

agencement alliances bois

Un grand pouf en velours, un luminaire surdimensionné et une cheminée pour réchauffer le lieu... Cette boutique au style épuré dans le très chic 7^e arrondissement de Paris joue sur les contrastes pour mettre les produits en valeur. Architecte d'intérieur : Chadi Abou Jaoude.

ESCALONA

La boutique de luxe
se réinvente

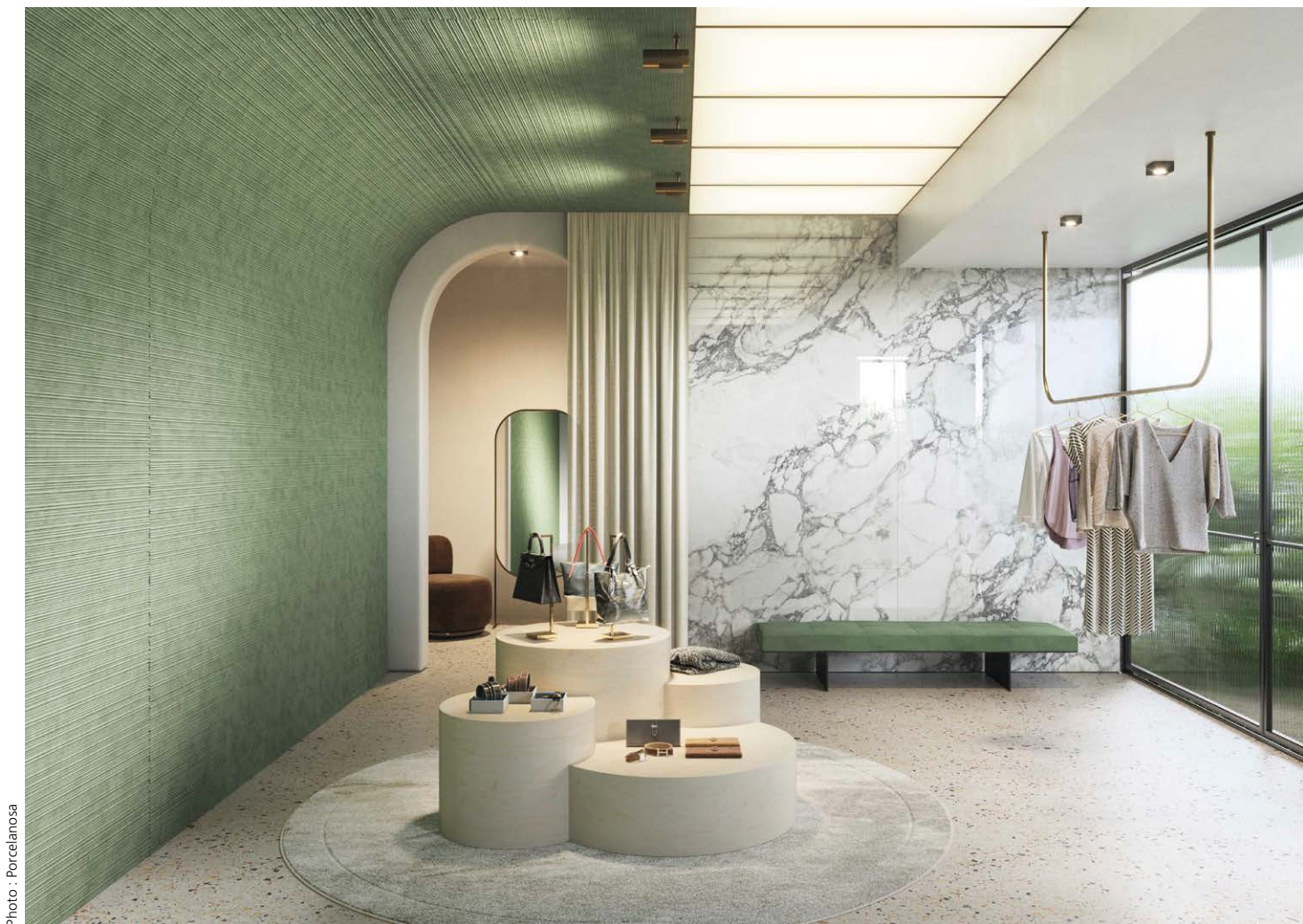


Photo : Porcelanosa

▲ Les panneaux de revêtement grand format (ici Krypton Alluslate), aux motifs toujours plus soignés, conviennent bien à l'agencement des boutiques, car ils changent en peu de temps l'atmosphère d'un lieu sans gêner son activité.

