



au

Automobile Architecture

Manuelle Gautrand

Citroën Communication Center
Paris, France 2002-2006

マニエール・ゴートラン
シトロエン・コミュニケーション・センター
フランス、パリ 2002~2006

The new Citroën showroom will be at number 42 Champs Elysées; Citroën have owned the site since André Citroën set up shop there in the 1920s. His original showroom was beautiful, the interior was extremely theatrical, and the glass rectangle facade beautifully proportioned, very minimalist and contemporary.

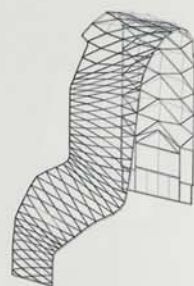
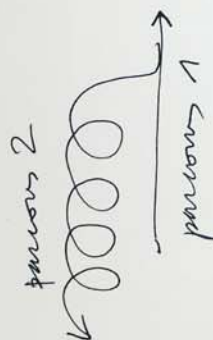
On street level, the glass facade will be minimalist and demonstrate a certain rigour with its flatness and use of large rectangles, but the introduction of the chevron will signal the start of some much more original design, with lozenge shapes, triangles and chevrons. The higher up the building one looks, the more three-dimensional it will become, with the introduction of prisms that will bring new depths to the design. Finally, the top section of the new building will be like a great glass sculpture, recalling origami in its complexity. The chevron will remain present yet discreet, becoming less defined and more suggested in the overall form, and almost subliminal, in this exciting project, midway between a building and a fine art sculpture.

We originally conceived the use of red, the brand's signature color, in the glass panels but we decided it would be too bright from the outside. There were some concerns about the building not harmonizing with its neighbours on the Champs Elysées, so we've created a filter that on first sight, masks the red color from the exterior. This totally original filter, which is cleverly constructed inside the finished glass, also minimizes the heat of the sun passing through, and will also create a diaphanous pearly white atmosphere inside the building. The red colour can still be seen from the inside of the building, reflecting the brand's signature colors.

The main role of the building is as a place to show cars, and we wanted to express this primary aim in the form of the space

itself. The shape of the building itself is inspired by the shape of a car, it's not an object with a front, a roof and a rear, but something moulded with curves and fluidity, that links the front, roof and rear with a continuity that is like the form of a car itself, creating unity between the place and the product, and makes a rich and complex interior.

To display the cars themselves, there will be eight circular platforms attached to a central mast, each of which will take a car. The platforms will be six metres in diameter, and each one turns to show off the car on all sides and has a mirrored base to reflect the car below. Around the display, the public will be led by a series of staircases and walkways that spiral past the cars. We were trying to create something like a museum or a cultural building, a space which would encourage people to spend time there. There will be a panoramic lift to take people to the top of the building, and they will be able to enjoy an exceptional view of both Paris and the sky.



This page, above: Sketches. This page, left: Diagram of the facade. This page, bottom left: Circular platforms. Opposite: View of circular platforms for display of the cars.

本頁、上：スケッチ。本頁、左：ファサードのダイアグラム。本頁、左下：円形のプラットフォーム。右頁：車を展示する円形のプラットフォームを見る。



Credits and Data

Project title: Citroën Communication Center

Client: Automobiles Citroën

Location: 42 avenue des Champs-Elysées, Paris, France

Schematic design: 2002

Design development: 2003

Construction: 2004-2006

Architect: Manuelle Gautrand

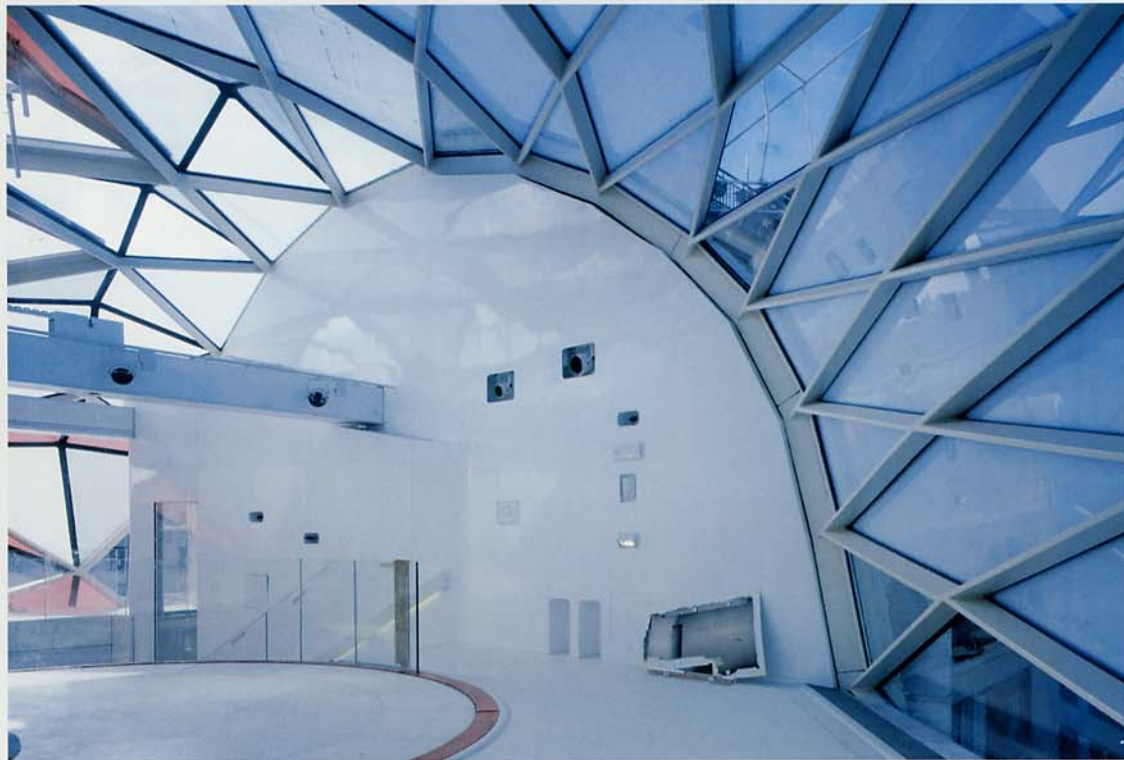
Design team: Anne Feldmann (project manager), Philippe Solignac, Hiroo Nishiyama, Yves Tougaard, Alexandre Dumoulin, Nicolas Vrignault, Cédric Housset, Shirin Raissi, Miguel Silveira, Julien Rogé

