

Sot vene légiement voi en vous l'ion

dégrade de qui + on monte plus on

© Agence d'architecture Manuelle Gautrand

Les acteurs

André Citroën

Ingénieur polytechnicien français, pionnier de l'industrie automobile, fondateur de l'empire industriel automobile Citroën, André Citroën est un découvreur de talents et un organisateur de génie, passionné pour la « fabrication et la distribution à grande échelle ». Il a également innové en matière de publicité et de marketing de grande ampleur.

André Citroën naît à Paris le 5 février 1878. Le jeune garçon puise dans ses lectures de Jules Vernes les grands principes qui seront les siens tout au long de sa vie : l'esprit de découverte, le sens de la compétition, le merveilleux scientifique, la recherche permanente du progrès. En 1906, les automobiles Mors le nomment administrateur directeur général. En dix ans, il fait doubler la production annuelle de Mors. Lors d'un voyage aux États-Unis, il visite les usines Henry Ford et observe avec attention l'organisation des ateliers. Ses formidables capacités de meneur d'hommes et d'organisation lui valent d'être appelé fréquemment par le gouvernement. La crise économique des années 1930 ne l'épargne pas : en 1934, les banques ne suivent plus, les échéances sont difficiles, les frères Michelin prennent une participation dans les usines Citroën puis, à la demande des banques, la gestion. Son nouveau défi, le lancement de la Traction avant ne le sauvera pas de la faillite. André Citroën meurt le 3 juillet 1935.

Manuelle Gautrand

Architecte française, elle est née en 1961. Manuelle Gautrand ouvre son agence à Lyon en 1991, puis s'installe à Paris. Fréquemment publiée et exposée, lauréate de plusieurs prix, elle a déjà livré de nombreuses réalisations.

« Comme un bas résille sur une jambe dont la maille bouge aux endroits des pliures. » Citroën a la bonne idée de ne pas vendre, mais pactise avec la grande consommation et signe pour vingt ans un bail avec le groupe Flo. Jusqu'en 2004, l'Hippo-Citroën n'aide pas à affiner cette marque franchouillarde. La Deuche, tout le monde l'adore, mais personne ne l'achèterait plus et la voiture de Monsieur-tout-le-monde

n'est pas forcément celle dont on rêve. « En 2001, vers la fin de l'ère Hippo-Citroën, la question s'est posée de savoir quoi faire de ce lieu emblématique de la marque automobile. Construire et rénover des garages, je savais faire ; mais là, construire un centre de communication... Non », expliquait Claude Satinet, ancien directeur général d'automobiles Citroën au cours d'un débat en décembre 2006. Programme light donc et enveloppe budgétaire à définir par le maître d'œuvre... Avec trois contraintes : réaliser un centre de communication, rendre la marque Citroën lisible immédiatement et respecter cette image. Carte blanche en somme.

L'objet publicitaire construit et livré en 2007 par l'architecte lauréate Manuelle Gautrand est très fidèle aux esquisses et aux propositions du concours. « Le jury a adoré mon projet et ce succès m'a offert la possibilité et la liberté de mener le projet à bien, explique-t-elle. J'étais en liaison avec la direction générale, le projet était mené par la direction de la communication. Les dirigeants de cette entreprise sont respectueux de la créativité de leurs prestataires, peut-être parce qu'ils attendent également beaucoup d'originalité et d'innovation de la part de ceux qui dessinent leurs voitures. Comparés à eux, dans le secteur du bâtiment, nous traînons loin derrière ». Et pan sur le bec des maîtres d'ouvrage trop lents, trop timides, trop classiques.

Même si les Champs-Élysées ne sont plus un modèle d'alignement haussmannien, cette façade-là se voit encore plus que les autres. C'est d'ailleurs son but ! Et davantage la nuit, quand ses chevrons rouges s'allument comme des yeux et une bouche hésitant entre la moue et le sourire. De jour, c'est plus fade et pour cause : la couleur est interdite sur les bâtiments des Champs. Il a donc fallu ruser avec un film translucide qui rougit selon la lumière. L'architecte a réussi à gagner en hauteur en jouant sur le nombre de mètres carrés construits :

1 160 au total, avant et après, alors que l'immeuble est trois fois plus élevé que le précédent. « Nous avons pu monter de 10 à 30 mètres en évidant le bâtiment », détaille l'architecte. Les plateaux sont tout petits — à peine 100 m² — et la surface se réduit finalement à une circulation qui mène le visiteur jusqu'en haut et lui permet d'observer les voitures qui occupent plus de place que lui. Normal, ce sont elles qu'il vient voir.