Quelle pourrait bien être l'utilité d'un magasin au fonctionnement coûteux alors que les ventes peuvent désormais se faire sans eux ? Alors que l'on prédit sa mort avec acharnement, le commerce physique semble résister envers et contre tout à la numérisation envahissante. Cette profonde remise en question est en effet plutôt mal vécue par la clientèle, attachée à ses commerces, lieux de socialisation et d'expériences, où l'on peut encore voir, toucher et essayer des produits avant de les acheter.

Le secteur est ainsi en pleine mutation. Les enseignes transforment leurs magasins au gré de l'évolution de nos manières de consommer. L'objectif ne serait plus de multiplier les points de vente, mais plutôt de faire moins mais mieux. Une formidable carte à jouer pour les professionnels de l'aménagement, car, pour survivre dans un environnement de plus en plus concurrentiel, les boutiques misent sur le design et l'originalité.

Le luxe, comme les autres secteurs, n'échappe pas à ces chambardements. L'expérience client semble aujourd'hui le maître mot. Le confort, la beauté, l'émotion, le divertissement sont évidemment recherchés, mais l'espace doit aussi être fonctionnel et pensé pour simplifier le quotidien

des collaborateurs. Il faut aussi savoir surprendre en créant une expérience de vente marquante pour les visiteurs qui auront envie de la partager. Le lieu même doit devenir outil de communication. Il doit être « instagrammable » pour faire de ces clients ses meilleurs ambassadeurs sur les réseaux sociaux. L'enjeu, pour les marques de luxe comme pour les autres, est de capter l'attention de cette « génération Z » qui a grandi avec les nouvelles technologies et sera la clientèle de demain. Cette surenchère d'originalité pousse parfois les enseignes à emprunter les codes de l'événementiel. La boutique se fait stand, avec une refonte saisonnière des espaces. Mais que les enseignes misent sur l'éphémère ou l'aménagement pérenne, toutes ces hypothèses laissent imaginer un âge d'or de l'aménagement de boutique. Pour capter ces marchés à forte valeur ajoutée, l'aménageur doit être multicasquette. La maîtrise des savoir-faire traditionnels, comme la connaissance des nouveaux matériaux et l'intégration de nouvelles technologies lui permettront de répondre à des projets toujours plus ambitieux qui réclament de la créativité, mais aussi une grande technicité.

Auréli Cheyssial

Écrins suspendus

Située avenue Mac-Mahon à Paris, la boutique de la toute jeune marque de joaillerie DiamondHolic est conçue comme une boîte à bijoux contemporaine. Luxueuse, *girly* et... instagrammable.

En s'installant dans le 17^e arrondissement de la capitale, au pied de l'Arc de Triomphe, les créateurs de DiamondHolic, Valérie Reinert et Pascal Beliard, ont souhaité aller à la rencontre de leurs clientes, celles de l'ouest parisien et internationales, fréquentant le « triangle d'or » du 8^e. Pour réaliser leur projet d'un espace boudoir très *girly*, ils ont fait appel à Xavier Gainard et Chadi Abou Jaoude du collectif Créateurs d'intérieur. Le *showroom* a vu le jour en février 2020. Les architectes d'intérieur ont créé un écrin à la fois pour les créations de la marque et pour la marque en elle-même, grâce à un agencement design associant

↓ Le bureau au centre de l'écrin et les vitrines sécurisées exposant les bijoux ont été suspendus au plafond.



Photos : Sebastian Erras



← Au sous-sol de la bijouterie, l'espace salon mise aussi sur l'aspect cocon et l'ambiance feutrée.

le marbre, le chêne et le laiton, dans une ambiance rose poudrée. « *Nous avons voulu casser les codes et travailler des matières peu convenues dans les bijouteries. Nous sommes partis sur un quatuor de matériaux nobles que l'on ne rencontre pas souvent dans le luxe : béton, laiton, marbre et bois* », se souvient Chadi Abou Jaoude, heureux d'avoir participé à la création de l'univers de la marque.

