.a. **des Editions du Sites** au capital de 38 112 euros, 70, bd de Magenta, 75010 Paris. Principaux associés : Les Editions de L'Enseigne, Alain Boutigny, Alain Jammet, Daniel Msika. **Directeur de la rédaction et rédacteur en chef :** Alain Boutigny. **Rédacteur :** Philippe Hervieu. **Publicité :** France Bodiou. **Graphiste :** Marion Rulié. **Imprimerie :** Imprimerie JJ Production. **Directeur de la publication :** Alain Boutigny.

CAHIER N° 2

CRÉDITS PHOTOS : Les Halles : Franck Badaire, Xavier Bélorgey, maquette Pierre Even, Marchand et Meffre, Frank Barylko, seignettelafontan.com ; **Van Cleef&Arpels :** Eric Laignel ; **La Perla :** La Perla ; **Kindo :** Estudio Tampiquito ; **Aesop :** Maris Mezulis, Ciguë ; **Beauty Library :** Takumi Ota ; **Melissa :** Alan Tansey ; **Galeries Lafayette :** Moatti-Rivière, Manuelle Gautrand Architecture (architecte), Tommo (Images) ; **Crystal Houses :** Daria Scagliola & Stijn Brakkee ; **Copenhague :** Cobe and Luxigon ; **Le Toison d'Or :** Hufton+Crow ; **The Next Hutong :** Mvrdv ; **McDonald's :** photos by Renaud Callebaut / Light box visuals by Snd&Frank Hülsbömer ; **Bellota-Bellota :** Benoît Linero ; **Champeaux :** Maris Mezulis.

Intégré dans le plan de travail central, un faux laboratoire d'allure vintage intrigue et capte l'attention. En guise de lavabo, une grosse lessiveuse de récupération en béton.



Ce savant dispositif cache en réalité un diffuseur d'huiles essentielles, avec brumisateur.

AESOP

CHIMIQUEMENT PUR

Pour sa huitième collaboration avec la marque australienne, Ciguë a imaginé une mystérieuse et poétique installation aux allures de laboratoire, façon de rendre hommage au passé industriel et culturel de la ville de Nottingham.

Ciguë apprécie les collaborations sur la durée. Six boutiques pour Isabel Marant, huit projets pour Aesop : la constance est un trait de caractère du collectif français. Après avoir réalisé trois espaces à Paris pour la griffe australienne de cosmétiques (le Marais, Montmartre, rue Tiquetonne), trois espace à Londres (Covent Garden, Soho, Islington) et un corner pour Merci, voici le tour de Nottingham. Ville de 310 000 habitants – 730 000 avec l'agglomération – qui a su conserver un charme provincial, la cité de Robin des Bois est la nouvelle étape du développement à marche forcée d'Aesop, avec toujours la même ligne arty, où chaque architecture doit être différente, mais dans un geste qui toujours s'écrit autour du packaging minimaliste de la griffe.
Curieusement, c'est chez un célèbre disquaire britannique, Rough Trade, qui donna naissance en 1978 au label de rock indépendant du même nom, que le créateur d'onguents a pris cette fois ses quartiers. Occupant une pièce de 30 m² située à l'étage, Aesop justifie ce jumelage inattendu par la passion mutuelle des deux enseignes pour la création indépendante et l'innovation.
L'escalier vintage franchi, on pénètre dans une pièce unique et dépouillée au centre de laquelle trône une mystérieuse installation aux allures de laboratoire de chimie, sorte d'échafaudage chargé de fioles, bombonnes et autres ballons chauffants, le tout relié, via