Engineers: Khephen (structure), Arnaud de Bussière (envelope), Alto (fluid), Lucigny-Talhouet (economist), Lamoureux (acoustic), Labeyrie (multimedia), Casso (security), Spectat (mobil equipment)

Area: 1,200 m²

Cost: 11M euros (incl. tax)







新しいシトロエンのショールームは、シャンゼリゼ通りの42番地に建てられる。シトロエン社は、1920年代にアンドレ・シトロエンが店を構えて以来この土地を所有してきた。彼のかつてのショールームは美しく、インテリアはあたかも劇場のようで、四角形のガラスのファサードが美しいプロポーションをもつ、きわめてミニマルで現代的なものであった。

ガラスのファサードは、通りのレベルではミニマルなもので、その平滑さと大きな四角形の使用によってある種の厳格さを示している。しかし、山形のパターンを用いることで、菱形、三角形、山形による独自性のあるデザインとなっていく。建物のさらに上方を見上げると、デザインに新たな深みをもたらすプリズムの導入によって建物はさらに3次元的なものとなる。最終的に新しい建物の最上部は、折り紙を思い起こさせるような複雑さをもつ、巨大なガラスの彫刻のようなものとなる。上方でも菱形は存在しているが控えめで目立たないものとなり、全体の形態の中に示唆されたものとなる。その形状は、建物と現代美術の彫刻の中間に位置するようなこのエキサイティングなプロジェクトの中で、ほとんどサブリミナルなものとなっている。

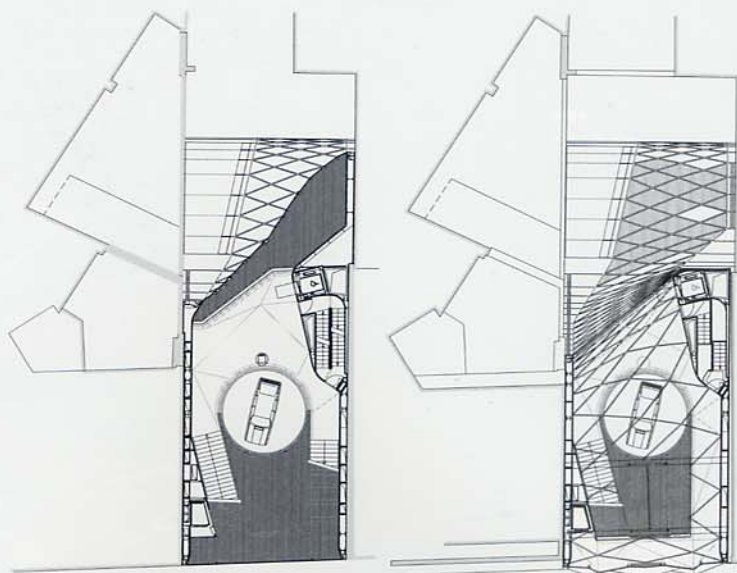
我々は当初、ガラスのパネルの中にブランドのテーマ・カラーである赤を使うことを考えていたが、外部からの印象が強すぎるであろうと考えた。建物がシャンゼリゼ通りの近隣と調和しないのではないかという危惧があったため、我々は外部にたいしては赤い色を隠すフィルターをつくりだした。仕上げるガラスの内部に巧みに組み込まれたオリジナルの専用フィルターは、透過する太陽の熱を最小限にし、建物の内側に半透明のパールのような白い空間をつくりだ

