

RUISÁNCHEZ ARQUITECTES

3LHD

ATELIER TEKUTO

MGV LAB

A.C.T.

STOCKHOLM DESIGN WEEK

MIRCEA NICOLAE



MANUELLE GAUTRAND

Salonul de prezentare al Citroën C_42, Paris

Text : Manuelle Gautrand

Foto: Ștefan Tuchilă

Traducere: Magda Teodorescu

Credite:

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

Client: Automobiles Citroën

Arhitect: Manuelle Gautrand

Echipă de proiectare:

Anne Feldmann (project manager)

Ingineri: Khephren (structuri), Alto (instalații), Lucigny-Talhouet (economist), Lamoureux (acustică), Labeyrie (multimedia), Casso (echipament de securitate), Spectat (echipament mobil)

Suprafață: 1.200 m²

Date: schema proiectului: 2002

stadiile proiectului: 2003

Construcții: 2004-2007

Credits:

Client: Automobiles Citroën

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

Architect: Manuelle Gautrand

Engineers: Anne Feldmann (project manager),
Khephren (structure), Alto (fluid), Lucigny-
Talhouet (economist), Lamoureux (acoustic),
Labeyrie (multimedia), Casso (security), Spectat
(mobil equipment)

Total surface: 1.200 m²

Dates: schematic design: 2002,

design development: 2003

Construction: 2004-2007

Noul salon de prezentare al Citroën se află pe Champs Elysées, nr. 42; fabrica deține situl de când André Citroën a înființat un magazin aici în anii 1920.

La nivelul străzii, fațada din sticlă are un stil minimalist și demonstrează o anumită rigoare prin suprafetele plane și dreptunghiurile mari, dar o dată cu introducerea modelelor de semnal în zigzag, romb și triunghiuri, designul general a căpătat o nouă originalitate.

Cu cât privești mai sus, cu atât mai mult clădirea devine tridimensională prin introducerea prismelor care conferă adâncime imaginii. În final, secțiunea superioară a noii clădiri seamănă cu o sculptură din sticlă ce amintește de un origami prin complexitatea ei. Modelul zigzagat, deși există, este discret, devenind mai puțin riguros definit, dând o sugestie de subliminal, de ceva între clădire și sculptură.

Înțial, am intenționat să folosim roșul, culoarea brandului, la panourile de sticlă, dar am ajuns la concluzia că este prea strălucitor pentru exterior. Ne-a preocupat întrucâtva faptul că această clădire nu se armonizează cu vecinătățile din marele bulevard, așa că am creat un filtru care, la prima vedere, maschează culoarea roșie din exterior. Acest filtru, total original, inteligent construit în sticla finisată, reduce și căldura soarelui care o pătrunde, și va crea o atmosferă diafană, alb-perlată în interiorul clădirii. Roșul poate fi totuși văzut din interiorul clădirii, reflectând culorile brandului.

Rolul principal al clădirii este de a prezenta mașinile, și am dorit să exprimăm acest scop prin forma spațiului. Forma clădirii este o expresie a formei mașinii, nefiind un obiect cu un front, un acoperiș și un spate, ci unul modelat, curbat și fluid, care leagă frontul, acoperișul și partea din spate într-o continuitate care reflectă forma mașinii, creând astfel o unitate între loc și produs, îmbogățind astfel interiorul.

Sunt opt platforme dispuse în jurul unui catarg pentru expunerea fiecărei dintre cele opt mașini. Platformele au un diametru de opt metri, și fiecare se rotește pentru a prezenta mașinile pe toate laturile; în plus, sunt prevăzute cu oglinzi, pentru a reflecta partea de jos a mașinii. În jurul acestor platforme, publicul este ghidat de o serie de scări și pasarele care se răsucesc în spirală pe lângă mașini. Am încercat să creăm ceva asemănător unui muzeu sau unei clădiri culturale, un spațiu care să-i încurajeze pe oameni să petreacă timpul acolo. Mai există și un lift panoramic până la ultimul nivel, așa că vizitatorii se pot bucura de o perspectivă excepțională asupra Parisului și a corului.

"C_42": Citroën Flagship Showroom, Paris

Text : Manuelle Gautrand

Photo: Ștefan Tuchilă

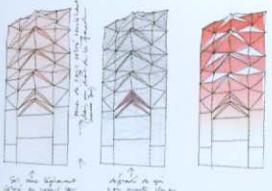
The new Citroën showroom is at number 42 on Champs Elysée Boulevard ; Citroën have owned the site since André Citroën set up the shop there in the 1920s.