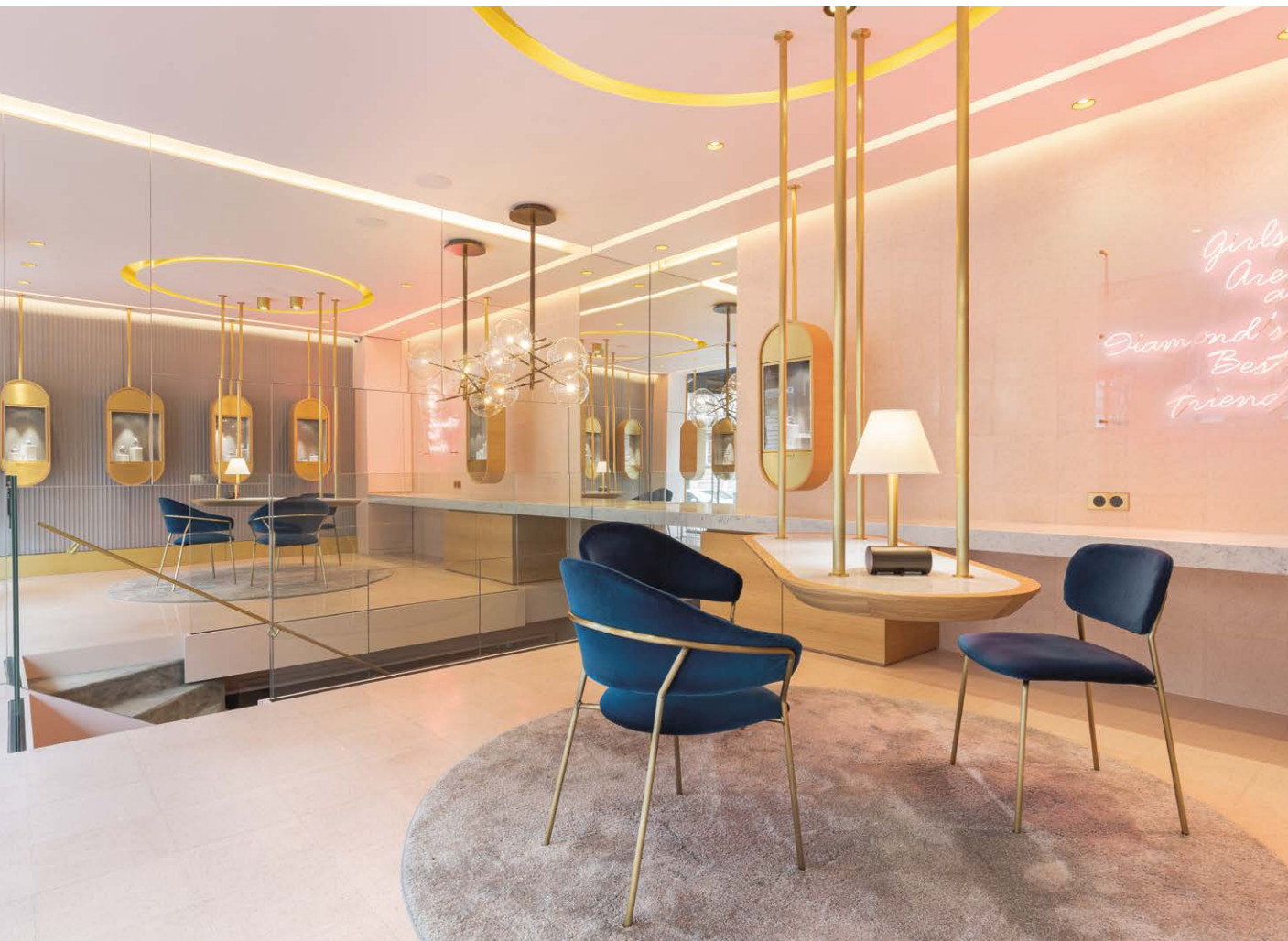
Le mur en plaques de béton texturé brut (Concrete LCDA) mis en œuvre sur tout un pan de mur tranche avec l'aspect velouté de la boutique et le terrazzo rose qui recouvre le sol et les murs, et fait ressortir les délicates vitrines. L'aspect précieux et luxueux est apporté par les touches de doré qui s'inscrivent tout en légèreté et en discrétion. Luminaires, bras de suspension, vitrines..., le laiton brossé s'harmonise tout en douceur avec le chêne clair du mobilier bois. Ces matériaux nobles réceptionnent la lumière, illuminent l'espace et rehaussent les autres éléments.

