

RENCONTRE AVEC



© Géraldine Aresteanu

Marc GUIGNARD,
Architecte, gérant
d'Arca Architectures



© Géraldine Aresteanu

Émilie OLIVIERO,
Directrice de projet,
Associée

Gérant du cabinet Arca Architectures, à Orléans, Marc Guignard plaide pour une reconquête et une réhabilitation des quartiers périphériques, qui ont selon lui toute leur utilité. Un propos relayé par Émilie Oliviero, son associée, qui conçoit l'aménagement intérieur de leurs réalisations architecturales.

Votre champ d'intervention cible-t-il en priorité les périphéries et zones périurbaines ?

Marc GUIGNARD : Il est vrai que nous travaillons essentiellement pour des acteurs privés, le plus souvent des commerces ou centres commerciaux. Un marché privé nous permet de partir d'une feuille blanche : tout est à concevoir, ce qui offre de la liberté tout en stimulant notre créativité. Pour autant, notre cabinet travaille aussi dans les centres-villes. Les centres et les zones périurbaines sont complémentaires.

Quels changements observez-vous actuellement dans les interactions entre villes et périphéries ?

Marc GUIGNARD : Nous constatons une grande mutation du sujet «commercial». Au départ, le centre-ville dominait. Puis dans les années 1960, les zones périphériques sont apparues, loin de la ville. Aujourd'hui, les politiques locales ciblent la redynamisation des centres-villes, en France et ailleurs en Europe. Pour autant, il ne faut pas passer sous silence les zones périphériques, qui ont une utilité. Pendant le déconfinement, les premiers commerces à réouvrir ont été les moyennes surfaces de périphérie. Les autres surfaces étaient soit trop vastes et anxiogènes (comme les hypermarchés), soit trop petites et ne répondant pas aux exigences strictes du protocole sanitaire.

En centre-ville, les magasins occupent une surface de 100 à 300 m². Ce n'est pas suffisant pour des enseignes qui cherchent à «exprimer» une marque. Je songe au programme «Aux Voûtes de la Major» à Marseille, près du MUCEM. Le socle de la cathédrale de

la Major est constitué de voûtes qui étaient des hangars à stockage. Un programme de rénovation a permis de réhabiliter l'ensemble du site en commerces et restaurants. Pour un client, nous avons réussi à réunir six voûtes afin d'y accueillir un magasin d'ameublement Habitat de plus de 1 300 m², livré en 2015. Autre exemple : à Bourges, nous avons créé un magasin de 1 900 m² dans le cadre d'un programme de rénovation du centre-ville. C'était d'abord un choix politique ; la municipalité doit accompagner la mutation de la ville.

Vous estimez aussi qu'il faudrait exporter les pratiques de la périphérie aux centres-villes...

Marc GUIGNARD : Dans les zones périphériques, en effet, de nombreux bâtiments neufs émergent, respectant les cahiers des charges exigeants de la CDAC ou de la CNAC ⁽¹⁾ mais aussi la réglementation thermique en vigueur. Ils vont même parfois au-delà des exigences réglementaires en utilisant des matériaux biosourcés, en étudiant le cycle de vie du bâtiment... Il faut en faire de même au centre-ville. Finissons-en aussi avec les mini-boutiques qui restent vides ou qui sont soumises à un turn-over important. Le format est trop petit. À mon sens, il convient de mixer de petits magasins avec des moyennes surfaces dans les cœurs de ville, voire de réunir au niveau structurel les surfaces trop petites et inadaptées aux règles d'accessibilité pour personnes handicapées, afin de conserver les façades patrimoniales ou pittoresques.

Vous êtes favorable à une certaine «mixité» en périphérie : qu'entendez-vous par là ?

Marc GUIGNARD : Aujourd'hui, les projets d'implantation de moyennes surfaces et de centres commerciaux dans les centres-villes essaient peu à peu. Il convient d'y développer des concepts ludiques, des enseignes de sport, des jeux, des installations sportives. De même, dans les zones périurbaines qui ne vivent que de 10 heures à 20 heures, il faudrait ajouter de la vie, des activités ludiques, des espaces publics, pour profiter de ces espaces à densité variable.