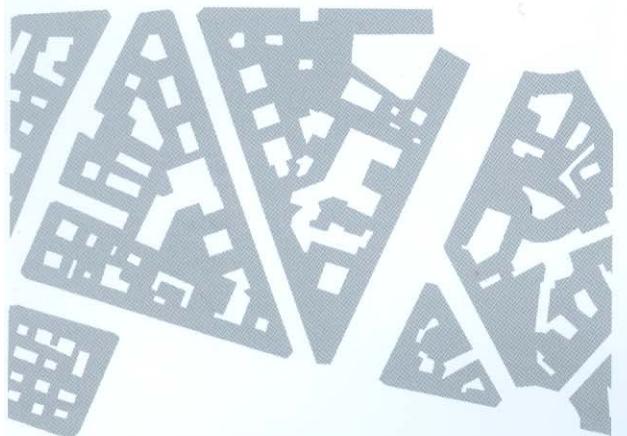
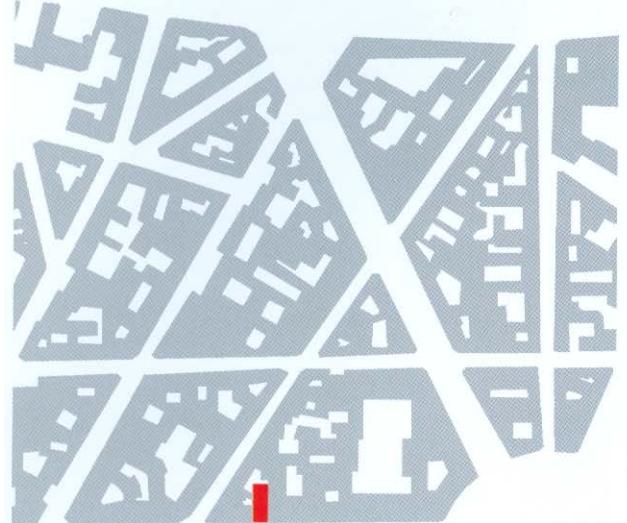
On street level, the glass façade is minimalist and demonstrates a certain rigour with its flatness and use of large rectangles, but the introduction of the chevron signals the start of some much more original design, with lozenge shapes, triangles and chevrons. The higher up the building one looks, the more three-dimensional it becomes with the introduction of prisms that bring new depths to the design. Finally, the top section of the new building is like a great glass sculpture, recalling origami in its complexity. The chevron remains 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 colour, in the glass panels, but we decided it would be too bright from the outside. There were some concerns about the building not harmonising with its neighbours on the Champs Elysées, so we've created a filter that on first sight, masks the red colour from the exterior. This totally original filter, which is cleverly constructed inside the finished glass, also minimises 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 colours.

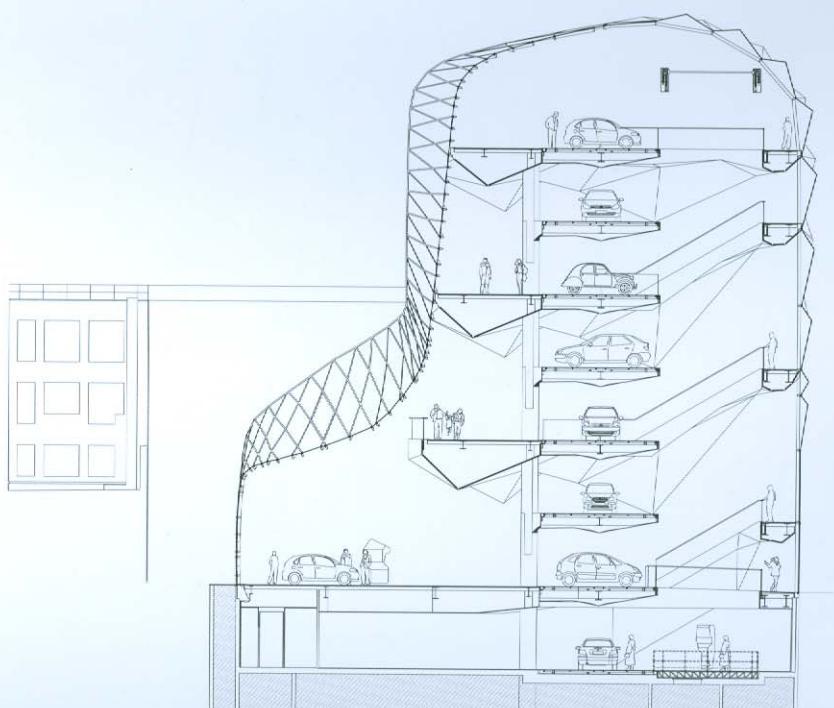
The main role of the building is as a place to show cars, and we wanted to express this primary aim in the form of the space itself. The shape of the building itself is inspired by the shape of a car, it's not an object with a front, a roof and a rear, but something moulded with curves and fluidity, 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.

