Commerce et Architecture : Le bois vecteur commun de qualité architecturale, l'exemple de JARDILAND

Commerce and architecture, wood as a common vector of architectural quality – in the case of Jardiland

Kommerz und Architektur, Holz als gemeinsamer Vektor architektonischer Qualität – am Beispiel Jardiland

Rémy Tilak
VEFICO Architectes.
Paris, Frankreich

Commerce et Architecture : Le bois vecteur commun de qualité architecturale, l'exemple de JARDILAND

1. Histoire de notre collaboration architecturale avec le groupe Jardiland

1.1. Les débuts de notre collaboration

Notre collaboration avec l'enseigne Jardiland a débuté en 1998 date à laquelle l'enseigne était en plein développement. Cette enseigne était composée de franchisés-actionnaires qui avaient ensemble fondé une centrale d'achat et chacun des franchisés dans son secteur géographique avait construit un réseau de magasins.

Depuis 1975 L'architecture des magasins Jardiland s'établissait alors par mimétisme en confrontant les réalisations. Ainsi à chaque construction, le modèle de «magasin idéal» s'améliorait sans que celui-ci n'ait jamais été clairement défini.

Certains principes demeuraient cependant constants dans tous les magasins :
- L'emploi du bois comme matériau de charpente.
- Les verrières en toiture pour éclairer et ventiler naturellement les espaces recevant des plantes.
- Les traitements ses sols en pavés perméables aux eaux d'arrosage.
- La forme de toits à deux pentes rappelant l'Architecture des serres horticoles était également une constante.
- La recherche d'un bâtiment signale de l'enseigne était également un objectif.

Les premiers magasins se sont construits de cette manière sur le territoire français sans qu'une recherche d'unité architecturale ne soit à l'époque recherchée.

En 1998 le groupe assume son succès et un des franchisé les plus représentatifs prend le pouvoir et la direction culturelle de l'enseigne. C'est à ce moment que nous le croisons. Il nous propose de construire un de ses premiers magasins en région parisienne. Nous analysons le parc existant et essayons de concevoir un magasin à la hauteur des attentes de notre client et répondant aux objectifs de l'enseigne.

Nous établissons les plans de ce magasin et assurons la direction des travaux. Le premier magasin est réalisé en 5 mois fondations spéciales incluses.

C'est un grand succès pour notre cabinet sur le plan de la maîtrise des travaux, mais chose plus inattendue l'enseigne est très satisfaite de ce magasin car il formalise l'aboutissement de la recherche architecturale des magasins de l'enseigne. Nous avions réalisé la synthèse «parfaite» entre la forme la fonction et l'expression structurelle pour faire un bâtiment représentant parfaitement l'enseigne Jardiland. Le travail architectural pour nous avait été simple et était à notre sens grandement perfectible.

Nous faisons ensuite quelques propositions dans ce sens, mais nous sommes jugés trop ambitieux ou avant-gardistes et trop fougueux. Nous étions en avance sur une décision d'évolution qui n'est pas mure au sein de la Direction de l'enseigne.

Cependant Jardiland nous commande alors la charte architecturale établie sur le modèle du Jardiland que nous venions de réaliser.

1.2. Le développement de notre collaboration

La charte architecturale a été établie sur des critères esthétiques et techniques permettant a tout investisseur franchisé de construire avec un architecte de son choix en gardant une stricte fidélité à l'identité architecturale du Groupe.

Ce travail a porté sur la définition précise :

- du fonctionnement
- des structures
- des matériaux de constructions
- des concepts techniques
- des couleurs

Ce travail a été réalisé dans notre agence et communiqué à tous les franchisés investisseurs du groupe. Il a permis de garantir l'identité visuelle des constructions du groupe pendant de nombreuses années. Elle a été fidèlement utilisée pour réaliser environ 20 magasins en France.

1.3. L'évolution de notre Collaboration

La deuxième expérience de travail que nous avons eue avec Jardiland repose sur l'adaptation du concept architectural que nous avions établi une demande spécifique d'Architecture.

