

IDEAT

CONTEMPORARY LIFE

DOSSIER BUREAU
30 PAGES POUR
REPENSER LES ESPACES
DE TRAVAIL : LUMINAIRES,
MOBILIER, ACOUSTIQUE...

ARCHITECTURE & CONVIVIALITÉ

Hôtels, restaurants, cafés, boutiques et showrooms: les architectes portent les valeurs des marques en créant des lieux à haute désirabilité



L 19623 - 26 H - F: 9,90 € - RD



LE PLUS ARCHI DES MAGAZINES DE DÉCO

Hors-série architecture n° 26 - Juin 2023 - 9,90 € - www.ideat.fr



Valentino, le couturier qui rhabille Paris

La maison de couture italienne Valentino révèle sa nouvelle adresse parisienne au 35, avenue Montaigne (VIII^e), à quelques pas de son précédent emplacement. Si l'architecte David Chipperfield s'était vu confier plusieurs réalisations par le passé, c'est cette fois en interne qu'a été imaginé le lieu, par le directeur général de Valentino en personne, Jacopo Venturini, et par le directeur créatif, Pierpaolo Piccioli, afin d'être au plus près des codes de la griffe. Enjeu de marché et de visibilité, ce nouveau showroom parisien de 1200 m² se déploie sur trois niveaux, entre prêt-à-porter pour la femme, pour l'homme sur un étage entier, et les accessoires. L'espace mêle aux inspirations parisiennes celles de la marque: références aux arts décoratifs, clin d'œil aux années 70 et à la haute couture, escalier spectaculaire, matériaux précieux... Le rouge, couleur signature de Valentino, vient ponctuer les volumes et s'installe dans une « Red room » dévolue au prêt-à-porter et aux accessoires pour la femme. L'artisanat est aussi célébré à travers les vitrines en laiton martelé de Fabio Cinti, les poignées en céramique de Massimiliano Pipolo et les lustres en plâtre du Parisien Alexandre Logé. Lieu de vie, la boutique a également vocation à accueillir de l'art, à l'exemple de Gioele Amaro, qui y expose du 15 juin au 15 juillet. **O.W. Valentino.com**

Au 35, avenue Montaigne, à Paris (VIII^e), où la griffe italienne vient d'ouvrir son nouveau showroom sur pas moins de 1200 m², une « Red room » spécialement dévolue à la femme met à l'honneur, dans un cabinet, la couleur signature de la marque. **» VITTORIO DOZIO**

Nocod écrit les codes du néo-luxe d'Amiri

Fondée en 2013 à Los Angeles, la griffe Amiri véhicule un luxe cool, inspiré de la culture skate et street, typiquement californienne. Floriane et Baptiste Dosne, diplômés respectivement de l'École nationale supérieure d'architecture de Paris-Belleville et de celle de Paris-La Villette, fondent en 2015 leur studio, Nocod, dont la spécificité est de posséder une filière retail. Ils s'appliquent depuis à mettre en forme une narration pérenne ou éphémère pour les maisons de luxe. Quand Amiri cherche à asseoir sa vision, c'est au duo français qu'elle fait appel. « Ils sont venus nous solliciter pour notre habitude à collaborer avec des maisons historiques et notre capacité à aider celles-ci à développer leur dimension statutaire », explique Baptiste. De fait, Nocod collabore avec Vuitton à travers une « time capsule », un projet dont elle imagine à la fois le pavillon et la scénographie, décliné en 17 versions sur trois ans. Pour dessiner le vocabulaire architectural des boutiques d'Amiri, l'agence s'est emparée de la notion du luxe chère à la griffe, mais pas seulement: « Nous avons conçu un subtil équilibre entre les codes du luxe californien décontracté d'Amiri et une inscription dans la singularité des pays où la marque s'installe, à rebours de la culture des « boutiques d'aéroport », détaille Baptiste. Après une adresse à Las Vegas ont ainsi suivi New York, Miami et enfin Shanghai, dans un spectaculaire ensemble de 600 m². La prochaine? Rien moins que le flagship historique d'Amiri, sur Rodeo Drive, dans Beverly Hills. **M.G.**

Nocod.fr

La boutique Amiri, à Shanghai, revue par Nocod, sait ménager, dans un espace de 600 m², des parenthèses intimes permettant au client de s'imprégner des codes cool de la marque. **» MAXIME VDN**