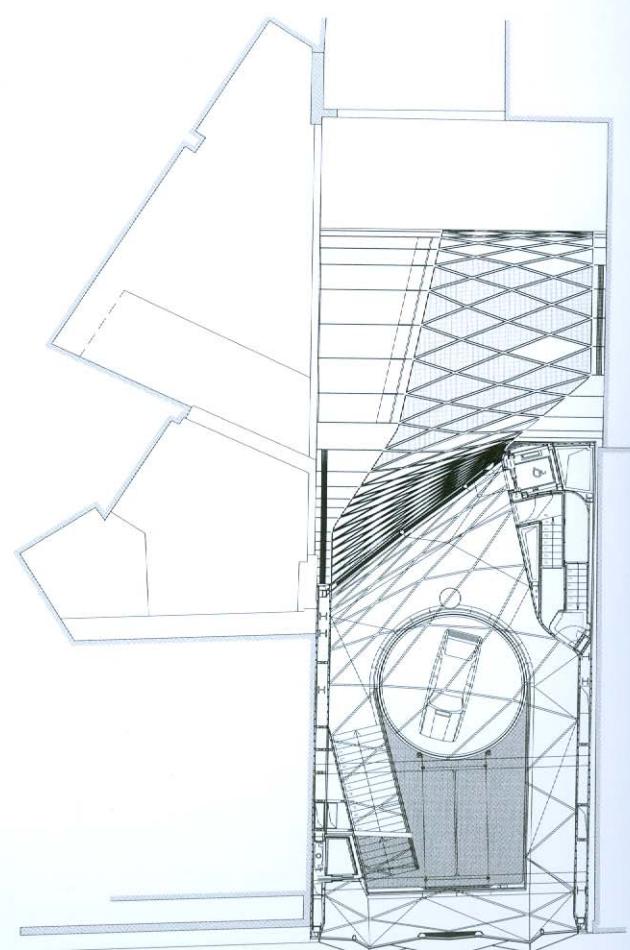
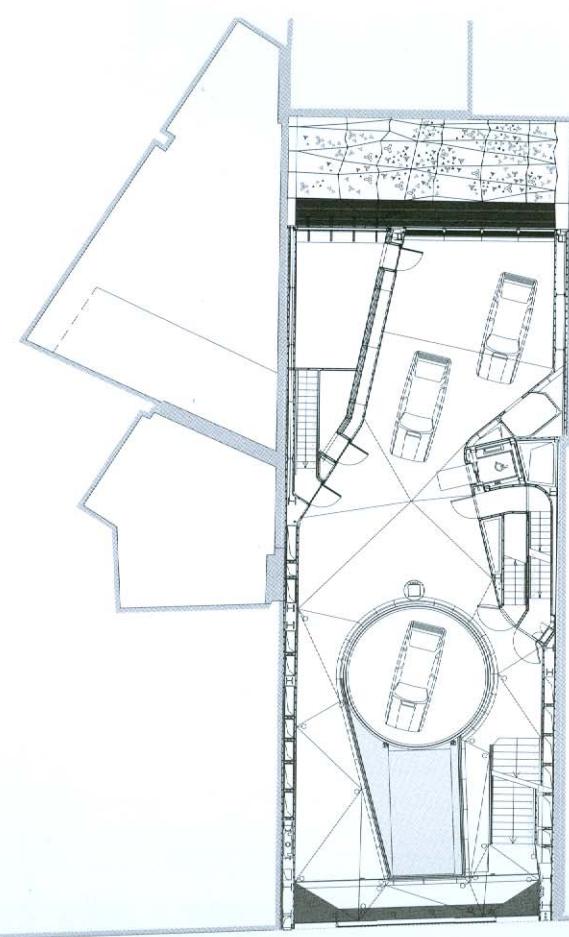
To display the cars themselves, attached to a central core are eight circular platforms each of which takes a car. The platforms are six metres in diameter, and each one turns to show off the car on all sides and has a mirrored base to reflect the car below. Around the display, the public is led by a 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 is a panoramic lift to take people to the top of the building, and they are able to enjoy an exceptional view of both Paris and the sky.





Plan situatie / Site plan





Plan parterre / Groundfloor plan

Plan étage 1 / First floor



CITROËN