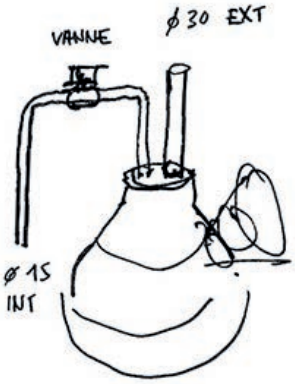
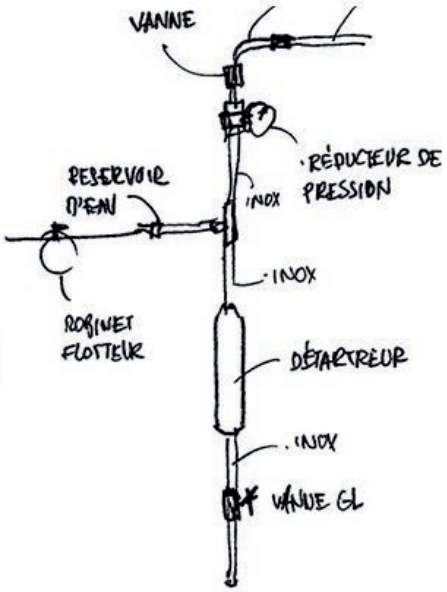
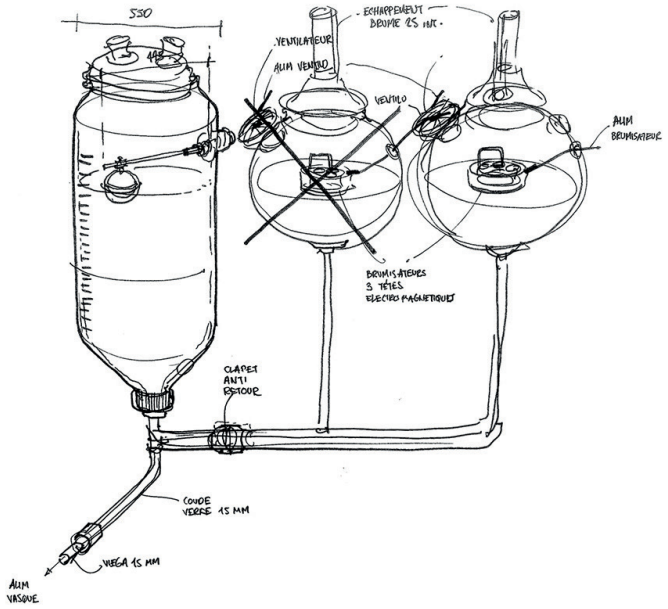
Le petit espace Aesop a pris ses quartiers au premier étage de la boutique Rough Trade Records, disquaire culte qui a donné naissance au label de rock indépendant du même nom.

Echafaudage en Inox, tubes de verre, tabourets en érable sycomore, plateau en pierre du Hainaut et, au centre du dispositif…, une petite plante cultivée en mode hydroponique, le tout éclairé par une lampe chirurgicale.

un entrelacs de tubes, à une toute petite plante élevée dans un bouillon hydroponique. Comme si le produit que vous veniez acheter était en train d'être distillé en direct depuis ce minuscule végétal. En réalité, il s'agit d'un diffuseur d'huiles essentielles, doublé d'un brumisateur à ultrasons, dont les effluves sont destinées à éveiller la curiosité des visiteurs du rez-de-chaussée, puis à les inciter à monter. Cet élément central est équipé à sa base d'une table de travail couverte d'un plateau en pierre du Hainaut cirée, puis, sur le côté, d'une lessiveuse de récupération en béton ciré, qui sert de lavabo. Le tout est éclairé par un grand luminaire de bloc chirurgical monté sur pieds.

Ce dispositif, qui pourrait être celui d'un savant fou, est accompagné de quelques étagères très simples sur les murs où sont – quand même – exposés quelques produits Aesop. Minimaliste, poétique et décalé, rien de plus, rien de moins : exactement ce qu'il faut pour continuer de nourrir le mythe Aesop.

Philippe Hervieu

Ciguë décline ici une poésie industrielle minimaliste qui n'est pas que décorative.

En effet, ces systèmes alambiqués ont été pensés dans les moindres détails, dessinés et fabriqués sur mesure, pour être aptes à fonctionner. Chez Ciguë, on ne triche pas.