

ARCHITECTURE

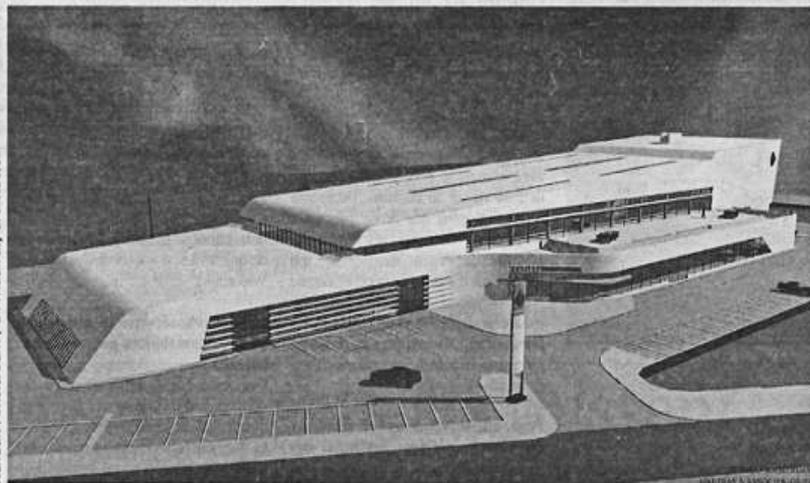
# Succursale Renault : un prototype pour Amsterdam

FRANÇOIS LAMARRE

Stimulée par les autorités locales, le constructeur automobile avance une architecture profilée et carrossée, à l'entrée de la cité batave, au diapason de sa nouvelle identité de « créateur d'automobiles ».

Hasard ou prémonition, le bâtiment est livré au moment où le constructeur aborde un virage décisif dans sa politique de communication, passant des "voitures à vivre" au nouveau slogan "Renault, créateur d'automobiles" pour changer d'image auprès du grand public », constate Didier Mauftras, l'architecte de la nouvelle succursale d'Amsterdam inaugurée ce jeudi 19 octobre. Son projet revient de loin. Elaboré en 1996 dans le cadre d'une politique volontariste d'implantations de prestige dans les capitales européennes, il est abandonné quand l'état-major de Renault délègue la maîtrise des opérations immobilières à ses représentations étrangères. Jean-Jacques Osmandjian, nouveau patron de la firme pour les Pays-Bas, l'a repêché à son arrivée pour sortir de l'impasse un dossier plusieurs fois recalé par la commission d'esthétique de la ville d'Amsterdam.

« On perdait un temps fou sur un projet passe-partout, de type boîte à chaussures alors que d'autres plus intéressants dormaient dans les tiroirs », raconte Jean-Jacques Osmandjian, qui s'empresse de les soumettre à un regard expert. « C'est ainsi que l'architecte hollandais Naaijen a désigné le projet Mauftras et accepté d'en être l'interprète local. » Maître d'ouvrage avisé, le directeur de Renault Benelux se retrouve donc aujourd'hui à la tête d'un bâtiment qui célèbre les valeurs de la création, en phase avec la nouvelle campagne de pub de la firme au losange. Toutefois, sans la contrainte



Selon Didier Mauftras, architecte de la nouvelle succursale de Renault à Amsterdam, le bâtiment est un objet parfaitement symétrique et lisible sous toutes ses faces.

réglementaire, ce bâtiment n'existerait pas.

**Profil en coin**

Les exigences esthétiques de la ville d'Amsterdam se comprennent car le bâtiment est situé en entrée de ville, dans le quartier Sud-Est, en plein développement. « On ne voit que lui depuis l'autoroute qui surplombe le terrain avant de plonger sous Arena, le grand stade d'Amsterdam », commente Didier

Mauftras qui s'est attaché à traiter le toit – la cinquième façade – avec le même soin que les autres côtés du bâtiment.

« C'est un objet parfaitement symétrique et lisible sous toutes ses faces, dont on fait le tour sans problème, explique l'architecte. Il n'y a même pas de façade arrière et rien ne transparaît des servitudes ou des fonctions triviales inhérentes à ce genre d'implantation. » Le programme, d'une grande banalité, associe sur 8.000 m<sup>2</sup> un garage pour l'entretien et la

réparation des automobiles au rez-de-chaussée, un hall d'exposition à l'étage, de véhicules neufs et d'occasion, et des bureaux. Sur le tard est venu s'y greffer un centre de formation en mécanique. Le souci de représentation conduit à occulter la fonction atelier pour privilégier l'exposition-vente, plus gratifiante ; bref, à cacher le sale pour porter beau et propre. Le bâtiment y réussit à merveille sous un capot d'aluminium laqué blanc qui s'élève par paliers jusqu'à la poupe

du centre de formation, d'une hauteur de 15 mètres, négociée en dérogation auprès d'une municipalité devenue conciliante.

L'architecte assume un exercice architectural qui s'apparente à de la carrosserie et revendique l'image d'un prototype de course automobile : profil en coin et bas flancs symétriques traités en terrasses pour l'accès et l'exposition. « Il fallait unifier des fonctions disjointes sous une forme unitaire et fluide, sans aspérité, ni exutoire, et rendre les coulisses imperceptibles », résume Didier Mauftras qui a poussé l'exercice jusqu'à habiller façon cheminées de paquebot les sorties d'aération des cabines de peinture.

Car, si l'image du proto-course convient à Renault, l'architecte a usé de la métaphore marine pour séduire la municipalité. Chacun s'y retrouve. Pour conserver au capot son profil épuré, il a même remplacé les traditionnels garde-corps par un filet d'eau dissuasif autour de la terrasse d'exposition qui met les voitures au niveau du tablier de l'autoroute. Carrosserie blanche, huisseries noires et forme fuselée sont des signes qui déclinent sans tapage la nouvelle image « design » du constructeur national. Il n'est pas question pour autant de les ériger en cahier des charges. La succursale d'Amsterdam reste une opération isolée : le fruit d'une démarche singulière qui répond aux exigences de la marque dans un contexte donné et bien compris.

Renault Amsterdam / D. Mauftras, architecte.