Il serait intéressant de proposer des surfaces de logements dans les zones commerciales. J'ai vu cela, en Asie, à Hong-Kong notamment :



CESSONS D'OPPOSER LES CENTRES ET LES PÉRIPHÉRIES, APPRENONS À MIXER LES USAGES



un supermarché et au-dessus des bureaux, des logements. Mais en France, les plans locaux d'urbanisme (PLU) ne le permettent pas toujours : certains secteurs sont classés en « zones commerciales » ; et la conception de la réglementation incendie pose bien sûr question dans cette cohabitation. Cessons d'opposer les centres et les périphéries, apprenons à mixer les usages...

En matière d'architecture intérieure, quelles réalisations majeures pouvez-vous citer ?

Émilie OLIVIERO : Un des grands projets que nous avons réalisés récemment est l'aménagement du nouveau magasin des Galeries Lafayette au centre commercial Beaugrenelle, à quelques pas de la Tour Eiffel, qui a été livré en novembre dernier. L'agence a été missionnée afin de penser la conception architecturale des intérieurs sur 8 000 m², dont 6 000 m² destinés à la vente.

Nous avons travaillé en étroite collaboration avec le service travaux et la direction de la communication visuelle internes aux Galeries Lafayette et avec la maîtrise d'œuvre d'exécution. Le concept qui cible une clientèle urbaine et familiale s'appuie sur des codes architecturaux qui lui sont propres, avec une identité visuelle ludique s'inspirant des aires de jeux urbaines de la capitale au sein du bâtiment Panoramic, emblématique du quartier conçu par les architectes Valode & Pistre. Ce projet réunit toutes les nouvelles considérations d'ordre social et commercial à prendre en compte dans la conception architecturale.

Quelles sont les tendances actuelles en matière d'architecture intérieure ?

Émilie OLIVIERO : Comme nous l'avons évoqué pour le projet des Galeries Lafayette, le développement de l'e-commerce et des livraisons dédiées nous pousse à intégrer des points « click & collect » au sein même des magasins. Par ailleurs, une autre conception des centres commerciaux se fait jour. Les clients ne viennent pas seulement pour acheter ; il faut leur proposer « une expérience », des espaces « cosy », de repos, de convivialité. Parfois des œuvres d'art et des créations sont intégrées dans les boutiques. Les marques peuvent

ainsi se positionner en recourant à des artistes et des influenceurs. Cela modifie la conception des aménagements intérieurs.

Marc GUIGNARD : Autre exemple : l'intégration de l'agriculture urbaine. Nous avons été missionnés par un bailleur privé du 11^e arrondissement de Paris pour préparer la reconversion de son immeuble industriel. En complément, un confrère a conçu un magasin Carrefour Market situé au rez-de-chaussée. La partie verrière de l'ancienne industrie sert à produire des fruits et légumes en culture verticale en goutte-à-goutte, qui sont vendus au supermarché.

Qu'en est-il des axes de développement actuels de votre cabinet ?

Marc GUIGNARD : En travaillant avec des maîtres d'ouvrage privés, nous avons participé et accompagné de manière quasi-systématique nos clients comme peut le faire une Assistance à maîtrise d'ouvrage (AMO). Aussi nous sommes en train d'élargir notre spectre d'intervention. Nous avons commencé à répondre à des demandes techniques et spécifiques telle qu'une mission d'AMO pour la mairie de Blois : il s'agissait pour nous d'étudier la faisabilité technique en amont d'un concours consistant à sélectionner des prestataires pour transformer un bâtiment en office de tourisme, en musée de la Résistance et en lieu d'exposition. Nous apprécions de travailler avec d'autres confrères et des spécialistes comme des bureaux environnementaux, des géographes-urbanistes pour répondre à des missions de ce type à destination de municipalités ou de centres commerciaux.

Il y a une réelle demande des villes autour de ce sujet. Aujourd'hui, construire un bâtiment est une opération très complexe qui nécessite de multiples compétences. Par exemple, la gestion des eaux est prédominante dans la conception des projets d'ampleur. Il faut faire intervenir un ingénieur hydraulique pour toute la partie infrastructures qui ne se voit pas (rétention, infiltration, perméabilité des surfaces, etc...). Nous réfléchissons à un groupement de moyens avec un bureau d'études complémentaire pour répondre à des marchés publics.



Rénovation des façades et des espaces extérieurs du Centre Commercial Discount Center à Corbeil-Essonnes (91)