

LA VIE
DES ACTIFS

Micro-marché - Hot Spots - Design



©Ora Ito

La proposition du designer Ora-Ito pour le hall d'accueil et les parties communes séduit par son intemporalité

LE MADELEINE EN
CHIFFRES

11 700 m² : La surface totale des commerces du « Madeleine »

7 000 m² : La surface du flagship C & A

7,6 mètres : La longueur des vitrines



©Laurent Goudchaux et Sébastien Segers

Les architectes Laurent Goudchaux et Sébastien Segers magnifient les vitrines du nouveau « Madeleine »

LE MADELEINE

Intemporel

Deux architectes : **Laurent Goudchaux** et **Sébastien Segers**. Un designer de renommée internationale : **Ora-Ito**. Il fallait ce trio de choc pour revisiter le mythique « *Trois Quartiers* » sous l'œil bienveillant de MGPA, maître des lieux depuis 2009. Un an et demi d'études et une vingtaine de projets préliminaires plus tard, les protagonistes du « *Madeleine* » - son nouveau nom de baptême - s'apprentent à tourner une page de cette pièce maîtresse de l'architecture parisienne. Et à renouer avec son faste des années 1930 en jouant sur deux éléments clés : une façade sensuelle digne des plus grands *department stores* et un aménagement intérieur basé sur la cohérence et la simplicité. « *Nous avons voulu redonner*

une horizontalité à cet ensemble en supprimant un poteau sur deux en façade et en créant des vitrines de 7,6 m de longueur », témoigne Laurent Goudchaux. Les enseignes - C&A, Décathlon et Marionnaud - se réapproprièrent les vitrines comme il se doit. A l'image de véritables *flagships*...

« *C'est l'un des projets les plus complexes en termes d'aménagement intérieur que j'ai eu à mener* », souligne **Ora-Ito**. « *Le Madeleine* » n'arrive, il est vrai, pas en terrain conquis. Une imbrication bureaux/commerces complexe, un chantier en site occupé, une reconquête historique à mener : les écueils se conjuguent. Mais au final, « *ce rubik's cub à cinq inconnues* » accouche d'un projet qui mêle intemporalité et simplicité. Et qui s'empare des défauts intrinsèques de la précédente restructuration pour les magnifier. Il en va ainsi de ce hall d'accueil, à l'origine « *ridicule* », déplacé et repensé pour donner naissance à un lieu presque muséal, habillé d'un escalier traité comme une œuvre monumentale où toutes

les marches s'illuminent. « *Monter cet escalier menant à un belvédère deviendra un spectacle* », théorise Ora-Ito. Il en va également de ce poteau planté au milieu du hall d'entrée. Plutôt que de le dissimuler, le designer a pris le parti de l'habiller comme un tronc d'arbre, « *comme une nature maîtrisée* » sans jamais tomber dans le pastiche, ni dans la caricature.

Le choix de matériaux très simples - la résine pour l'escalier, le Corian pour la banque d'accueil, le bois pour ce poteau qui n'en est plus un, le marbre blanc de Carrare pour la façade - jouent sur le côté fonctionnel et institutionnel. Vêtu de noir, un mur d'écrans plasma, pensé comme un véritable carrefour de l'information, jouera le contraste avec la blancheur immaculée de l'ensemble. Point de mobilier posé ici ou là pour habiller l'espace. Au « *Madeleine* », intérieur et extérieur s'imbriquent profondément pour donner la sensation que tout est intégré. « *Le Madeleine a été pensé comme un objet polysensoriel et tactile, léger, raffiné et moderne* » définit Ora-Ito. La métamorphose a commencé depuis quelques semaines. Verdict dans les derniers jours de mars 2013. Une date clé dans l'histoire de cet ensemble comme l'avait été 1932 pour la construction et 1986 pour sa première restructuration. Le propriétaire est, de son côté, comblé : il porte un projet fort, il a commercialisé quasiment toutes les surfaces auprès de signatures de qualité, il a densifié les espaces de bureaux. La métamorphose du « *Madeleine* » sera, demain, la vitrine de MGPA partout dans le monde.

Sandra Roumi