Cette expérience s'est déroulée à Lieusaint, ville située au Sud de Paris à environs 50 km. Le site est établi dans une zone commerciale, fruit d'un investissement de plusieurs communes de petites importances qui se sont fédérées pour créer leur centre d'agglomération.

Le développement de la zone commerciale a été orchestré par une SEM (société d'économie Mixte) qui rassemblait les capitaux de toutes les communes alentour participant à ce projet ainsi que des capitaux extérieurs. Cette SEM disposant d'une grande autonomie culturelle a permis d'imposer dès le démarrage de cette opération une grande qualité architecturale dans le développement. Ce fut un atout majeur pour ce nouveau quartier et pour nous qui devions construire un Jardiland.

Le premier acte de cette construction urbaine s'est traduit par l'implantation d'un grand centre commercial de 100 000 m^2 construit par un grand architecte Français désigné par Concours.

Ce premier bâtiment a ensuite servi d'argument imparable pour imposer la qualité Architecturale aux investisseurs désirant s'implanter dans ce quartier. C'est dans ce contexte que nous sommes arrivés avec un franchisé de Jardiland pour implanter à proximité du centre commerciale une Jardinerie de 10 000 m^2 de surface de vente.

Sur ce projet la demande était simple
- la SEM voulait une architecture plus moderne
- Jardiland voulait s'implanter en gardant son image

nous avons donc travaillé sur deux axes de réflexion :

1. L'expression forte des matériaux le bois lamellé collé lazuré les toitures métallique colorées et le bardage métallisé que nous avions proposé sur quelques réalisations antérieures et qui avait reçu l'aval des autorités de Jardiland.
2. Le travail Formel sur le bâtiment pour le rendre plus en relation avec son temps tout en conservant sa fonctionnalité, ses caractéristiques spatiales et climatiques et bien sûr sans surcoût de construction.

Ce travail s'est traduit sur la serre chaude qui est pour Jardiland l'élément signale de leur magasin placé à l'avant du magasin derrière cet élément, la construction respectait le concept architectural défini par la charte.

L'adaptation du concept architectural s'est également traduite dans la nouvelle volumétrie du bâtiment «caisses» qui a été redessiné dans le même esprit que la serre chaude avec des toitures plates faiblement pentées en remplacement des toitures a deux pentes avec chéneaux encaissés.

À nouveau, nous étions très heureux de réaliser cette adaptation architecturale car nous pensions toujours que le concept architectural de tels magasins devait évoluer. En effet, face à l'évolution de la société soucieuse d'écologie mais aussi les nouvelles orientations vers les énergies renouvelables et aussi les changements climatiques constatés, nous étions persuadés que la rénovation du concept architectural de Jardiland, magasins des plantes et des produits naturels, pouvait être un peu le précurseur des changements de manière de construire et donner ainsi de nouvelles orientations à la construction des bâtiments commerciaux vers une architecture plus écologique.

Après plusieurs essais pour convaincre les responsables du groupe Jardiland, nous nous sommes aperçus que nos idées étaient très mal perçues par une nouvelle direction intéressée mais peu sensible à nos propositions. L'opposition venait du fait que l'évolution du concept vers des objectifs coûterait plus cher en investissements, alors que Jardiland cherchait à les réduire. Sur ce point Jardiland n'a jamais mesuré l'influence de l'architecture sur le chiffre d'affaires.....?

Le Jardiland de Lieusaint est depuis sa construction en 2002 le magasin qui réalise chaque année le plus gros chiffre d'affaires du réseau. Aujourd'hui encore devant l'évidence des chiffres , aucun membre du groupe ne peut envisager l'évidence:

L'influence sans conteste de la qualité architecturale sur l'envie d'acheter du consommateur.

À cette époque la direction du groupe s'est tournée plutôt sur une campagne de nivellement par le bas pour réduire les coûts de constructions et se désengager de la construction de magasin pour devenir locataire de ses murs que propriétaires et investisseurs constructeurs.

