

SITES
ARCHI

N° 253 - novembre 2015 - CAHIER N°2

PAUL SMITH

DERRIÈRE LA FONTE

CHAORYANG PARK PLAZA : COMME UNE AQUARELLE CHINOISE

BAZAR NOIR : LE NOIR LUI VA SI BIEN...





DAS GERBER UN MALL ALLEMAND



L'architecture extérieure lourdaude du nouveau centre commercial Das Gerber, à Stuttgart, ne laisse rien présager de la qualité des aménagements intérieurs, réalisés par Ippolito Fleitz Group. Un design haut de gamme pour un centre tout public.

A l'automne 2014, à quinze jours de distance, Stuttgart s'est dotée de deux grands équipements commerciaux supplémentaires, Milaneo, 43 000 m² et 200 commerces, au nord du centre-ville, développé par Ece Projektmanagement, et Das Gerber, 25 000 m² et 86 boutiques, au sud, propriété de l'investisseur Württembergische Lebensversicherung. A peine 2 km séparent ces deux malls flambant neuf. Sixième plus grande ville d'Allemagne, avec ses 613 000 résidents et son aire urbaine de 5,3 millions d'habitants, la capitale du Bade-Wurtemberg «offre plus», comme l'affirme le slogan touristique de la ville. Situé à quelques centaines de mètres de l'hypercentre-ville, Das Gerber occupe un gros pâté d'immeubles, dont certains abritaient le siège de Württembergische, démoli pour l'occasion en 2011. Le terrain de 14 000 m² a été rasé pour laisser place à un nouveau programme comprenant commerces, bureaux et appartements. Résultat, un grand bâtiment massif et lourd, comme les Allemands les aiment, et qui, de ▶▶

La signalétique de l'ensemble du centre, également conçue par Ippolito Fleitz Group, reprend le motif des anneaux, dans différentes variations.



- ◀ Les anneaux lumineux entrelacés font partie intégrante de l'architecture d'intérieur et du système d'orientation. Présents à chaque entrée, ils guident les visiteurs jusqu'au cœur du mall, où ils s'élèvent le long d'une colonne sur trois niveaux.
- ▶ Les formes longilignes et arrondies du centre suggèrent une double sensation de fluidité et de douceur.

l'extérieur, ne laisse rien présager de la qualité de l'aménagement intérieur. Celui-ci, confié à l'agence Ippolito Fleitz Group, elle-même basée à Stuttgart, se veut très qualitatif.

Les visiteurs pénètrent naturellement dans le site de par sa situation stratégique, à proximité de plusieurs carrefours. Ouvert sur trois côtés, deux au niveau de la rue, un surélevé, Gerber espère servir de maillon commercial entre le centre-ville et les quartiers sud périphériques. «Le centre est lui-même plus un boulevard urbain qu'un mall», expliquent les architectes. Dessiné comme un centre au design haut de gamme et à l'orientation fluide, mais destiné à tous types de commerces, Gerber mise sur la durabilité. Les principaux thèmes de la décoration intérieure sont déclinés dès les entrées, avec notamment ces anneaux lumineux géants entrelacés et suspendus, qui représentent symboliquement la signature de Gerber avec sa lettre G. Ces derniers servent de guide et conduisent jusqu'au cœur du centre, où ils enlacent une colonne pour former un «arbre de lumière» qui traverse les ▶▶



- ◀ Le sol est composé de grands carreaux en grès. La forme hexagonale a été choisie pour ne pas imposer de direction particulière au visiteur, l'invitant plutôt à la flânerie, comme sur un trottoir de rue.

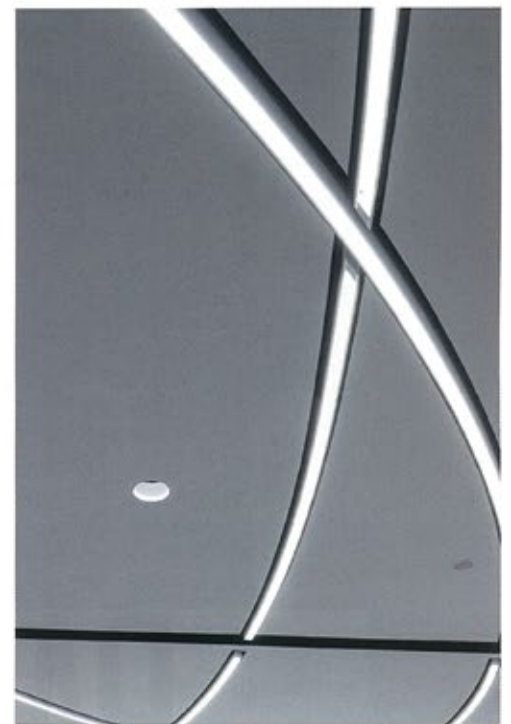


Quelque 25 fauteuils en Cfrp (polymère à renfort fibre de carbone), matériau à la fois léger et très résistant, sont disséminés dans le mall, comme de grands îlots noirs. La forme organique et le matériau sont un hommage à l'automobile, dont Stuttgart est considérée comme le berceau allemand.





- ◀ Sur un fond un monochrome majoritairement blanc, des lignes noires soulignent les reliefs et les orientations. Elles servent aussi à circonscrire l'espace dédié aux boutiques.
- ✓ Clarté du design, souci du détail, qualité des finitions et élégance générale placent cette architecture d'intérieur dans la catégorie haut de gamme.



trois niveaux du mall. Un design aérien qui crée un lien visuel permanent entre les différents étages. «Les plafonds et les balustrades arrondies donnent à l'espace un aspect fluide et soulignent sa verticalité», ajoutent les architectes, tandis que la couleur monochrome et claire des surfaces, ainsi que le sol

avec ses dalles hexagonales en grès, évite toute concurrence visuelle avec les façades des boutiques. Chacune est par ailleurs encadrée par une bordure noire qui fixe les limites de l'espace public, guide les pas des visiteurs et préserve joliment la cohérence esthétique globale.■