La principale contrainte était l'étroitesse de cette ancienne agence d'intérim sur deux niveaux de 20 m². Le long de l'escalier, un grand pan de miroir, qui monte du

sous-sol jusqu'au rez-de-chaussée, est ainsi venu agrandir l'espace et amener la lumière naturelle dans la pièce du bas. « *Les présentoirs, le bureau..., l'idée était aussi que l'ensemble des meubles soit suspendu pour alléger l'espace* », décrit Xavier Gainard. Espace qui a été épuré au maximum. La plupart des rangements sont entièrement dissimulés. L'un dans une colonne située derrière le bureau, les autres sous le plan de travail en marbre placé sur le mur du fond. Les différents espaces sont clairement déterminés. Le bureau s'inscrit ainsi dans un cercle défini par la création d'une gorge lumineuse peinte en doré au plafond qui se reflète au sol dans un tapis de dimension identique. Le sous-sol a été conçu comme un salon VIP proposant aux clients de s'isoler pour voir les plus belles créations de la marque. C'est aussi un espace qui sert d'atelier et permet d'ajuster le bijou sur mesure face au client.

Des capsules techniques

La grande originalité de cette boutique repose sur les dix capsules vitrines en chêne clair et laiton qui encadrent l'espace. Toutes identiques, mais entièrement



↑ Le long de l'escalier, un miroir toute hauteur agrandit l'espace, et augmente la luminosité naturelle qu'il emporte jusqu'au sous-sol. Le bureau suspendu, en chêne clair massif et en marbre, est entièrement connecté pour épurer l'espace.

→ Simples en apparence, les capsules suspendues réalisées sur mesure intègrent un éclairage, le système de sécurité et peuvent pivoter sur elles-mêmes.



personnalisables, ces vitrines réalisées sur mesure sont plus techniques qu'elles en ont l'air. Aux contraintes de poids et d'équilibre, s'ajoute l'intégration invisible d'un éclairage sophistiqué destiné à mettre les bijoux en valeur, mais aussi celle du système d'alarme et de sécurité qui permet d'ouvrir les vitrines grâce à une carte magnétique. Il fallait aussi que les capsules placées en vitrine puissent se tourner à 180°. Une astuce qui facilite le quotidien des employés de la boutique et leur permet de présenter facilement les bijoux de la vitrine ou d'en modifier le contenu. « Nous avons réalisé une boîte test à échelle 1 pour valider le concept et les différentes contraintes techniques. Cet élément a nécessité beaucoup de travail puisque quatre interlocuteurs intervenaient sur le projet : l'agencier qui a conçu la capsule, la



← D'ambiance, technique ou décorative, la lumière est particulièrement soignée pour renforcer l'aspect chaleureux de la boutique et mettre en valeur les produits.

personne en charge des éclairages, celle qui gérait l'ensemble du système de sécurité et les clients qui validaient l'esthétique et la mise en valeur des bijoux dans cet écrin », se souvient Chadi Abou Jaoude. En chêne et intégrant une plaque de marbre, le bureau suspendu est également une prouesse technologique, puisqu'il accueille, sans câbles apparents, une lampe et des prises pour brancher un ordinateur portable.

Le souci du détail

L'aménagement d'une boutique de luxe nécessite de la minutie. *« Le client aime sentir que tout est fait sur mesure. Il faut alors prêter attention au moindre détail, comme l'emplacement ou la forme d'une petite couture. L'ensemble doit être bien pensé, mais aussi fonctionnel », analyse Xavier Gainard. Dans ces espaces de vente*

hors norme, l'ambiance provient aussi des trois types d'éclairage : éclairage d'ambiance, éclairage technique pour mettre en valeur les bijoux et éclairage décoratif. Source de lumière, le faux plafond dissimule également le matériel de sonorisation indispensable à l'atmosphère du lieu.

« Le client doit ressentir que l'espace entier lui est consacré et avoir la sensation de découvrir un lieu unique. » Au-delà, l'idée est aussi de disposer d'un outil de communication sur les réseaux sociaux, proposant de multiples points de vue « instagrammables ». Témoin de cette tendance, le néon lumineux, réalisé sur mesure, délivre son message : « Girls Are a Diamond's Best Friend », tel le credo. ▮

Aurélie Cheyssial