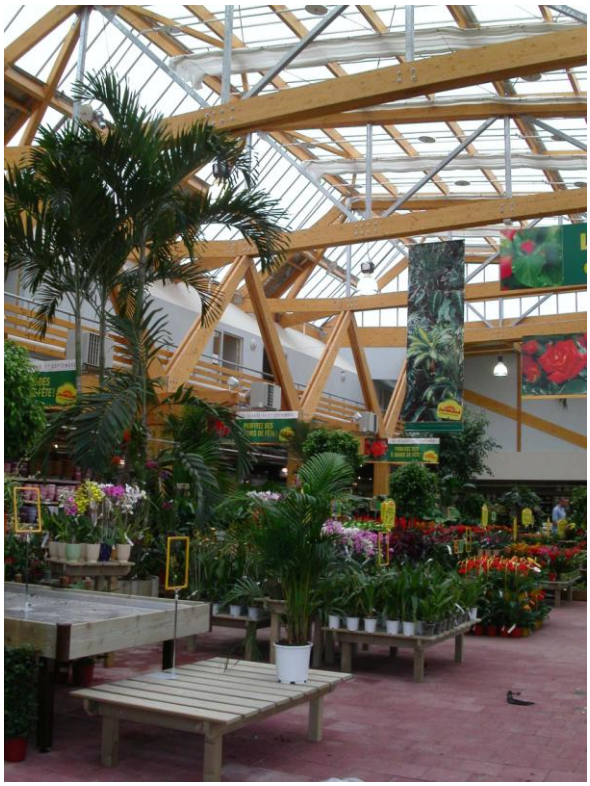
Cela était essentiellement dû à des changements de compétences de la nouvelle équipe plus orientés sur les résultats financiers et aussi sur la nouvelle idée qui germait au sein du groupe le recyclage et la revente des magasins en fin de vie.

Sur cette idée de réduction des coûts de construction , un de nos confrères a travaillé sur cette démarche; un nouveau concept de magasin a été établi travaillant sans que nous puissions faire une proposition concurrente.

Ce concept est maintenant le nouveau modèle, cependant très peu ont été construits. Il est cependant imparfait et surtout très différent du concept original, ce qui aujourd'hui rend tous les bâtiments existants obsolètes. Le nouveau concept vise à pouvoir requalifier facilement une jardinerie en magasin d'électroménager ou concession de voitures (etc...) De ce fait le modèle n'évoque plus vraiment le monde du jardin.

C'est une architecture banalisée dont le coût n'est pas moins cher qu'un Jardiland. Nous avons réalisé un audit sur le nouveau concept de magasin à la demande de Jardiland.

Il apparaît clairement que le coût est équivalent au coût réactualisé (BT01) des bâtiments que l'on construisait dans les années 90.



1.4. L'avenir du concept architectural de Jardiland

L'avenir du concept architectural nul ne sait aujourd'hui ce qu il sera , mais sur ce qu'il pourrait être.

1- Les surfaces commerciales s'orientent de plus en plus vers une Architecture de type show room et englobant plusieurs enseignes (type retail park) dans laquelle le client ne sera plus accueilli pour uniquement acheter mais pour voir, toucher et sentir le produit

dans une scénarisation, permettant de déclencher l'achat. Cela pourra se traduire par la scénarisation intérieure d'espaces commerciaux indifférenciés et de la signalétique soit également par l'architecture des magasins.

La commande sera ensuite traitée par des plateformes logistiques délocalisés avec livraisons directes chez le client.

Dans le secteur de la vente de plantes, fleurs et produits du Jardin et s'agissant d'un produit frais il est prévisible que l'enveloppe de ce commerce reste un cohérence avec le produit et devienne aussi le poumon vert des grands centre commerciaux. De ce fait elle gardera dans son expression architecturale une certaine évocation de la nature.

De ce fait il est probable que l'architecture des jardineries comme cela a toujours été le cas se réorientent vers une architecture emprunt de nature et d'écologie. À défaut d'en avoir été le précurseur, elle devra suivre cette évolution.

Comment et sous quelle forme ?

C'est une question à laquelle nous pourrons répondre dans le cadre de nouvelles collaborations avec l'enseigne.

Aujourd'hui nous continuons une mission de conseil auprès de l'enseigne dans l'attente de décision future qui nous l'espérons nous permettra de nouvelle recherche architecturale.