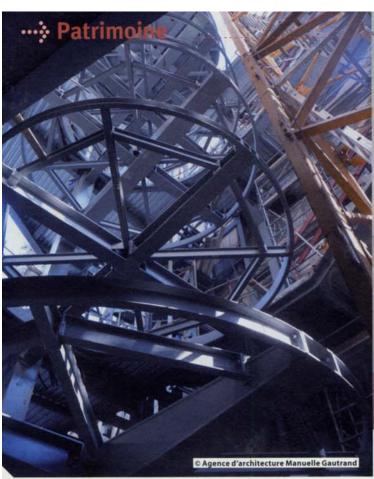
Des chevrons, des chevrons, encore des chevrons...

Du dernier étage, la vue est plongeante sur un cœur vide planté seulement d'un mat de 90 centimètres de diamètre soutenant huit tournettes en porte-à-faux de 6 mètres sur lesquelles sont garées les stars de la saison. L'une audessus de l'autre, elles dessinent la chronologie du progrès depuis la Traction jusqu'au concept car le plus récent et ne se concurrencent pas. Des spécimens, des antiquités ou des collectors, la Deux-Chevaux et la DS en bonne place, font les belles sur 360 degrès comme au salon de l'Auto.»



Un chantier infernal

La plus belle avenue du monde... doit le rester. Pas de livraison dans la journée, chantier propre, grue arrêtée au passage des visites d'officiels, pas de nacelle pendant les événements comme la Coupe du monde de rugby, pas même pour changer une vitrine ou une fenêtre cassées... « Nous avons mené un chantier à mi-temps, voilà pourquoi cela fait trois ans, en comptant la démolition, que nous sommes là », explique Manuelle Gautrand, l'architecte de C_42. Là, pendant les heures ouvrables et très souvent pendant la nuit, à l'heure où les camions peuvent décharger, où les éléments de façade (certains pesaient cing tonnes) pouvaient être installés à condition d'être en place avant 7 heures du matin... « C'était parfois ubuesque, sourit l'architecte. Les camions ne pouvaient arriver que par l'avenue car la parcelle n'a pas d'issue à l'arrière. Lorsque les ouvriers avaient fini de travailler avec la fournée du matin, parfois vers 13 heures, ils se retrouvaient en chômage technique jusqu'à la livraison suivante, le lendemain. J'en garde pourtant de bons souvenirs. La nuit où nous avons posé le premier chevron, beaucoup de salariés et cadres de Citroën étaient là, c'était assez émouvant de voir ce logo revenir à sa place. Il n'y a pas eu de construction neuve sur les Champs-Élysées depuis 25 ans, maintenant j'ai compris pourquoi ».





• Cette année-là!

Citroën installe sa première chaîne de montage

15 janvier : inauguration du boulevard Haussmann par Gaston Doumergue

7 avril : la compagnie Bell Telephone transmet des images et des sons de Washington à New York

20-21 mai : Lindberg traverse l'Atlantique en solitaire à bord du Spirit of Saint Louis

9 août: début du règne de Sisowath Monivong, roi du Cambodge Août: début du boom boursier: l'abaissement du taux d'escompte de 4 à 3,5% et les achats concertés de certaines actions déclenchent une vague de hausses

Août : premier titre de la collection *Le Masque : Le Meutre de Roger Ackroyd*, d'Agatha Christie

21 août: premier congrès du NSDAP à Nuremberg

23 août : exécution des anarchistes Sacco et Vanzetti, condamnés en 1921, malgré la campagne de protestation

15 octobre : la faction de Staline l'emporte en Union soviétique sur la troïka composée de Léon Trotski, Lev Kamenev et Grigori Zinoviev, tous trois exclus du Parti communiste

Naissances

1er janvier : Maurice Béjart, danseur et chorégraphe français 7 février : Juliette Gréco, chanteuse et comédienne française

16 avril: Joseph Ratzinger, actuel pape Benoît XVI 18 avril: Charles Pasqua, homme politique français 13 juillet: Simone Veil, femme politique française Décès

15 avril: Gaston Leroux, romancier français

14 septembre : Isadora Duncan, danseuse et chorégraphe américaine

.

Ce n'est même pas une

concession!

C'est une

immense

affiche de

pub en 3D.

C'est d'ailleurs de ces shows que s'est inspirée Manuelle Gautrand qui a rejoint le circuit de Genève à Francfort au cours de ces dernières années. L'autre référence s'adresse à un public plus jeune : l'étagère à voiture, c'est un peu le garage en plastic coloré qui trône dans toutes les chambres des petits garçons. « Comme on est toujours en train de regarder en haut ou en bas, j'ai voulu que les voitures soient visibles de partout », précise l'architecte : au plafond de chacun des petits plateaux tournants, un kaléidoscope de miroirs renvoie une autre voiture, fragmentée, dématérialisée,

fantaisiste. Quelle est la forme de ces éclats de la galerie des glaces ? Des chevrons... évidemment.