している。建物の内部からは、反射されたブランドのテーマ・カラーの赤を見ることがもできる。

この建物の主な役割は自動車を展示することであり、我々はこの第1の目的を空間そのものの形態の内に表現することを目指した。建物の形態そのものは自動車の形状に着想を得ており、単にフロントと屋根とその背後にある空間をもつオブジェクトではなく、自動車そのものの形状のように、フロントと屋根とその背後にある空間とを連続性をもって結び合わせる曲線と流体性によってかたちづけられたものである。それは場とプロダクトの間に統一感を生みだし、豊かでまた複雑なインテリアをつくりだしている。

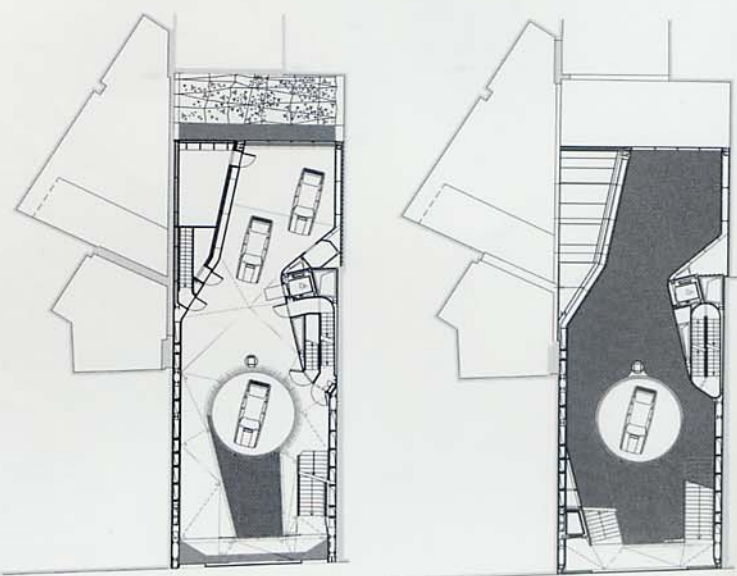
自動車そのものを展示するために、8個の円形のプラットフォームがセントラル・マストにとりつけられている。そのそれぞれに1台の自動車が展示される。プラットフォームの直径は6mで、自動車をあらゆる角度から見せるために回転し、また下の自動車を反射するように鏡面のベースをもっている。人々は自動車の間を縫って上っていく階段や通路によって展示空間を導かれていく。我々は人々に、そこでひとときを過ごしたいと思わせるような、ミュージアムあるいは文化的な建物の空間をつくりだすべく努力してきた。建物の中には建物の最上階に上る展望エレベーターが配される予定で、人々はバリの街並みと空の美しい風景を楽しむことができる。

(中田雅章訳)



3rd floor plan / 3階平面図

7th floor plan / 7階平面図



1st floor plan (scale: 1/500)
平面図 (縮尺: 1/500)

2nd floor plan / 2階平面図

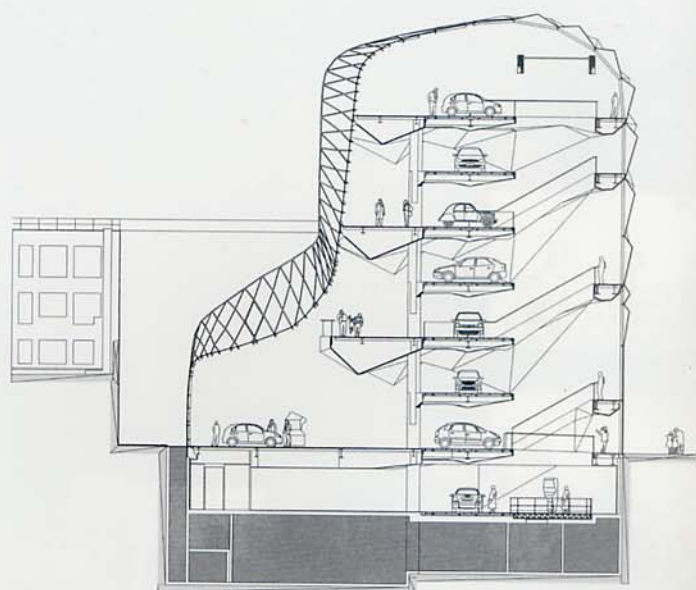
p. 80, above: Looking above toward the glass facade. p. 80, below: View of curved ceiling. Photo courtesy of Manuelle Gautrand office. p. 81: Night view of street facing facade. Opposite: General view from the Champs Elysées. All CG images on pp. 78-83

by Platform. All photos on pp. 78-83 except as noted by Philippe Ruault.

80頁、上:ガラスのファサードを見上げる。80頁、下:曲線の天井を見る。81頁:通りに面するファサードの夜景を見る。右頁、シャンゼリゼ通りから全景を見る。



Site plan / 配置図



Section (scale: 1/500) / 断面図 (縮尺: 1/500)