Le motif emblématique de la marque se retrouve bien sûr dans la façade. À vrai dire, entre les deux murs latéraux aveugles, la résille métallique porteuse, qui forme l'enveloppe du bâtiment, n'est faite que de cette forme travaillée en triangles ou en losanges, étirés ou resserrés. « Comme un bas résille sur une jambe dont la maille bouge aux endroits des pliures », ose Manuelle Gautrand, sur un registre qui ne dépare finalement pas dans un monde où



l'objet du désir n'est pas toujours celui que l'on croit. Sur l'avenue, l'assemblage de rectangles et de triangles de verre transparents ou teintés de rouge forme un savant pliage : les chevrons sont dessinés en plan, puis de plus en plus sculptés en relief au fur et à mesure que la façade et le regard s'élèvent.

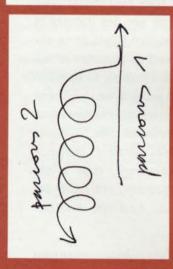
À l'arrière, le propos consistait davantage à cacher les arrière-cours. Même sur les Champs, les cœurs d'îlot sont moins reluisants que les entrées. Le verre s'opacifie avec l'altitude. Translucide, il protège de la chaleur et des éblouissements, reprend le blanc des murs et l'ambiance

laiteuse, assez plaisante. L'ensemble est fluide et sans couture, comme l'habitacle d'une voiture auquel Manuelle Gautrand aime comparer son bâtiment : d'une seule pièce, confortable, technologique sans que cela ne se voit trop. Quelle est la vocation de ce lieu totalement original, sans restaurant ni café pour profiter de la vue sur les voitures ou sur l'avenue ? Ce n'est même pas une concession : aucune voiture n'y est vendue ! C'est une immense affiche de pub en trois D. Pour 11 M€, elle a intérêt à être efficace.

■

Catherine SABBAH

• L'image •



Au centre du show-room, « l'arbre à voitures » : les véhicules Citroën sont mis en scène sur une spirale en mouvement composée de huit plateaux tournants superposés, fixés à un mat vertical. Son ambition est de matérialiser le lien entre le passé, évoqué par la surface plane du bâtiment d'origine, et le futur, symbolisé par les chevrons qui s'envolent le long de la façade transparente.

Repères

42 : numéro de l'avenue des Champs-Élysées où est installée la vitrine Citroën

12 mètres : largeur de la façade

30 mètres : hauteur du bâtiment

650 m² de surface vitrée

1200 m² de surface totale au sol

5 mois : durée de l'assemblage de la résille de verre

2 chevrons de 11 mètres de haut et 3,5 mètres de large

Source: www.c42.fr

3 questions à Manuelle Gautrand,

« C_42 est un véritable objet publicitaire »



À quoi sert ce bâtiment ?

C'est une vitrine, dans la tradition des bâtiments que Citroën a toujours construits pour mettre en avant sa marque. Sur une avenue empruntée par 80 millions de personnes chaque année, je pense que le marketing a été bien pensé et adapté à cet emplacement exceptionnel. C'est pourquoi, le marketing sera certainement efficace. C'est un bâtiment conçu pour Citroën et il ne pourrait convenir à aucune autre société ou marque. Il s'agit d'un véritable objet publicitaire que ce constructeur a pu réaliser car il est propriétaire de son terrain. C'est rare sur les Champs-Élysées. Je trouve formidable que le maître d'ouvrage et les architectes des bâtiments de France aient accepté cette modernité à cet endroit.

Est-ce une prouesse technique?

C'est un écrin qui ne montre pas ses muscles ! On peut néanmoins les détailler : les tournettes en porte-à-faux peuvent supporter plus d'une tonne et demi, certaines Tractions pèsent ce poids-là. Et il faut pouvoir les hisser à trente mètres. Grâce à des chaînes accrochées à deux poutres fixées au sommet du bâtiment, un mécanisme installé depuis l'avenue permet de faire grimper une plateforme sur laquelle se garent les voitures. La résille de verre et

« C'est un
bâtiment conçu
pour Citroën :
il ne pourrait
convenir à
aucune autre
société ou

marque. »

d'acier pèse 86 tonnes. Ses 650 mètres carrés de verre se gauchissent par endroits pour respecter les vides du cœur d'îlot à l'arrière.

Si c'était à refaire, que changeriez-vous?

Nous n'avions pas beaucoup de place pour mettre autre chose que des voitures et c'est bien l'objet de ce bâtiment de les mettre en valeur. Pourtant, lorsque l'on est en haut, on s'arrêterait bien quelques instants pour prendre un café. Quelques tables seraient peut-être

bienvenues... Avec le maître d'ouvrage, nous avions évoqué cette idée avant de l'abandonner : cela posait des problèmes de place, de stockage... Peut-être devrionsnous à nouveau y réfléchir.

Propos recueillis par Catherine SABBAH